



نقش کمرنگ افزایش ۶۷ تا ۷۲ درصدی نرخ خرید تضمینی برگ سبز چای در افزایش درآمد کشاورز

چای ایرانی؛ مسیر باغ تا بازار

گزارش

شیما جهان بخش

گروه ایران زمین

امسال نرخ خرید تضمینی برگ سبز چای درجه یک حدود ۷۲ درصد و درجه دو حدود ۶۷ درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافته است. هر کیلوگرم برگ سبز درجه یک ۴۲ هزار تومان و درجه دو ۳۰ هزار تومان قیمت گذاری شده است، با این حال، هزینه های نگهداری باغ و برداشت محصول همچنان از درآمد باغدار کم می شود. از طرف دیگر، کارخانه دار هم باید چای خشک تولید شده را بفروشد تا بتواند هزینه هایش را جبران کند. به همین دلیل، افزایش قیمت خرید برگ سبز اگرچه خبر خوبی برای چایکاران است اما به تنهایی نشان نمی دهد درآمد آنها چقدر بیشتر شده است. می توان گفت تا زمانی که چای ایرانی جای خود را در قفسه های فروشگاه ها باز نکرده است، درآمد و افزایش قیمت موجود، نه چایکار را راضی می کند و نه کارخانه دار را.

آمارهای سازمان چای کشور نیز در مقاطع مختلف فصل برداشت، از خرید بیش از ۱۰۰ هزار تن برگ سبز حکایت داشته اند. با این حال، برای فهم وضعیت چایکاران باید دید پس از برداشت محصول و پرداخت هزینه ها، چه میزان درآمد برای آنها باقی می ماند.

چشم انتظار آخرین چین

«محمد میرفلاحی نژاد»، چایکار لاهیجانی، شرایط آب و هوایی و قیمت برگ سبز امسال را در مقایسه با سال های گذشته بهتر می داند، اما هنوز درباره درآمد نهایی اش مطمئن نیست. او به «ایران» می گوید: «برداشت چین اول و دوم خوب بوده، اما در چین سوم محصول کمتری داشتیم. حالا هم که روزهای پایانی برداشت پاییزه است، هنوز معلوم نیست چای خشک

را با چه قیمتی می توانیم بفروشیم و در نهایت چقدر برابمان صرفه دارد.» این چایکار امیدوار است برداشت پاییزه بخشی از کاهش محصول در چین سوم را جبران کند، اما به گفته او، میزان برداشت به تنهایی برای مشخص شدن درآمد کافی نیست. چایکاری که هزینه نگهداری باغ و برداشت محصول را می پردازد، در نهایت باید بتواند چای خشک تولید شده را نیز با قیمت مناسبی بفروشد. به همین دلیل، افزایش نرخ خرید برگ سبز زمانی بیشتر به چشم می آید که هزینه های باغداری هم در نظر گرفته شود و باغدار بداند از حاصل یک فصل کار، چه میزان درآمد برایش باقی می ماند.

کارخانه دار هم نگران فروش است

مشکل فروش چای خشک فقط به درآمد چایکار مربوط نمی شود. کارخانه های چای سازی نیز پس از خرید برگ سبز و پرداخت هزینه های فرآوری، باید محصولشان را بفروشند تا بتوانند سرمایه لازم برای ادامه کار را تأمین کنند.

کیانوش سروسناتی، یکی از کارخانه داران

چای، به «ایران» می گوید: «فروش چای تولید شده از چین اول با شرایط مناسب تری همراه است، اما فروش محصول چین های دوم، سوم و چهارم دشوارتر انجام می شود.» به گفته او، کارخانه دار برای خرید برگ سبز و تبدیل آن به چای خشک هزینه می کند، اما ممکن است مدتی طول بکشد تا محصولش به فروش برسد. در این فاصله، بخشی از سرمایه کارخانه درگیر می ماند و تأمین هزینه های جاری دشوارتر می شود. سروسناتی می گوید: «برخی کارخانه ها برای جذب برگ سبز با کیفیت، علاوه بر نرخ تضمینی، مبلغی نیز به عنوان مشوق به چایکاران می پردازند. این مبلغ در مواردی به ۱۰ تا ۱۵ هزار تومان برای هر کیلوگرم می رسد.»

با این حال، او معتقد است: «برای تشخیص کیفیت برگ سبز باید معیارهای روشن تری وجود داشته باشد. میزان جوانه و ترکیب برگ های برداشت شده، از جمله ویژگی هایی است که می توان در ارزیابی کیفیت در نظر گرفت. اگر معیارها دقیق تر باشند، هم تشخیص کیفیت آسان تر می شود و هم پرداخت مبلغ بیشتر



چشم سبز

به چایکاران با نظم و انصاف بیشتری انجام خواهد شد.»

ماشین آلات قدیمی

فروش دشوار چای خشک تنها مشکل کارخانه های چای سازی نیست. فرسودگی ماشین آلات نیز کار را برای برخی از آنها سخت کرده است. نوسازی تجهیزات به سرمایه نیاز دارد؛ سرمایه ای که کارخانه دار باید در کنار هزینه خرید برگ سبز و پرداخت مخارج روزانه تأمین کند.

سروسناتی می گوید: «برخی کارخانه ها برای تأمین نقدینگی ناچار می شوند چای خشک را پایین تر از قیمتی که انتظار دارند بفروشند. چنین فروشی ممکن است به تأمین پول مورد نیاز کارخانه کمک کند، اما درآمد حاصل از محصول را کاهش می دهد و توان کارخانه برای نوسازی تجهیزات را محدود می کند. در این شرایط، کارخانه دار از یک سو باید هزینه خرید برگ سبز را بپردازد و از سوی دیگر، برای فروش چای خشک با دشواری روبه رو است. اگر محصول به موقع و با قیمت مناسب

فروخته نشود، تأمین پول لازم برای خرید های بعدی نیز می تواند سخت تر شود؛ موضوعی که در نهایت بر خرید برگ سبز از باغداران اثر می گذارد.

چای ایرانی؛ از کارخانه تا قفسه فروشگاه حبیب جهانساز، رئیس سازمان چای کشور، یکی از مشکلات این صنعت را ضعف شبکه توزیع چای ایرانی در مقایسه با چای خارجی می داند و در گفت و گویا «ایران» با اشاره به بهبود وضعیت بسته بندی و برند سازی چای ایرانی می گوید: «تولید و بهبود کیفیت زمانی به درآمد بیشتر منجر می شود که محصول راه مناسبی برای رسیدن به دست مصرف کننده داشته باشد.»

به اعتقاد جهانساز، فعالیت بخش خصوصی نباید به خرید برگ سبز و تولید چای خشک محدود بماند. بسته بندی مناسب، معرفی برندها، تبلیغات و گسترش شبکه فروش نیز می توانند به شناخته شدن بیشتر چای ایرانی کمک کنند. چای تولید شده در باغ و کارخانه، زمانی درآمد ایجاد می کند که مشتری برای خرید آن وجود داشته باشد و محصول بتواند به بازار برسد. اگر مصرف کننده برندهای داخلی را به خوبی شناسد یا شبکه فروش نتواند محصول را به دست او برساند، فروش چای دشوارتر خواهد شد. از همین رو، تقویت بازار چای ایرانی می تواند به فروش بهتر محصول و ادامه فعالیت کارخانه ها کمک کند.

واردات چای؛ بازار چقدر

ظرفیت دارد؟

جهانساز با استناد به بررسی آماره ۱۰ تا ۱۰ سال گذشته، میزان چای تأمین شده برای بازار داخلی را حدود ۶۷ تا ۶۸ هزار تن و نیاز سالانه بازار را نزدیک به ۷۰ هزار تن اعلام می کند. او بر همین اساس پیشنهاد می دهد میزان واردات چای حداکثر ۵۰ هزار تن باشد. البته برای تعیین میزان مناسب واردات، تنها دانستن نیاز سالانه بازار کافی نیست؛ میزان تولید داخلی، موجودی چای خشک در کارخانه ها، حجم واردات و میزان تقاضا نیز باید در کنار یکدیگر بررسی شوند. این اطلاعات کمک می کنند تصمیم گیری درباره واردات با شناخت دقیق تری از وضعیت بازار انجام شود. برای چایکاران و کارخانه های گیلان، مهم این است که چای تولید داخل بتواند مشتری خود را پیدا کند. اگر محصول در بازار

به خوبی فروخته نشود، افزایش تولید نیز لزوماً درآمد بیشتری برای باغدار و کارخانه دار به همراه نخواهد داشت.

احیای باغ های فرسوده

در برنامه های پنج ساله

جهانساز با تأکید بر اینکه در کنار مشکلات فروش، وضعیت باغ های فرسوده و رها شده نیز از مسائل مهم صنعت چای است، می گوید: «در قالب برنامه های پنج ساله، احیا یا اصلاح سالانه حدود ۲۷۰۰ هکتار از باغ های چای کشور هدف گذاری شده است.»

وی گیلان را قطب اصلی تولید چای کشور عنوان می کند و می افزاید: «رسیدگی به باغ های فرسوده این استان می تواند به حفظ توان تولید کمک کند. با این حال، احیای باغ به هزینه و زمان نیاز دارد و پس از بازگشت باغ به چرخه تولید نیز باید امکان برداشت، فرآوری و فروش محصول فراهم باشد. اگر باغدار برای اصلاح باغ هزینه کند، اما درآمدش کفاف نگهداری آن را ندهد، ادامه این کار دشوار خواهد شد. از سوی دیگر، افزایش محصول زمانی به سود باغدار می انجامد که کارخانه های منطقه توان خرید و فرآوری برگ سبز را داشته باشند و چای خشک نیز در بازار فروش برود. بنابراین احیای باغ ها تنها به انجام عملیات باغداری محدود نمی شود؛ باغدار باید بتواند هزینه های این کار را تأمین کند و برای فروش محصول آینده خود نیز

افزایش قیمت، شروع ماجراست

افزایش نرخ خرید تضمینی برگ سبز چای، خبر امیدوارکننده ای برای چایکاران است؛ اما آنچه در پایان فصل اهمیت دارد، پولی است که پس از پرداخت هزینه های برداشت و نگهداری باغ برایشان باقی می ماند.

در سوی دیگر، کارخانه دار باید بتواند چای خشک را بفروشد تا پول خرید برگ سبز و هزینه های تولید را تأمین کند. اگر فروش محصول دشوار باشد، نوسازی ماشین آلات و ادامه خرید از باغداران نیز سخت تر می شود. احیای باغ ها و تسهیلات دولتی هم زمانی نتیجه بهتری خواهند داشت که در کنار آنها، امکان تولید و فروش محصول فراهم باشد.

در نهایت، برای چایکاری که تمام فصل چشم به باغ دوخته است، تنها بالا رفتن نرخ خرید برگ سبز اهمیت ندارد؛ مهم این است که حاصل زحمتش درآمدی داشته باشد که هزینه های زندگی و نگهداری باغ را پوشش دهد. کارخانه دار نیز باید بتواند محصولش را بفروشد و هزینه هایش را جبران کند. آینده چای گیلان به این بستگی دارد که از باغ تا کارخانه و از کارخانه تا بازار، راه فروش محصول هموارتر شود.

برنامه کاشت یک میلیارد اصله نهال در جنوب زمینه توسعه و بازسازی نخلستان ها را فراهم می کند

آغاز نهضت احیای نخلستان های جنوب

تعداد نخل های استان خوزستان طی یک برنامه مشخص پنج ساله

به ۱۰ میلیون اصله می رسد

گزارش

گروه ایران زمین

گسترده گی نخلستان ها، تنوع ارقام خرما و پیشینه صادراتی، جایگاه ویژه ای در این بخش دارد؛ ظرفیتی که در دهه های گذشته تحت تأثیر جنگ و تحولات پس از آن، بخشی از توان تولیدی خود را از دست داده است. براساس آمارهای اعلام شده از سوی مسئولان محلی، بیش از ۶ میلیون اصله نخل در گذشته در آبادان وجود داشته است؛ در حالی که تعداد کنونی نخل ها بین یک میلیون و ۶۰۰ هزار ۲ تا ۳ میلیون اصله برآورد می شود. همچنین سطح زیر کشت نخلستان های این شهرستان حدود ۱۲ هزار هکتار است. رقم استعمران به سهم ۷۵ درصدی، بیشترین میزان تولید خرماي آبادان را به خود اختصاص داده و ۲۰ درصد تولید مربوط به خرماي برهی و پنج درصد باقی مانده متعلق به سایر ارقام است. پیش بینی می شود تولید خرما در این شهرستان به بیش از ۱۵۰ هزار تن برسد؛ ظرفیتی که می تواند پشتوانه توسعه صنایع فرآوری، بسته بندی و صادرات باشد.

تقویت معیشت جوامع محلی

«خسرو پرهادی» فرماندار ویژه آبادان، با اشاره به پیشینه صنعتی و کشاورزی منطقه، بر این اعتقاد است که آبادان و خرمشهر در شکل گیری صنعت مدرن کشور نقش تاریخی داشته اند و ظرفیت های کشاورزی این منطقه نیز از گذشته با بازارهای بین المللی پیوند خورده است. طبق گفته این مقام مسئول، خرماي آبادان در گذشته نشان دهنده جایگاه هندوستان بود و از طریق آبراه خلیج فارس و دریا به آن منطقه صادر می شد. کشورهای حوزه خلیج فارس نیز با وجود برخورداری از اقلیم گرم، تولیدکننده خرما نبودند. پرهادی با اشاره به اینکه آبیاری نخلستان های آبادان در گذشته به صورت طبیعی و با جزر و مد انجام می شد، اظهار کرد: «دران دوره، بیش از ۶ میلیون اصله نخل در این شهرستان وجود داشت و نخلستان ها با کمترین انرژی گذاری دست بشر آبیاری می شدند. با این حال، جنگ و مسائل پس از آن مانع از بازگشت نخلستان ها به ظرفیت پیشین شده است.» به گفته فرماندار ویژه آبادان، اکنون بین یک

میلیون و ۶۰۰ هزار تا ۲ میلیون اصله نخل در شهرستان وجود دارد و این بخش با ظرفیت تاریخی منطقه دارد. وی همچنین از علاقه شرکت ماهان برای سرمایه گذاری در بخش نخلستان های شهرستان خیرداد (حدود ۶ هزار و ۲۰۰ نفر بهره بردار به طور مستقیم در بخش نخلستان ها و خرما امرار معاش می کنند. این آمار نشان می دهد احیای نخلستان ها علاوه بر افزایش ظرفیت تولید، می تواند در حفظ و تقویت معیشت خانوارهای وابسته به کشاورزی نیز مؤثر باشد.»

دسترسی پایدار به بازارهای صادراتی

هرمیس راستا، «پیمان فلسفی» رئیس فراکسیون کشاورزی پویا و امور مشاور مجلس شورای اسلامی، از تصمیم برای راه اندازی نهضت احیای نخلستان های جنوب ایران خبر داد و اعلام کرد: «سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور آمادگی خود را برای مشارکت در توسعه فضای سبز، باغات و جنگل های کشور در قالب طرح کاشت یک میلیارد اصله نهال اعلام کرده است.»

وی در حاشیه مراسم شکرانه برداشت خرما در آبادان با اشاره به اهمیت این محصول در اقتصاد کشاورزی منطقه اظهار کرد: «حضور کشاورزان، نخلداران، صنعتگران، تجار، بازرگانان، مدیران و دست اندازگان صنعت خرما در این مراسم نشان دهنده جایگاه نخل در این منطقه است. به گفته فلسفی، پاسداشت این ظرفیت زمانی معنا پیدا می کند که حمایت از تولیدکنندگان در عمل محقق شود، مشکلات نخلداران شناسایی و برطرف شود و راهکارهای مؤثر برای پایدار سازی در اختیار آنان قرار گیرد.»

رئیس فراکسیون کشاورزی پویا و امور مشاور مجلس در تشریح برنامه احیای نخلستان ها، گفت: «هدف این است که در قالب یک برنامه مشخص پنج ساله، تعداد نخل های استان خوزستان به ۱۰ میلیون اصله برسد.»

او با اشاره به اینکه تعداد نخل های استان در گذشته ۶.۵ میلیون اصله بوده و اکنون به ۱.۵ میلیون اصله رسیده است، بر وجود اراده برای

خرما هویت مردم جنوب است

در کنار برنامه های احیای تولید، توسعه زیرساخت های عرضه و تجارت نیز از ضرورت های ارتقای جایگاه خرماي جنوب است. «سیامک علی شاپور ده شیخی» رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی آبادان نیز با تأکید بر جایگاه اقتصادی و فرهنگی خرما اظهار کرد: «خرما فقط یک محصول نیست بلکه هویت مردم منطقه است.» به گفته او، آبادان بیش از ۲ میلیون نخل دارد و دسترسی پایدار به بازارهای صادراتی همراه همکاری نخلداران، پژوهشگران، صنعتگران، تجار و مسئولان است.

رئیس اتاق بازرگانی آبادان همچنین از تصویب طرح ساخت بازار تخصصی خرما با همکاری شهرداری و فرمانداری این شهرستان خبر داد. هدف از ایجاد این بازار، حمایت از معیشت و اقتصاد روستاییان و فراهم کردن امکان عرضه مستقیم محصولات عنوان شده است؛ به گونه ای که روستاییان بتوانند محصولات خود را به صورت مستقیم و منفصله و بدون فشار و فروش اجباری عرضه کنند. چنین زیرساختی می تواند با کاهش واسطه گری غیر ضروری، به بهبود ارتباط تولیدکنندگان با مصرف کننده و زمینه تداوم تولید پایدار را فراهم آورد. وی همچنین از بازگداری طرح اقتصاد مقاومتی در سامانه قانون گذاری مجلس خبر داد و اظهار کرد: «نمایندگان در حال امضای این طرح هستند. به گفته او، تلاش می شود طرح با سه فوریت مطرح شود تا موضوعاتی مانند مشکلات اقتصادی، تورم، نوسانات ارزی، ارزش پول ملی و سرمایه گذاری با محوریت کشاورزی و امنیت غذایی پیگیری شود.»



در جنوب

کشور،

نخلستان ها

علاوه بر

برخورداری

از ارزش

اقتصادی،

بخشی از

هویت تاریخی

و فرهنگی

جوامع محلی

محسوب

می شوند و

احیای آن ها

می تواند

پیوند میان

کشاورزی،

صنعت و

گردشگری را

تقویت کند.

با این حال،

تحقق این

اهداف به

دقیق، تأمین

زیرساخت های

مورد نیاز،

حمایت از

بهره برداران

و رفع موانع

تولید و تجارت

وابسته است