

کشاورزی

چای گیلان؛ از باغ سبز تا اقتصاد زرد

گروه استان‌ها | گیلان سال‌هاست یکی از مهم‌ترین قطب‌های تولید چای کشور است؛ محصولی که فقط یک کالای کشاورزی نیست و معیشت هزاران خانوار، اشتغال روستایی، فعالیت کارخانه‌ها و بخشی از اقتصاد شمال کشور را به خود گره زده است، با این حال، صنعت چای ایران با وجود این ظرفیت گسترده، هنوز نتوانسته سهم متناسبی از بازار داخلی و ارزش افزوده این محصول بدست آورد؛ مشکلی که ریشه آن را باید در ضعف سرمایه‌گذاری، هزینه بالای تولید، فرسودگی بخشی از زیرساخت‌ها و فاصله میان برنامه‌های حمایتی و واقعیت میدان جست‌وجو کرد.

بر اساس آمار سازمان چای کشور، حدود ۲۲هزار هکتار باغ چای در کشور وجود دارد و ۵۲هزار خانوار در این بخش فعالیت می‌کنند. امسال نیز ۱۶۲کارخانه چای‌سازی طرف قرارداد سازمان چای بوده‌اند. با این حال، گستردگی این شبکه هنوز به معنای برخورداری چایکار از یک زنجیره اقتصادی قدرتمند نیست.

■ فاصله آمار با واقعیت باغ

فصل برداشت امسال با پیش‌بینی تولید ۱۳۵ هزار تن برگ سبز آغاز شد و احیای حدود ۷۰۰ تا ۸۰۰ هکتار باغ نیز در دستور کار قرار گرفت اما تا ۲۳ شهریور، خرید برگ سبز بیش از ۱۰۴ هزار تن اعلام شد و از این میزان حدود ۲۳ هزار و ۴۰۰ تن چای خشک بدست آمد.

ارزش برگ سبز خریداری‌شده حدود ۳هزار و ۷۵۰میلیارد تومان اعلام شده که ۷۸ درصد آن به چایکاران پرداخت شده است. همین عدد، یک پرسش جدی را مطرح می‌کند؛ چرا در صنعتی که هزینه‌های تولید آن باید بیش از برداشت پرداخت شود، هنوز پرداخت کامل مطالبات تا پایان فصل با تأخیر مواجه است؟ برای باغداری که هزینه کارگر، نهاده و نگهداری باغ را از ماه‌ها پیش پرداخت کرده، نقدینگی فقط یک مسئله مالی نیست؛ شرط ادامه تولید است.

■ باغ‌ها احیا می‌شوند، اما با چه پشتوانه‌ای؟

بازگشت باغ‌های رهاشده به چرخه تولید اقدام مثبتی است، اما احیای باغ بدون تأمین هزینه نگهداری و افزایش بهره‌وری نمی‌تواند راه‌حل پایداری باشد. بخشی از باغ‌های چای در مناطق شیب‌دار قرار دارد و هزینه برداشت و نگهداری در آن‌ها بالاست، ازاین‌رو در چنین شرایطی، مکانیزاسیون دیگر یک انتخاب تجملی نیست؛ ضرورتی برای زنده ماندن تولید است.
وورد نخستین کمپاین چندمنظوره چای با ارزش حدود ۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان و برآورد کاهش ۵۰ درصدی هزینه‌های کارگری می‌تواند بخشی از مشکل را حل کند، اما یک دستگاه نمی‌تواند بار مکانیزاسیون یک صنعت ۲۲ هزار هکتاری را به دوش بکشد. پرسش اینجاست که این فناوری با چه سرعتی و با چه سازوکاری به دست چایکاران خواهد رسید؟



■ کارخانه‌هایی که باید ارزش ایجاد کنند

مشکل فقط در باغ نیست. کارخانه حلقه‌ای تعیین‌کننده در تبدیل برگ سبز به محصول نهایی است اما نوسازی تجهیزات، تأمین سرمایه و ارتقای فناوری همچنان نیازمند توجه جدی است. اگر قرار باشد چای ایرانی فقط از باغ برداشت و در کارخانه فرآوری شود، اما در حوزه بسته‌بندی، برندینگ و بازاریابی نتواند ارزش بیشتری ایجاد کند، بخش مهمی از ظرفیت اقتصادی آن همچنان از دست خواهد رفت.

■ بازار بزرگ، سهم کوچک تولید داخلی

ایران سالانه حدود ۷۰ هزار تن چای مصرف می‌کند، اما طبق آمار اعلام‌شده تنها حدود ۳۰ درصد نیاز بازار از تولید داخلی تأمین می‌شود و بخش عمده بازار همچنان در اختیار واردات است.

این وضعیت، تناقض بزرگ صنعت چای ایران است که کشوری با هزاران هکتار باغ و ده‌ها هزار چایکار، هنوز برای تأمین بخش عمده نیاز بازار خود به خارج وابسته است.

بنابراین مسئله چای گیلان فقط افزایش تولید نیست؛ مسئله اصلی، افزایش بهره‌وری و ارزش افزوده است.

جدول ۹۵۳۶

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۲														
۳														
۴														
۵														
۶														
۷														
۸														
۹														
۱۰														
۱۱														
۱۲														
۱۳														
۱۴														
۱۵														

سفیر سبز ایران در گفت‌وگو با قدس از رکاب‌زنی برای صلح و طبیعت می‌گوید

کاشت درخت صلح در ایران و پنج قاره جهان



مشکلات زیست محیطی را دیدم؛ در جاده‌ها، رودخانه‌ها، جنگل‌ها و دریاها و بعضی مواقع