

چالش‌های تولید چای از دیدگاه چایکاران بخش مرکزی شهرستان لاهیجان

محمدرضا محبوبی*، فاطمه طاووسی راد

گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان، ایران

* mahboobi47@gmail.com

بیان مساله

چای به عنوان یک گیاه دارویی از ۵۰۰۰ سال پیش در چین کشت می‌شده است. این گیاه در آب و هوای گرم و مرطوب با میزان بارندگی حدود ۱۰۰ سانتی‌متر در سال بهترین عملکرد را دارد (Lamb, 2010) و دومین نوشیدنی پرمصرف و ارزان در جهان بعد از آب به شمار می‌رود. این محصول برای تعدادی از کشورهای در حال توسعه یک کالای مهم تولیدی، ایجاد کننده اشتغال و کسب درآمد صادراتی است و میلیون‌ها نفر در سراسر جهان از طریق کاشت و فرآوری چای امرار معاش می‌کنند (Hicks, 2009). قاره آسیا با دارا بودن ۸۰ درصد کل تولید جهانی چای، بزرگ‌ترین تولید کننده چای است (Malakoutikhah and Sokhtehsarai, 2010) و در ایران حدود ۹۳ درصد از اراضی چای‌کاری در باغ‌هایی با وسعت کمتر از پنج هکتار پراکنده‌اند و بیش از ۷۴ درصد آن در اراضی کمتر از یک هکتار واقع شده و باغ‌های بیش از پنج هکتار فقط هفت درصد از کل باغ‌ها را تشکیل می‌دهد. در سه منطقه لاهیجان، لنگرود و رودسر، به طور متوسط وسعت بیش از ۹۵ درصد باغ‌ها کمتر از پنج هکتار است (Heydari, 2009) و سطح زیر کشت چای در این سه شهرستان به ترتیب ۲۹۹۴، ۳۹۱۴ و ۳۶۱۹ هکتار است (Agricultural Jihad Organization of Guilan Province, 1400). همچنین حدود ۱۰۰۰۰ خانوار در کشت و کار این محصول و ۸۰۰۰ خانوار در فرایند فرآوری در ۱۸۳ کارخانه چای سازی مشغول به فعالیت می‌باشند (Office of Economic Affairs, Deputy Minister of Planning and Economy, Ministry of Jihad Agriculture, 2017). همچنین از نظر جغرافیایی بیش از ۶۹ درصد از اراضی چایکاری ایران، در نواحی کوهپایه‌ای، با شیب ۱۰ درجه قرار دارد. در سه منطقه لاهیجان، رودسر و لنگرود، بیش از ۷۰ درصد از باغ‌ها در نواحی با شیب بیش از ۳۰ درجه پراکنده‌اند. این وضع علاوه بر تشدید افزایش فرسایش خاک، امکان کاربرد ماشین آلات در مراحل مختلف

به ویژه حمل برگ سبز به کارخانه‌ها را محدود می‌کند (Qasemi, 2007).

توسعه کشت چای که از مزیت‌های نسبی و ظرفیت‌های مناسب در کشور ما برخوردار است نیازمند بستر سازی و زمینه‌سازی، برنامه‌ریزی و ارائه خدمات حمایتی مورد نیاز همانند آموزش، اعتبارات و دانش فنی و ...، پتانسیل‌یابی و مهم‌تر از همه پایش و ارزشیابی مستمر جهت شناسایی تهدیدها، چالش‌ها و برنامه‌ریزی برای بهره‌گیری از فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود است. در این صورت می‌توان انتظار داشت فرآیند تولید چای پایدار بوده و بتواند در بلندمدت سودآوری، رقابت‌پذیری و بهره‌وری مناسب را برای چایکاران تامین نماید. Qasemi (2007) در مطالعه‌ی خود انحصار کامل دولتی چای در امور صادرات، واردات، توزیع، قیمت‌گذاری و سایر امور، تولید در شرایط غیررقابتی، چندانگی در مدیریت چای کشور، نبود اجماع نظر سیاستگذاران در تعیین وظایف و مسئولیت‌های سازمان چای کشور، پراکنش نامناسب کارخانجات و قدمت بالای آنها را از مهم‌ترین چالش‌های توسعه‌ی تولید چای در ایران دانسته است. Heydari (2009)، طی تحقیقی مشکل چای ایران را عدم وجود جایگاه مناسب برای رقابت با چای خارجی به رغم کیفیت مناسب آن و پایین بودن سطح آگاهی مردم نسبت به ویژگی‌های چای برشمرده است و Sanjari (2010)، نیز در گزارشی به مهم‌ترین مشکلات تولید چای در سه زمینه‌ی تولید برگ سبز، فرآوری و بازرگانی اشاره کرده است.

International Tea Committee (1994) مشکل فرآوری تولید کنندگان چای را در زیمبابوه عدم کفایت تعداد کارخانجات فرآوری چای و Gaminda Ganewatta and Edwards (2000) طی مطالعه‌ی مشکلات سری لانکا در تولید چای را شامل مشکل رقابت در بازارهای بین‌المللی، استفاده از بذور غیر اصلاح شده، بهره‌وری پایین نیروی کار، بالا بودن هزینه‌های تولید و نوسانات قیمت ناشی از تغییر در نظام تجارت جهانی دانسته‌اند. Ronno (2000) چالش‌های

سوخت، مواد بسته بندی، کود و بیمه محصول را از جمله مشکلات تولید چای در هند برشمرده‌اند.

بر مبنای بررسی پژوهش‌های پیشین داخلی و خارجی و در یک نتیجه‌گیری کلی چالش‌های تولید چای را می‌توان تحت تاثیر مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی، سازمانی، مدیریتی، زیرساختی، سیاست‌گذاری، حقوقی و قانونی دانست. با توجه به این که در کشور ما ابعاد گوناگون مسایل و مشکلات و چالش‌های توسعه کشت چای و برون‌رفت آن از وضعیت موجود، کمتر مورد توجه محققین قرار گرفته است و در عین حال تحقیق جامعی که تمام زوایای مسئله را مورد بررسی قرار داده و دیدگاه چایکاران را به عنوان عامل کلیدی تولید مدنظر قرار دهد، وجود ندارد، لذا تحقیق حاضر با هدف شناسایی چالش‌های تولید چای از دیدگاه چایکاران شهرستان لاهیجان اجرا شد.

مراحل اجرا

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری اطلاعات، پیمایشی و هدف آن شناسایی چالش‌های تولید چای در شهرستان لاهیجان بود. ابزار تحقیق پرسشنامه و شامل سوالاتی در زمینه ویژگی‌های فردی و اجتماعی چایکاران و دیدگاه آنان در مورد چالش‌های تولید چای بود. روایی پرسشنامه توسط متخصصان ترویج و سازمان چای تایید شد و نسبت به تعیین پایایی آن از طریق تکمیل آن در نمونه‌ای خارج از منطقه جغرافیایی تحقیق اقدام شد که در نتیجه مقدار آلفای کرونباخ ۰/۷۸ بدست آمد. جامعه آماری کلیه کشاورزان ساکن در روستاهای بخش مرکزی شهرستان لاهیجان و در دهستان لیل شامل کوه بیجار، سطل سر، علیسرود، سرچشمه، سوسان و کتشل به تعداد ۱۳۵۰ نفر بودند که کشت غالب ۹۰ درصد آنان چای بود. برای نمونه-گیری از فرمول کوکران استفاده شد و بعد از انجام محاسبات لازم حجم نمونه ۱۶۰ نفر به دست آمد (جدول ۱). انتخاب نمونه‌ها به شیوه تصادفی طبقه‌ای با انتساب انجام شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با توجه به فرضیات و اهداف تحقیق و سطوح سنجش متغیرها با استفاده از روش‌های آماری چون میانگین، واریانس، انحراف معیار، فراوانی و درصد و تحلیل عاملی اکتشافی انجام شد.

صنعت چای در کنیا را ناکافی بودن منابع تحقیق و توسعه و تبلیغ چای، ظرفیت ناکافی کارخانجات فرآوری، تفاوت سطوح بهره‌وری بین بهره‌برداران خرده‌پا و بزرگ و کاهش درآمد ذکر کرده است. Baffes (2004) عمده ترین چالش‌ها و عوامل بازدارنده تولید چای در تانزانیا را عدم کفایت زیرساخت‌ها، دخالت زیاد دولت در تصمیم‌گیری و محدودیت‌های صادرات و واردات ذکر کرده است. چالش‌های دیگر تولید چای در کنیا در تحقیق دیگری توسط Gesimba et al (2005)، پایین بودن قیمت چای صادراتی، افزایش هزینه‌های تولید، زیرساخت‌های ضعیف، فقدان تسهیلات اعتباری، هزینه‌ی بالای فرآوری و بسته بندی در کارخانجات مشکلات فرهنگی و عدم آگاهی عمومی به فواید مصرف چای نام برده شده است. Thapa (2005) مشکلات تولید چای در نپال را در زمینه‌های فروش برگ سبز با قیمت پایین، زیرساخت‌های نامناسب، فقدان منابع مالی کافی چایکاران و تاخیر در پرداخت اعتبارات به آنان، اراضی نامناسب، فقدان مهارت‌های فنی تولیدکنندگان و کیفیت پایین محصول برشمرده است. Vandervwal (2008) با مطالعه شش کشور مهم تولید کننده چای (هندوستان، سریلانکا، ویتنام، اندونزی، کنیا و مالای)، دریافت ضعف اتحادیه‌های کارگری یا فقدان آن‌ها و قیمت پرداختی کمتر از هزینه‌های تولید برای برگ تازه و سبز چای، عامل عدم بهبود موقعیت شغلی چایکاران است. Lamb (2010) مهمترین چالش تولید چای در دنیا را قیمت پایین و بروز خشکسالی می‌داند. Hussain and Hazarika (2010) مشکلات تولید چای را سن بالای باغات چای، افزایش هزینه تولید، کاهش قیمت چای، حمله آفات، نبود زیرساخت و مدیریت ناکارآمد ذکر کرده‌اند. Nasir and Shamsuddoha (2011) مهم‌ترین محدودیت‌های تولید چای در بنگلادش را کمبود سرمایه و ماشین آلات مدرن، قیمت پایین چای در بازار در مقایسه با افزایش هزینه‌های تولید، عملکرد پایین در هکتار، ضعف قوانین و فقدان زیرساخت‌های مناسب چون جاده، شبکه آبیاری و... دانسته-اند. Shill (2013) کیفیت پایین چای تولیدی و افزایش هزینه‌های تولید بدلیل افزایش هزینه‌های نیروی کار،

جدول ۱- نام روستاها، جامعه آماری و نمونه منتخب

ردیف	نام روستا	جامعه	تعداد نمونه منتخب
۱	کوه بیجار	۱۲۵	۱۵
۲	سوستان	۳۰۰	۳۵
۳	علیسرود	۱۲۵	۱۵
۴	کنتشال بالا	۲۰۰	۲۵
۵	سرچشمه	۲۵۰	۳۰
۶	سطلسر	۳۵۰	۴۰
جمع		۱۳۵۰	۱۶۰

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

بر اساس نتایج، میانگین تجربه تولید چای اکثر پاسخگویان حدود ۳۴ و میانگین سن اکثر آنان حدود ۵۶ سال بود که حاکی از تجربه مناسب کاری و میانسال بودن اکثر آنان است. همچنین، نتایج نشان داد میانگین مساحت باغ چای اکثر پاسخگویان بیش از ۳۸۰۰ متر مربع است که حاکی از کشت چای در سطحی محدود توسط غالب آنان است. اکثر پاسخگویان (۷۵ نفر) بی‌سواد بودند (جدول ۲). علاوه بر

این، کشت چای شغل اصلی اکثر پاسخگویان بوده است. اراضی اکثر آنان ملکی بوده که آن را بدون تغییر کاربری از ابتدا به کشت آن اختصاص داده‌اند. محل تولد اکثر پاسخگویان روستا و علاقه شخصی و سپس توصیه خانواده، مهم‌ترین مشوق آنان برای کشت چای بوده است.

جدول ۲- توصیف برخی ویژگی‌های فردی و اقتصادی پاسخگویان

تجربه تولید چای (سال)	فراوانی	درصد فراوانی	میانگین	انحراف معیار
۱-۲۰	۲۲	۱۳/۷۵	۳۳/۸۸	۱۰/۰۵
۲۱-۴۰	۱۰۱	۶۳/۱۲		
بیشتر از ۴۰	۳۷	۲۳/۱۳		
سن (سال)	فراوانی	درصد فراوانی	میانگین	انحراف معیار
۳۰-۴۵	۳۱	۱۹/۳۷	۵۵/۶۱	۱۱/۱۳
۴۶-۶۰	۷۵	۴۶/۸۸		
بیشتر از ۶۱	۵۴	۳۳/۷۵		
مساحت باغ چای (متر مربع)	فراوانی	درصد فراوانی	میانگین	انحراف معیار
۱-۲۰۰۰	۷۱	۴۴/۳۷	۳۸۰۰/۸۹	۳۹۲۵/۴۷
۲۰۰۱-۴۰۰۰	۳۳	۲۰/۶۳		
بیشتر از ۴۰۰۰	۵۶	۳۵		
سواد	فراوانی	درصد فراوانی	نما	
بی‌سواد	۷۵	۴۶/۸۷	بی‌سواد	
ابتدایی	۲۷	۱۶/۸۸		
راهنمایی	۴۰	۲۵		
دیپلم و بالاتر	۱۸	۱۱/۲۵		

به منظور تعیین میزان واریانس تبیین شده توسط هر یک از متغیرهای مرتبط با چالش‌های تولید چای در قالب عامل-های دسته‌بندی شده، از تحلیل عاملی استفاده شد. برای تعیین تعداد عوامل، عواملی مورد پذیرش قرار گرفتند که مقدار ویژه آن‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای از یک بزرگ‌تر بود. مقدار ویژه بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرها می‌باشد و هر چه مقدار آن بزرگ‌تر باشد، نشان دهنده این است که اهمیت و تاثیر آن عامل بیشتر است. در

نتیجه ۱۳ عامل که مقدار ویژه آن‌ها از یک بزرگ‌تر بود، استخراج گردیدند (جدول ۳). عامل اول بیشترین سهم (۱۶/۵۶۲ درصد) و عامل سیزدهم کمترین سهم (۲/۳۵۰ درصد) را در تبیین واریانس کل متغیرها دارند. تمامی عوامل نامبرده در مجموع ۵۸/۷۹ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین کردند و به خود اختصاص دادند و ۴۱/۲۱ درصد از واریانس باقی‌مانده نیز به عواملی مربوط بود که پیش‌بینی آنها میسر نشد.

جدول ۳- تعداد عامل‌های استخراج شده و سهم هر یک از آن‌ها

شماره عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	فراوانی تجمعی درصد واریانس مقدار ویژه
۱	۱۰/۱۰۳	۱۶/۵۶۲	۱۶/۵۶۲
۲	۳/۸۴۶	۶/۳۰۶	۲۲/۸۶۸
۳	۲/۸۷۷	۴/۷۱۷	۲۷/۵۸۵
۴	۲/۶۶۲	۴/۳۶۵	۳۱/۹۴۹
۵	۲/۳۰۶	۳/۷۸۰	۳۵/۷۲۹
۶	۲/۱۹۲	۳/۵۹۴	۳۹/۳۲۳
۷	۲/۰۰۵	۳/۲۸۶	۴۲/۶۰۹
۸	۱/۸۸۶	۳/۰۹۲	۴۵/۷۰۲
۹	۱/۷۶۹	۲/۹۰۰	۴۸/۶۰۲
۱۰	۱/۷۲۵	۲/۸۲۹	۵۱/۴۳۰
۱۱	۱/۵۹۱	۲/۶۰۷	۵۴/۰۳۸
۱۲	۱/۴۷۰	۲/۴۱۰	۵۶/۴۴۸
۱۳	۱/۴۳۳	۲/۳۵۰	۵۸/۷۹۸

در نتیجه چرخش عاملی، متغیرهای مربوط به هر عامل به همراه بار عاملی آن‌ها مشخص شد (جدول ۴). متغیرهایی که در عامل اول قرار گرفتند شامل عدم وجود برنامه تبلیغی برای چای داخل در رسانه‌های ارتباط جمعی، کیفیت پایین نهاده‌های مصرفی در چایکاری، واردات بی‌رویه چای خارجی و از بین بردن بازار چای تولیدی داخل، عدم ارتباط کافی و مناسب باغداران با مصرف کنندگان و در نتیجه عدم شناخت نیازها و انتظارات مصرف کنندگان، ناتوانی چایکاران برای رقابت با تولیدکنندگان دیگر، عدم آشنایی چایکاران با شیوه‌ها و فنون علمی رقابت با سایر رقبا در بازار، عدم حمایت مناسب چایکاران از سوی سایر اعضای خانواده آن‌ها، قیمت پایین خرید برگ سبز چای توسط دولت و عدم صرفه تولید برای چایکاران، دادن موافقت اصولی بی‌رویه به

کارخانجات چای خشک‌کنی و در نتیجه اشباع شدن منطقه از کارخانجات، نبود بازار مصرف مناسب چای در منطقه، قدرت پایین اقتصادی مصرف کنندگان و عدم اختصاص بخشی از درآمد خود به خرید چای مرغوب داخل و عدم ایجاد فرصت برای بازدید باغداران از واحدهای تولیدی موفق چایکاری در داخل و خارج از کشور بودند. مقدار ویژه عامل اول (۱۰/۱۰۳) از تمامی عوامل دیگر بیشتر بود و در مجموع ۱۶/۵۶۲ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص و بیشترین سهم را در تبیین متغیرها داشته است و مهم‌ترین عامل تبیین‌کننده چالش‌های تولید چای است. طبیعت متغیرهای مربوط به این عامل به گونه‌ای بود که تحت عنوان "ضعف سیاستگذاری" نامگذاری شد. نتایج این بخش از تحقیق در مطالعات Ronno (2000)، Thapa

درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. با توجه به طبیعت متغیرهای تشکیل‌دهنده آن، می‌توان آن را تحت عنوان "ضعف برنامه‌های حمایتی" نامگذاری کرد. این یافته با یافته‌های Nasir and Shamsuddoha (2011) و Thapa (2005)، مطابقت دارد. در عامل ششم، متغیر ناکافی بودن برنامه‌های آموزشی و ترویجی برای باغداران و اطلاعات فنی ناکافی چایکاران دارای بار عاملی بسیار معنی‌دار و قابل قبول بود. مقدار ویژه عامل مذکور برابر با ۲/۱۹۲ بود و در مجموع ۳/۵۹۴ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد لذا می‌توان آن را تحت عنوان "ضعف خدمات ترویجی" نام نهاد. نتایج این بخش با نتایج مطالعه Thapa (2005)، مطابقت دارد. عامل هفتم، با مقدار ویژه برابر با ۲/۰۰۵، در مجموع ۳/۲۸۶ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. در این عامل متغیرهای عدم وجود مهارت‌های کارآفرینانه در چایکاران و نداشتن وثیقه برای اخذ اعتبارات بانکی توسط چایکار، دارای بار عاملی بسیار معنی‌دار و قابل قبولی بود و با توجه به طبیعت آن، تحت عنوان "فقدان مهارت‌ها و ملزومات کسب و کار" نامگذاری شد. این نتیجه با یافته‌های Thapa (2005)، Hussain and Hazarika (2010) و Sanjari (2010)، مطابقت دارد. عامل هشتم با مقدار ویژه برابر با ۱/۸۸۶، در مجموع ۳/۰۹۲ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. در این عامل متغیرهای اتکای بیش از حد چایکاران به دولت و اشباع بودن بازار تولید چای بدلیل توسعه بیش از حد باغات، دارای بار عاملی بسیار معنی‌دار و قابل قبولی بود و با توجه به طبیعت آن، تحت عنوان "ضعف خوداتکایی و برنامه‌ریزی" نامگذاری شد. در عامل نهم، متغیرهای شرایط نامطلوب تسهیلات بانکی، قیمت بالای مواد اولیه، نهاده‌ها و تجهیزات و هزینه بالای تولید چای و رقابت ناسالم در بین چایکاران دارای بار عاملی بسیار معنی‌دار و قابل قبول بودند. مقدار ویژه عامل مذکور برابر با ۱/۷۶۹ بود و در مجموع ۲/۹۰۰ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد لذا می‌توان آن را تحت عنوان "فضای نامطلوب تولید" نام نهاد. این یافته توسط Ronno (2000)، Thapa (2005)، Hussain and Hazarika (2010) و Gesimba et al (2008)، Nasir and Vandervwal (2005)،

Lamb (2005)، Hussain and Hazarika (2010)، Gesimba et al (2010)، Vandervwal (2005)، Nasir and Shamsuddoha (2011)، Qasemi (2007)، Heydari (2009) و Sanjari (2010)، نیز تایید شده است. متغیرهایی که در عامل دوم قرار گرفتند شامل عدم وجود تشکل و اتحادیه باغداران چای در منطقه یا در صورت وجود ضعف آن، عدم اطلاع‌رسانی به باغداران در زمینه بازار مصرف چای، سطح پایین تحصیلات باغداران چای و استقرار بازار مصرف در محل نامناسب و در نقطه‌ای دور از باغات چای منطقه بودند. مقدار ویژه عامل دوم برابر با ۳/۸۴۶ بود و در مجموع ۶/۳۰۶ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. این عامل با توجه به متغیرهای آن تحت عنوان "فقدان تشکل کاری" نامگذاری شد. متغیرهایی که در عامل سوم قرار گرفتند شامل مقررات دست و پاگیر مربوط به اخذ تسهیلات بانکی توسط چایکار، عدم هماهنگی مناسب بین ادارات و سازمان‌های دست اندر کار تولید چای، عدم ثبات سیاست‌های دولت در زمینه تولید چای و ضعف قوانین موجود مرتبط با کار چایکاری بودند. مقدار ویژه عامل سوم برابر با ۲/۸۸۷ بود و در مجموع ۴/۷۱۷ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد که با توجه به طبیعت متغیرهای تشکیل‌دهنده آن، می‌توان آن را تحت عنوان "ضعف قوانین" نامگذاری کرد. نتایج این بخش با نتایج مطالعه Thapa (2005)، Gesimba et al (2005)، Nasir and Shamsuddoha (2011) و Sanjari (2010)، مطابقت دارد. عامل چهارم با مقدار ویژه ۲/۶۶۲، در مجموع ۴/۳۶۵ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. عدم وجود روحیه میل به پیشرفت و موفقیت در چایکاران و خطرگریزی باغداران و عدم تمایل آنها به خطر کردن و ترس آنها از شکست، متغیرهای تشکیل‌دهنده این عامل بودند که چالش‌های تولید چای را تبیین می‌نمایند و لذا تحت عنوان "فقدان روحیه کارآفرینی" نامگذاری شد. متغیرهایی که در عامل پنجم قرار گرفتند شامل کمبود نقدینگی و نداشتن سرمایه کافی چایکاران، عدم وجود تحقیقات مورد نیاز باغداران در سطح دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و کاغذ بازی اداری و طولانی بودن انجام امور کاری باغداران چای بودند. مقدار ویژه عامل مذکور برابر با ۲/۳۰۶ بود و در مجموع ۳/۷۸۰

شامل کمبود خدمات مشاوره ای فنی و مهندسی بخش خصوصی برای باغداران در منطقه و عدم برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها برای معرفی پتانسیل تولید چای در منطقه بودند. مقدار ویژه عامل مذکور برابر $1/470$ بود و در مجموع $2/410$ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. با توجه به طبیعت متغیرهای تشکیل‌دهنده آن، می‌توان آن را تحت عنوان "ضعف خدمات فنی و تبلیغی" نامگذاری کرد. این یافته با یافته‌های Ronno (2000) و Gesimba et al (2005)، مطابقت دارد. عامل سیزدهم با مقدار ویژه برابر $1/433$ ، در مجموع $2/350$ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. در این عامل متغیرهای عدم حمایت مناسب دولت و عدم وجود فناوری مناسب خشک کردن چای به صورت استاندارد در منطقه، دارای بار عاملی بسیار معنی‌دار و قابل قبولی بود و با توجه به طبیعت آن، تحت عنوان "فقدان حمایت دولتی" نامگذاری شد. این یافته با یافته‌های International Tea Nasir and Shamsuddoha (1994) Committee (2007) Qasemi (2007) و Sanjari (2010)، همخوانی دارد.

Gaminda (2010) Sanjari (2011) Shamsuddoha (2008) Ganewatta and Edwards Vandervwal (2000) Shill (2013)، تایید شده است. متغیرهایی که در عامل دهم قرار گرفت عدم اطلاع رسانی به باغداران در زمینه وضعیت بازار مصرف محصول و تعداد کم کارخانجات فرآوری چای در منطقه بود. مقدار ویژه عامل مذکور برابر با $1/725$ و در مجموع $2/829$ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد. با توجه به طبیعت متغیرهای تشکیل‌دهنده آن، می‌توان آن را تحت عنوان "ضعف اطلاع‌رسانی" نامگذاری کرد. این یافته تایید کننده یافته‌های Ronno (2000) و Sanjari (2010)، است. در عامل یازدهم، متغیرهای علاقه‌مندی چایکاران برای رها کردن کار تولید چای و کار در کارخانجات چای خشک کنی و عدم نظارت مناسب و افزایش روند تغییر کاربری باغات چای برای ساخت ساختمان، واحدهای صنعتی و... دارای بار عاملی بسیار معنی‌دار و قابل قبول بودند. مقدار ویژه عامل مذکور برابر با $1/591$ بود و در مجموع $2/607$ درصد از واریانس کل متغیرها را به خود اختصاص داد لذا می‌توان آن را تحت عنوان "فقدان انگیزه-ی تولید" نام نهاد. مطالعه Qasemi (2007)، نیز موید این یافته است. متغیرهایی که در عامل دوازدهم قرار گرفتند

جدول ۳- متغیرهای مربوط به هر یک از عوامل و میزان ضرایب به دست آمده از ماتریس دوران یافته

نام عامل	بار عاملی	گویه‌ها
ضعف سیاستگذاری	۰/۶۶	عدم وجود برنامه تبلیغی برای چای داخل در رسانه‌های ارتباط جمعی
	۰/۵۲	کیفیت پایین نهادهای مصرفی در چایکاری
	۰/۵۰	واردات بی رویه چای خارجی و از بین بردن بازار چای تولیدی داخل
	۰/۵۱	عدم ارتباط کافی باغداران با مصرف کنندگان و در نتیجه عدم شناخت نیازها و انتظارات مصرف کنندگان
	۰/۵۶	ناتوانی چایکاران برای رقابت با تولیدکنندگان دیگر
	۰/۵۳	عدم آشنایی چایکاران با شیوه‌ها و فنون علمی رقابت با سایر رقبا در بازار
	۰/۵۶	عدم حمایت مناسب چایکاران از سوی سایر اعضای خانواده آن‌ها
	۰/۷۱	قیمت‌گذاری پایین خرید چای توسط دولت و عدم صرفه تولید برای چایکاران
	۰/۶۱	دادن موافقت اصولی بی رویه به کارخانجات چای خشک کنی و در نتیجه اشباع شدن منطقه از کارخانجات
	۰/۸۰	نبود بازار مصرف مناسب چای در منطقه
فقدان تشکل کاری	۰/۷۵	قدرت پایین اقتصادی مصرف کنندگان و عدم اختصاص بخشی از درآمد خود به خرید چای مرغوب داخل
	۰/۶۱	عدم ایجاد فرصت برای بازدید باغداران از واحدهای تولیدی موفق چایکاری در داخل و خارج از کشور
	۰/۵۱	عدم وجود تشکل و اتحادیه باغداران چای در منطقه یا در صورت وجود ضعف آن
	۰/۵۶	عدم اطلاع رسانی به باغداران در زمینه بازار مصرف چای
	۰/۷۵	سطح پایین تحصیلات باغداران چای

۰/۷۲	استقرار بازار مصرف در محل نامناسب و در نقطه‌ای دور از باغات چای منطقه	
۰/۶۲	مقررات دست و پاگیر مربوط به اخذ تسهیلات بانکی توسط چایکار	ضعف قوانین
۰/۵۷	عدم هماهنگی مناسب بین ادارات و سازمان‌های دست اندر کار تولید چای	
۰/۸۶	عدم ثبات سیاست‌های دولت در زمینه تولید چای	
۰/۸۲	ضعف قوانین موجود مرتبط با کار چایکاری	
۰/۸۳	عدم وجود روحیه میل به پیشرفت و موفقیت در چایکاران و خطر گریزی باغداران	فقدان روحیه کارآفرینی
۰/۸۲	عدم تمایل آنها به خطر کردن و ترس آنها از شکست	
۰/۶۷	کمبود نقدینگی و نداشتن سرمایه کافی چایکاران	ضعف برنامه‌های حمایتی
۰/۵۲	عدم وجود تحقیقات مورد نیاز باغداران در سطح دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی	
۰/۶۲	کاغذ بازی اداری و طولانی بودن انجام امور کاری باغداران چای	
۰/۵۶	ناکافی بودن برنامه‌های آموزشی و ترویجی برای باغداران	ضعف خدمات ترویجی
۰/۸۲	اطلاعات فنی ناکافی چایکاران	
۰/۷۶	عدم وجود مهارت‌های کارآفرینانه در چایکاران	فقدان مهارت‌ها و ملزومات
۰/۶۴	نداشتن وثیقه برای اخذ اعتبارات بانکی توسط چایکار	کسب و کار
۰/۶۹	اتکای بیش از حد چایکاران به دولت	ضعف خوداتکایی و برنامه-ریزی
۰/۵۳	اشباع بودن بازار تولید چای بدلیل توسعه بیش از حد باغات	
۰/۶۰	شرایط نامطلوب تسهیلات بانکی	فضای نامطلوب تولید
۰/۵۰	قیمت بالای مواد اولیه، نهاده‌ها و تجهیزات و هزینه بالای تولید چای	
۰/۸۰	رقابت ناسالم در بین چایکاران	
۰/۷۸	عدم اطلاع‌رسانی به باغداران در زمینه وضعیت بازار مصرف محصول	ضعف اطلاع‌رسانی
۰/۵۳	تعداد کم کارخانجات فرآوری چای در منطقه	
۰/۷۴	علاقه‌مندی چایکاران برای رها کردن کار تولید چای و کار در کارخانجات چای خشک کنی	فقدان انگیزه‌ی تولید
۰/۸۲	عدم نظارت مناسب و افزایش روند تغییر کاربری باغات چای برای ساخت ساختمان، واحدهای صنعتی و..	
۰/۶۴	کمبود خدمات مشاوره‌ای فنی و مهندسی بخش خصوصی برای باغداران در منطقه	ضعف خدمات فنی و تبلیغی
۰/۷۶	عدم برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها برای معرفی پتانسیل تولید چای در منطقه	
۰/۵۵	عدم حمایت مناسب دولت	فقدان حمایت دولتی
۰/۷۷	عدم وجود فناوری مناسب خشک کردن چای به صورت استاندارد در منطقه	

نتیجه‌گیری کلی و پیام ترویجی

پذیری آنان در مواجهه با مخاطرات و شرایط نامناسب تولید را بیشتر نماید. نتایج تحلیل عاملی نشان داد عامل "ضعف سیاست‌گذاری"، با ۱۲ متغیر، مهمترین چالش تولید چای در بین چایکاران مورد مطالعه به شمار می‌رود که لازم است اقدامات لازم در مورد رفع یا کاهش اثر آن‌ها صورت پذیرد از این رو با توجه به نتایج به دست آمده توصیه‌های زیر قابل ارایه است:

بر اساس نتایج تحقیق، اکثر پاسخگویان فاقد سواد، میانسال، خرده مالک، دارای خاستگاه روستایی و تجربه زیاد در کشت چای بودند. وجود تجربه زیاد در کشت چای نقطه قوت مهمی در چایکاران مورد مطالعه به‌رغم فقدان سواد تلقی می‌شود. شغل اصلی اکثر پاسخگویان کشت چای بوده، بر اساس علاقه و توصیه خانواده به کشت این محصول روی آورده و وابستگی زیادی از نظر کسب درآمد به کشت آن دارند، از این نظر، اشتغال بیشتر پاسخگویان به کشت تک محصول و عدم تنوع منبع درآمدی، می‌تواند آسیب-

پیام ترویجی

- شناسایی سایر منابع درآمدی برای چایکاران (تنوع بخشی به تولید محصولات، راه اندازی کسب و کارهای کوچک روستایی و...) با هدف تنوع بخشی به منابع درآمدی و کاهش وابستگی آن به درآمد صرف چایکاری؛
- تهیه، تدوین و پخش برنامه‌های تبلیغی مناسب برای معرفی بیشتر چای تولید داخل در رسانه‌های ارتباط جمعی نظیر رادیو، تلویزیون، اینترنت و به ویژه فضای مجازی با حمایت سازمان چای کشور؛
- نظارت در تولید و عرضه نهاده‌های با کیفیت تولید چای با مشارکت و همراهی سازمان چای کشور و چایکاران و تشکل‌های آنان؛
- قیمت‌گذاری مناسب و منطقی خرید برگ سبز چای توسط دولت با در نظر گرفتن تمامی عوامل همچون نرخ تورم، هزینه تولید و سود مناسب برای چایکاران؛
- توجه به میزان عرضه و تقاضا و مصرف چای در داخل از سوی وزارت جهاد کشاورزی و صنعت، معدن و تجارت با هدف اتخاذ سیاست‌های مناسب در زمینه واردات چای خارجی با هدف تقویت بازار چای تولیدی داخل و تلاش درجهت یافتن بازارهای هدف در خارج از کشور؛
- بسترسازی آگاهی و ارتباط متقابل هر چه بیشتر بین افراد جامعه (مصرف کنندگان) و چایکاران با هدف شناخت نیازها و انتظارات مصرف کنندگان و در نتیجه تولید محصول چای و فرآورده‌های با کیفیت از چای متناسب با قدرت خرید و نیازها و انتظارات مصرف کنندگان. در این مورد همکاری رسانه‌های ارتباط جمعی و برگزاری نشست‌ها، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های ملی و منطقه‌ای چای مهم تلقی می‌شود؛
- طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی با مشارکت چایکاران با هدف تقویت توانایی‌ها، ظرفیت‌ها، خلاقیت‌ها و استعدادهای آنان و آشنایی با شیوه‌ها و فنون علمی رقابت با سایر رقبای بازار؛
- طراحی و اجرای برنامه آموزش‌های حمایتی خانواده محور و افزایش سطح پوشش آموزش‌های ترویجی برای کلیه اعضای خانواده چایکاران به ویژه جوانان و نوجوانان با هدف بهبود تقسیم کار در سطح خانواده و افزایش سطح مشارکت اعضا در فرایند تولید؛
- اعطای موافقت اصولی تاسیس کارخانجات چای خشک‌کنی بر مبنای نیازسنجی و متناسب با میزان تولید برگ سبز چای مناطق؛
- طراحی و ایجاد فرصت‌های آموزشی برای بازدید چایکاران از واحدهای تولیدی موفق چایکاری در داخل و خارج از کشور.

منابع منتخب

1. Agricultural Jihad Organization of Guilan Province. (1400). Statistics of the area under tea cultivation in the province. <https://www.jkgc.ir/>.
2. Baffes, J. (2004). Tanzania's tea sector constraints and challenges. *Africa Region Working Paper Series* No. 69 June 2004
3. Heydari, A. (2011). Investigating the barriers to competitiveness of domestically produced tea with similar foreign samples and solutions to eliminate it. Available at: [www.payvand.net / pdf/maghaleh4-hidari](http://www.payvand.net/pdf/maghaleh4-hidari) (In Farsi).
4. Hicks, A. (2009). Current status and future development of global tea production and tea products. *Assumption Journal of Technology*. 12(4), 51-64.
5. Hussain, M.M and Hazarika, S.D. (2010). Assam Tea Industry and its Crisis. *Dialogue Journal*, 12(1), 150-165.
6. Gesimba, R.M., Langat, M.C., Liu, G and Wolukau, J.N. (2005). The Tea Industry in Kenya; the Challenges and Positive Developments. Department of Horticulture, Egerton University, Kenya.p3.
7. Gaminda Ganewatta, G and Edwards, G.W. (2000). The Sri Lanka Tea Industry: Economic Issues and Government Policies. Paper is prepared for the 44th Annual Conference of Australian Agricultural and Resources Economics Society, University of Sydney, Australia, 23 – 25 January 2000.
8. International Tea Committee. (1994). Tea from small farmers in Zimbabwe. Annual Bulletin of Statistics Association of Dutch Coffee Roasters and Tea Packers, Amsterdam, 1994 Annual Report.
9. Lamb, H. (2010). Stirring up the tea trade, can we build a better future for tea producers? Fairtrade Foundation, UK, 24p.
10. Malakoutikhah., M and Sokhtehsarai, A. (2010). Investigating the situation of the country's tea industry during the years 2001-2010. *Program Weekly*, 373:19-14 (In Farsi).
11. Nasir, T., and Shamsuddoha, M. (2011). Tea Productions, Consumptions and Exports: Bangladesh Perspective. *International Journal of Educational Research and Technology*, 2(1), 68-73.
12. Office of Economic Affairs, Deputy Minister of Planning and Economy, Ministry of Jihad Agriculture. (2017). State Tea Industry Status Report. 20 p (In Farsi).
13. Qasemi, A. (2007). A look at the performance of the tea structure reform plan in organizing the country's tea industry. *Economic Journal*, 5(50-51), 68-53(In Farsi).
14. [Ronno, W.K.](#) (2000). Tea research highlights: successes, strategic challenges and opportunities for the tea industry in Kenya. Tea Research Foundation of Kenya. 26p.
15. Sanjari, M. (2010). A look at the Iranian tea industry, the current situation, challenges and solutions. Country Tea Organization, 24 p (In Farsi).
16. [Shill, P.](#) (2013). Export scenario and challenges in front of Indian tea industry in the 21st century. *Indian Journal of Applied Research*. 3(6), 378-379.
17. Thapa, A.N.S. (2005). Concept Paper on Study of Nepalese Tea Industry, Vision 2020. Nepal Tree Crop Global Development Alliance (NTCGDA), Winrock International Baneshwor, Kathmandu, Nepal. 30p.
18. Vandervwal, S. (2008). Sustainability issues in the tea sector, a comparative analysis of six leading producing countries. Centre for Research on Multinational Corporations, Amsterdam, Netherlands. 103p.