

نقش شبکه های تعاونی روستایی در خرید تضمینی محصولات کشاورزی (مطالعه موردی چای)

چکیده

خرید تضمینی محصولات کشاورزی به عنوان یک ابزار مداخله دولت در بخش کشاورزی، مورد توجه سیاستگذاران و برنامه ریزان کشورها و از جمله ایران بوده است. دولتها به منظور حمایت از کشاورزان، تنظیم بازار و اعمال مدیریت در تولید محصولات کشاورزی و با قیمت مصوب به صورت تضمینی اقدام به خرید برخی محصولات کشاورزی می نمایند. چای نیز یکی از محصولاتی است که تحت این سیاست دولت قرار دارد و با توجه به نیاز کشور به این کالا و نیز تقاضای فزاینده مصرف کنندگان، لزوم توجه به این محصول آشکار است. مسئولیت خرید تضمینی محصول چای از سال ۱۳۸۴ به عهده سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران می باشد. طرح خرید تضمینی محصول چای شامل خرید برگ سبز از کشاورزان چای کار، فروش رایانه ای برگ سبز به کارخانه و خرید چای خشک از کارخانه به صورت تضمینی می باشد. این سازمان توسط شرکتهای تعاونی روستایی پراکنده در سطح استانها این مسئولیت را به جای می آورد. در این تحقیق هدف بررسی نقش این شبکه های تعاونی در خرید تضمینی چای می باشد و اینکه آیا این شبکه ها در خرید تضمینی چای و جلب رضایت چایکاران و کارخانه داران موثر بوده اند یا خیر. بدین منظور اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه های تکمیلی از چایکاران و کارخانه داران استان گیلان را با استفاده از برنامه SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار داده ایم و نتایج زیر بدست آمد:

بیشتر کشاورزان با نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ موافق بوده اند و عقیده دارند که این نحو خرید به نفع کشاورزان بوده است. به عقیده اکثر قریب به اتفاق کشاورزان نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع کارخانه داران بوده است. با بررسی سوال «افزایش قیمت برگ سبز چای باعث افزایش کیفیت چای می شود»، آنچه نتیجه می شود این است که حدود ۹۰ درصد کشاورزان با این نظریه موافقتند. و از نظر آنان با افزایش قیمت برگ سبز چای می توان بر کیفیت چای افزود. و تنها عده کمی از چایکاران با این نظریه مخالفت کرده اند. تقریباً ۸۵٪ چایکاران معتقدند پس از اجرای خرید تضمینی در سال ۸۴ و ۸۵ کشاورزان بیشتر به بهزراعی و اصلاح باغات خود روی آوردند. بنابراین عملکرد شبکه های تعاونی روستایی به گونه ای بوده است که کشاورزان را تشویق به اصلاح باغاتشان نموده است. به عقیده چایکاران قیمت تضمینی برگ سبز چای کفاف هزینه های آنها را نمی دهد و هزینه های برگ سبز چای خیلی بیشتر از قیمت تضمینی آن است.

پس از بیان تفصیلی نتایج نظر سنجی چایکاران و با مطالعه پیشنهادهای چایکاران این نتایج بدست آمد: خرید چای توسط دولت بصورت تضمینی همراه با افزایش قیمت باشد (۳۲ درصد از چایکاران)، دادن اعتبارات و تسهیلات کافی و بموقع همراه با بهره مناسب و طولانی مدت و یا بلاعوض (۱۲/۵ درصد از چایکاران)، حمایت همه جانبه دولت از صنعت چای و چایکاران (۹ درصد از چایکاران)، توزیع به موقع کودهای شیمیایی و سموم دفع آفات د زمان مناسب همراه با افزایش سهمیه و کاهش بهای آنها. (۷/۸۱ درصد از چایکاران)، نظارت کامل و سازمان یافته بر کارخانجات چای خشک کنی تا فراوری چای طبق استانداردهای لازم همراه با رعایت اصول بهداشتی و فنی صورت گیرد تا موجب ارتقاء کمی و کیفی چای شود. (۱۲/۷ درصد از چایکاران)، احیای مجدد سازمان چای یا نهاد و سازمان مشخصی که متولی امور مربوط به صنعت چای باشد. (۶/۷ درصد از چایکاران)، آموزش و ترویج عملیات به زراعی باغات (هرس، مبارزه با آفات و...) تحت مدیریت سازمان یافته برای آشنا ساختن چایکاران با علم روز چای و افزایش بهره‌وری. (۶/۴۷ درصد از چایکاران)، استفاده از متخصصان و کارشناسانی که با علم روز چای از شناخت کافی برخوردارند تا با اعمال نظر دقیق خود در هنگام خرید چای ظلم یا اجحافی به چایکاران نشود. (۶/۴۷ درصد از چایکاران)، لزوم لحاظ قیمت تمام شده کارخانجات در امر قیمت گذاری (حدود ۲۰٪ از کل پیشنهادت)، تضمین دولت در خرید کلیه مقدار چای تولید شده (حدود ۳۰٪ از کل پیشنهادها)، افزایش قیمت تضمینی چای از سوی دولت (حدود ۴۰٪ از کل پیشنهادت)، سایر پیشنهادها شامل حمایت مالی دولت از کارخانه داران، حمایت مالی دولت از چایکاران، حمایت دولت برای فروش چای داخلی می باشد.



مقدمه

اغلب کشورهای پیشرفته جهان به منظور تقویت بخش کشاورزی از شیوه‌های حمایتی مختلفی از جمله خرید تضمینی محصولات کشاورزی استفاده می‌کنند. خرید تضمینی محصولات کشاورزی خصوصاً در خصوص آن دسته از تولیدات کشاورزی که جزء کالاهای استراتژیک محسوب می‌شوند سبب می‌شود که کشاورزان رغبت بیشتری به تولید آنها نشان می‌دهند که پیامدهای مثبتی برای اقتصاد کشور به دنبال خواهد داشت.

به گفته کارشناسان در هر شرایطی، توسعه بخش کشاورزی پیش شرط و نیاز ضروری توسعه اقتصادی است و تا زمانی که موانع توسعه در این بخش برطرف نشود سایر بخشها نیز به شکوفایی و رشد توسعه نخواهند رسید.

به طور کلی در « طرح خرید تضمینی برگ سبز چای » بهای برگ سبز چایکار مستقیماً توسط سازمان تعاونی روستایی پس از مدت زمانی به حساب شخصی چایکار واریز می‌گردد. سازمان تعاون روستایی برگ سبز را به صورت یارانه ای به کارخانه می‌فروشد و نحوه بازپرداخت وجه برگ سبز خریداری شده توسط کارخانه به سازمان تعاون روستایی به صورت نقدی یا تحویل چای خشک تولیدی (معادل ریالی برگ سبز تحویل شده) می‌باشد.

در ابتدای سال ۱۳۸۵، شورای اقتصاد ضمن بازنگری طرح مذکور و بررسی پیشنهادات سازمان مدیریت و برنامه ریزی و کار گروه موضوع بند ۸ مصوبه شماره ۳۴/۲۵۷۱۹ مورخ ۸۴/۲/۲۰ شورای اقتصاد در خصوص تعیین سازوکارهای خرید تضمینی برگ سبز چای و فروش آن را مورد بحث و بررسی قرار داد که مفاد آن به شرح ذیل می‌باشد.

۱ - سازمان مرکزی تعاون روستایی به عنوان دستگاه مباشر، مسئول خرید و تحویل گیری برگ سبز چای به نرخ خرید تضمینی خواهد بود.

۲ - به منظور تامین منابع مالی مورد نیاز خرید برگ سبز چای، تسهیلات مورد نیاز در جدول گردش نقدینگی سازمان مرکزی تعاون روستایی منظور و به بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ارسال شود.

۳ - خرید برگ سبز از کشاورزان مطابق روشهای زیر خواهد بود:

۳-۱ - در صورت عرضه برگ سبز توسط کشاورزان، دستگاه مباشر باید ضمن احصای سطح زیر کشت و تایید میزان قابل برداشت، در ازای تحویل هر کیلوگرم برگ سبز چای از کشاورزان چای کار در مراکز خرید تعیین شده، با رطوبت حداکثر ۱۰ درصد و بر حسب درجه کیفی ۱ و ۲ به ترتیب ۳ هزار و ۲۵۰ ریال و یک هزار و ۹۰۰ ریال (موضوع مصوبه شماره ۸۹۸۷۶ ت/ ۳۴۷۵۲ ک مورخه ۱۳۸۴/۱۲/۲۸ شورای اقتصاد) پرداخت کند.

تبصره: برگ سبز درجه یک، مجموعه برگهایی است که ۸۰ درصد دو برگ و یک غنچه و ۲۰ درصد یک برگ و یک غنچه دارد. برگ سبز درجه دو مجموعه برگهایی است که ۶۰ درصد سه برگ و یک غنچه و ۲۵ درصد چهار برگ و یک غنچه و ۱۵ درصد یک برگ و دو برگ لطیف دارد.

۳-۲ - جهت تشویق کارخانجات چای به فعالیت بر مبنای ساز و کار بازار، دستگاه مباشر موظف است در صورت تمایل کارخانجات به خرید برگ سبز چای و فرآوری و فروش چای خشک در بازار آزاد، ضمن انعقاد قرارداد با آنها، برگ سبز خریداری شده از کشاورزان را بر حسب بهاره و غیر بهاره به طور میانگین معادل یک هزار و ۳۶۰ ریال و ۶۶۵ ریال، به فروش رساند.

۳-۳ - نحوه بازپرداخت وجه برگ سبز خریداری شده توسط کارخانجات، به صورت نقدی یا تحویل چای خشک

تولیدی از برگ سبز انجام شود.

۳-۴ - میانگین قیمت چای خشک تحویلی از کارخانجات چای بابت بدهی کارخانجات به دستگاه مباشر (بدهی مربوط به برگ سبز دریافتی)، به ازای هر کیلوگرم ۶ هزار ریال تعیین می‌شود.

۳-۵ - ضوابط کیفی چای خشک بر اساس سازوکار مندرج در مصوبه شماره ۳۴/۲۵۷۱۹ مورخه ۱۳۸۴/۲/۲۰ شورای اقتصاد تعیین و مورد عمل قرار خواهد گرفت.

۳-۶ - دوره زمانی برگ سبز از ۱۰ اردیبهشت ماه تا ۱۰ مهر ۱۳۸۵ است.

۴ - به منظور فرآوری برگ سبز چای خریداری شده توسط دولت، دستگاه مباشر اقدام به انعقاد با کارخانجات چای کند.

۵ - دستگاه مباشر موظف است تمهیدات لازم برای فروش چای خشک خریداری شده (موضوع بند ۳-۳ این مصوبه) را در سال جاری از طریق مزایده در آبان ماه سال ۱۳۸۵ به نحوی فراهم کند که حداکثر تا پایان دی ماه سال ۱۳۸۵، کل موجودی چای به فروش برسد. در صورت عدم امکان فروش چای خشک خریداری شده، دستگاه مباشر با هماهنگی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور نسبت به تعیین تکلیف آن اقدام خواهد کرد.

۶ - هزینه های تبیی خرید و فروش توسط سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور با هماهنگی وزارت جهاد کشاورزی (سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران) و وزارت بازرگانی (سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان) تعیین خواهد شد.

۷ - کار گروهی با عضویت وزارت جهاد کشاورزی (مسئول)، وزارت کشور (استانداری گیلان)، وزارت بازرگانی (سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولید کنندگان)، وزارت صنایع و معادن و سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور موظفند تا پایان تیر ماه سال جاری برنامه خرید برگ سبز و چای خشک را با هدف کاهش دخالت دولت در امر خرید و فروش برگ سبز و چای خشک، تنظیم و برای اتخاذ تصمیم به شورای اقتصاد ارائه کنند.

روش جمع آوری اطلاعات

برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز بر اساس هر یک از جوامع مورد بحث سه پرسشنامه مجزا برای بهره بردارهای دارای باغ چای، کارخانجات تولید چای و مسئولین طراحی و روش اخذ اطلاع به صورت مصاحبه ی مستقیم در نظر گرفته شده است.

روش آماریگیری نمونه ای تصادفی بوده که در دو مرحله انجام می‌شود. در مرحله نخست آبادی های هر شهرستان به صورت سیستماتیک انتخاب شده و در مرحله بعدی با توجه به اینکه حجم نمونه هر آبادی حداکثر ۱۰ بهره برداری در نظر گرفته شده است لذا در هر آبادی دو برابر نمونه مورد نیاز فهرست برداری، انجام شده و سپس به روش سیستماتیک نمونه ها انتخاب شده اند. در صورتی که آبادی دارای محله های مختلف بود فهرست برداری از محله های مختلف صورت گرفته و نمونه ها بین محله های مختلف به تناسب توزیع گردید. همچنین در مورد آبادی هایی که تعداد بهره بردار آن کمتر از حجم نمونه بود به تعداد مورد نیاز از طریق نزدیک ترین آبادی مجاور، نمونه مورد نیاز تأمین شد. در مورد کارخانجات چای نیز در هر شهرستان به روش سیستماتیک انتخاب واحد نمونه صورت گرفته است.

روش تعیین اندازه نمونه

برای تعیین حجم نمونه از روش برآورد نسبت P با کران

خطای $B=0.5$ استفاده شده است. به دلیل عدم اطلاع اولیه از مقدار P ، از مقدار $1/2=P$ استفاده شد تا خطای ناشی از پایین بودن حجم نمونه ایجاد نگردد. فرمول محاسبه حجم نمونه به صورت زیر می باشد.

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D + pq}$$

پس از محاسبه حجم نمونه و توزیع متناسب با حجم در سطح شهرستان و انجام تعدیلات لازم که منجر به افزایش اندکی در حجم نمونه گردید، حجم نمونه نهایی $n_1=448$ و $n_2=106$ به ترتیب برای جامعه بهره برداریهای چایکار و کارخانجات تولید چای در نظر گرفته شد.

نتایج تفصیلی

نتایج تفصیلی حاصل از پرسشنامه های چایکاران در ذیل آورده شده است:

که در آن B_2 و $p=q=1/2$ و $D = \frac{B_2}{4}$

سوال	کاملا مخالفم	مخالفم	بی تفاوت	موافقم	کاملا موافقم
تعداد	۵۸	۶۳	۳۲	۱۰۶	۱۸۱
درصد	۱۲/۹	۱۴/۱	۷/۱	۲۳/۷	۴۰/۴
تعداد	۵۴	۷۴	۲۷	۱۵۵	۱۳۴
درصد	۱۲/۱	۱۶/۵	۶	۳۴/۶	۲۹/۹
تعداد	۲۲	۳۵	۵۳	۱۰۴	۲۳۴
درصد	۴/۹	۷/۸	۱۱/۸	۲۳/۲	۵۲/۲
تعداد	۳۴	۷۶	۲۶	۱۱۷	۱۹۰
درصد	۷/۶	۱۷	۵/۸	۲۶/۱	۴۲/۴
تعداد	۲۴	۴۳	۳۶	۱۴۲	۱۹۳
درصد	۵/۴	۹/۶	۸	۳۱/۷	۴۳/۱
تعداد	۳۹	۵۴	۲۹	۹۶	۲۱۹
درصد	۸/۷	۱۲/۱	۶/۵	۲۱/۴	۴۸/۹
تعداد	۳۳	۴۵	۳۳	۱۳۱	۱۹۷
درصد	۷/۴	۱۰	۷/۴	۲۹/۲	۴۴
تعداد	۵۱	۶۶	۵۷	۱۴۱	۱۲۶
درصد	۱۱/۴	۱۴/۷	۱۲/۷	۳۱/۵	۲۸/۱
تعداد	۱۱۰	۱۰۲	۱۵	۱۰۶	۲۳
درصد	۲۴/۶	۲۲/۸	۳/۳	۲۳/۷	۲۳
تعداد	۱۳	۲۸	۱۸	۷۴	۳۰۸
درصد	۲/۹	۶/۳	۴	۱۶/۵	۶۸/۸
تعداد	۴	۲	۴	۹۱	۳۴۵
درصد	۰/۹	۰/۴	۰/۹	۲۰/۳	۷۷
تعداد	۳۹	۶۷	۵۴	۱۴۰	۱۳۶
درصد	۸/۷	۱۵	۱۲/۱	۳۱/۳	۳۰/۴
تعداد	۳۴	۹۷	۴۴	۹۵	۱۷۱
درصد	۷/۶	۲۱/۷	۹/۸	۲۱/۲	۳۸/۲



کاملاً موافقم	موافقم	بی تفاوت	مخالقم	کاملاً مخالفم		سوال
۲۹۲	۸۳	۲۲	۳۰	۱۷	تعداد	مشکل اصلی بازار جای قاچاق است
۶۵/۲	۱۸/۵	۴/۹	۶/۷	۳/۸	درصد	
۲۱۲	۱۲۰	۲۴	۵۴	۳۱	تعداد	نحوه خرید برگ سبز جای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران بود
۴۷/۳	۲۶/۸	۵/۴	۱۲/۱	۶/۹	درصد	
۲۱۰	۱۳۰	۳۵	۴۱	۲۷	تعداد	نحوه خرید برگ سبز جای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع کارخانه داران بود
۴۶/۹	۲۹	۷/۸	۹/۲	۶	درصد	
۱۵۴	۱۳۶	۵۳	۷۱	۲۴	تعداد	نحوه خرید برگ سبز جای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران و کارخانه داران بود
۳۴/۴	۳۰/۴	۱۱/۸	۱۵/۸	۵/۴	درصد	
۳۰۹	۸۶	۱۰	۲۹	۱۲	تعداد	افزایش قیمت برگ سبز جای باعث افزایش کیفیت جای میشود
۶۹	۱۹/۲	۲/۲	۶/۵	۲/۷	درصد	
۲۵۶	۱۴۳	۱۲	۲۲	۹	تعداد	یکی از دلایل عدم کیفیت جای عدم به زراعی و اصلاح باغات است
۵۷/۱	۳۱/۹	۲/۷	۴/۹	۲	درصد	
۲۴۲	۱۲۸	۳۲	۲۸	۱۸	تعداد	پس از اجرای خرید تضمینی در سال ۸۴ و ۸۵ کشاورزان بیشتر به بهزراعی و اصلاح باغات روی آوردند
۵۴	۲۸/۶	۷/۱	۶/۳	۴	درصد	
۳۲۴	۸۵	۱۶	۱۱	۹	تعداد	جلوگیری جدی از قاچاق جای به داخل کشور سبب رونق گرفتن جای داخلی میشود
۷۲/۳	۱۹	۳/۶	۲/۵	۲	درصد	
۶۵	۶۸	۳	۹۹	۱۳۱	تعداد	کیفیت جای داخلی را با اضافه کردن اسانس میتوان افزایش داد
۱۴/۵	۱۵/۲	۱۶/۳	۲۲/۱	۲۹/۲	درصد	
۷۰	۹۵	۳۰	۱۳۳	۱۰۹	تعداد	کیفیت جای داخلی را میتوان با اختلاط با جای خارجی افزایش داد
۱۵/۶	۲۱/۲	۶/۷	۲۹/۷	۲۴/۳	درصد	
۱۳۷	۱۳۰	۷۱	۶۶	۲۳	تعداد	عدم کیفیت جای داخلی ناشی از فراوری آن است
۳۰/۶	۲۹	۱۵/۸	۱۴/۷	۵/۱	درصد	
۱۱۲	۱۴۵	۵۶	۸۲	۳۴	تعداد	عدم کیفیت جای داخلی ناشی از تولید آن است عدم کیفیت جای داخلی ناشی از تولید آن است
۲۵	۳۲/۴	۱۲/۵	۱۸/۳	۷/۶	درصد	
۴۸	۳۲	۳۵	۱۱۴	۲۰۰	تعداد	کیفیت جای داخلی قابل ارتقا نیست
۱۰/۷	۷/۱	۷/۸	۲۵/۴	۴۴/۶	درصد	
۲۹۵	۱۱۱	۹	۱۴	۱۶	تعداد	اگر کارخانجات جای خوب تولید کنند مشتری خواهند داشت
۶۵/۸	۲۴/۸	۲	۳/۱	۳/۶	درصد	
۳۲۴	۱۰۴	۸	۹	۳	تعداد	با انجام کارهای تبلیغی و فرهنگ سازی میتوان مصرف جای داخلی را در کشور افزایش داد
۷۲/۳	۲۲/۲	۱/۸	۲	۰/۷	درصد	
۳۰	۴۳	۵۹	۱۱۲	۱۸۵	تعداد	اگر جای ما را بخرند و بعد امحا کنند یا به جای خشک تبدیل کنند برای ما فرقی نمیکند
۶/۷	۹/۶	۱۳/۲	۲۵	۴۱/۳	درصد	
۱۹	۸	۵	۱۱۳	۲۹۴	تعداد	اگر مبلغ قابل قبولی به ما بدهند ما دیگر برگ سبز جای برداشت نخواهیم کرد
۴/۲	۱/۸	۱/۱	۲۵/۲	۶۵/۶	درصد	
۵۳	۶۹	۴۴	۱۴۲	۱۲۴	تعداد	اگر پیشنهادات سندیکای چایکاران اجرا شود عموماً به نفع چایکاران است
۱۱/۸	۱۵/۴	۹/۸	۳۱/۷	۲۷/۷	درصد	

نوسعه
بهره وری



سوال	کاملا مخالفم	مخالفم	بی تفاوت	موافقم	کاملا موافقم
اگر پیشنهادات انجمن صنفی کارفرمایان چای شمال اجرا شود به نفع چای کاران است	تعداد	۱۱۲	۱۰۸	۸۵	۷۳
	درصد	۲۵	۲۴/۱	۱۹	۱۶/۳
اگر تعاونی های چایکاران تشکیل شود در دراز مدت به نفع چایکاران است	تعداد	۶۰	۳۹	۴۱	۱۴۹
	درصد	۱۳/۴	۸/۷	۹/۲	۳۳/۳
برای چایکاران تولید چای خیلی مهم نیست، کفایت زندگی آنها تامین شود	تعداد	۲۲۲	۱۵۳	۱۳	۳۲
	درصد	۴۹/۶	۳۴/۲	۲/۹	۷/۱
اگر قرار باشد چای داخلی خریدار نداشته باشد لزومی ندارد تولید شود	تعداد	۱۶۴	۱۴۵	۲۹	۴۳
	درصد	۳۶/۶	۳۲/۴	۶/۵	۹/۶
هزینه های تولید برگ سبز چای خیلی بیشتر از قیمت تضمینی است	تعداد	۲۶	۳۴	۱۶	۷۳
	درصد	۵/۸	۷/۶	۳/۶	۱۶/۳
تصمیم گیران در حوزه مسائل چای با این محصول و تولید کنندگان آن آشنا نیستند	تعداد	۱۷	۳۴	۵۵	۱۱۷
	درصد	۳/۸	۷/۶	۱۲/۳	۲۶/۱
در داخل، برگ سبز چای تولیدی عموماً برگ سبز گیاهان دیگر بیش از اندازه یافت میشود	تعداد	۱۵۶	۱۲۸	۴۱	۷۴
	درصد	۳۴/۸	۲۸/۶	۹/۲	۱۶/۵
کارخانجات چای به چایکاران اجحاف میکنند	تعداد	۳۹	۵۸	۵۴	۱۰۸
	درصد	۸/۷	۱۲/۹	۱۲/۱	۲۴/۱
چایکاران مجبورند بخشی از محصول خود را قبل از دوره برداشت به سلف و به قیمت پایین بفروشند	تعداد	۴۳	۵۹	۲۳	۱۱۹
	درصد	۹/۶	۱۳/۲	۵/۱	۲۶/۶
مشکل چایکاران ضعف بنیه مالی است	تعداد	۹	۱۴	۵	۱۲۵
	درصد	۲	۳/۱	۱/۱	۲۷/۹
بیسوادی یکی از مشکلات چایکاران است	تعداد	۴۹	۹۰	۵۵	۱۲۹
	درصد	۱۰/۹	۲۰/۱	۱۲/۳	۲۸/۸
چایکاران آزادند به هر کارخانه‌ای که خودشان مایل باشند برگ سبز چای بفروشند	تعداد	۲۶	۴۰	۱۳	۱۵۹
	درصد	۵/۸	۸/۹	۲/۹	۳۵/۵
به دلیل راههای ارتباطی نامناسب و پرهزینه بودن حمل و نقل چایکاران مجبورند برگ سبز چای خود را به کارخانجات محدودی بفروشند	تعداد	۲۰	۳۸	۱۷	۱۶۲
	درصد	۴/۵	۸/۵	۳/۸	۳۶/۲
اگر دولت هر سال با قیمت تضمینی برگ سبز چای ما را بخرد ما راضی هستیم	تعداد	۱۳	۲۱	۹	۱۰۴
	درصد	۲/۹	۴/۷	۲	۲۳/۲
انصافاً چای داخلی کیفیت چای خارجی را ندارد	تعداد	۲۲۱	۱۳۶	۱۰	۲۸
	درصد	۴۹/۳	۳۰/۴	۲/۲	۶/۳
مقصر اصلی پایین بودن چای داخلی باغداران هستند	تعداد	۱۹۲	۱۶۳	۱۶	۳۶
	درصد	۴۲/۹	۳۶/۴	۳/۶	۸
مقصر اصلی پایین بودن چای داخلی کارخانجات هستند	تعداد	۷۱	۸۲	۵۴	۱۰۹
	درصد	۱۵/۸	۱۸/۳	۱۲/۱	۲۴/۳



سوال	تعداد	کاملاً مخالفم	مخالفم	بی تفاوت	موافقم	کاملاً موافقم
خود چایکاران هم چای خارجی موجود در بازار را بر چای تولیدی کارخانجات داخلی ترجیح می دهند و آنرا نمی خورند	تعداد: ۲۰۹ درصد: ۴۶/۷	۹۸	۲۱/۹	۳۳	۷/۴	۴۰
دلیل استفاده از لوازم مکانیکی برای چیدن برگ سبز چای بالا بودن حقوق کارگران میباشد	تعداد: ۲۵ درصد: ۵/۶	۳۳	۷/۴	۲۳	۵/۱	۳۰/۴
افراد منتسب به سندیکای چایکاران دنبال منافع چایکاران نیستند	تعداد: ۲۲ درصد: ۴/۹	۴۰	۸/۹	۳۴	۷/۶	۳۰/۱
طی سالیان اخیر سطح زیرکشت چای ایرانی کم شده است	تعداد: ۹ درصد: ۲	۹	۲	۶	۱/۳	۳۳/۹
در راستای به زراعی و بازسازی باغات چای، دستگاه تخصصی پشتیبانی فنی لازم از کشاورزی به عمل نمی آورد	تعداد: ۱۷ درصد: ۳/۸	۲۰	۴/۵	۱۷	۳/۸	۳۹/۳
کار تحقیقاتی و ترویجی لازم در راستای بهبود کیفیت چای داخلی صورت نمی گیرد	تعداد: ۱۸ درصد: ۴	۲۷	۶	۱۲	۲/۷	۳۱/۹

همان طور که جدول بالا نشان می دهد نظرات کشاورزان نسبت به موارد مطرح شده به شرح جدول بالاست. با توجه به موضوع مقاله که نقش شبکه های تعاونی روستایی در خرید تضمینی چای می باشد برخی از این سوالات را که ارتباط بیشتری با بحث مربوطه دارد بررسی می کنیم:

خرید تضمینی برگ چای نمیتواند برای همیشه رهگشای مشکل باشد



همانطور که نمودار بالا نشان می دهد که تقریباً ۵۰٪ موافق بوده و ۵۰٪ مخالفند. بنابراین نمی توان با قاطعیت گفت جمعیت کشاورزان نمونه نسبت به سوال مربوطه (خرید تضمینی برگ سبز چای نمی تواند برای همیشه رهگشای مشکل باشد) باشد. چرا که آنها در این زمینه اتفاق نظر ندارند.

نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران بود

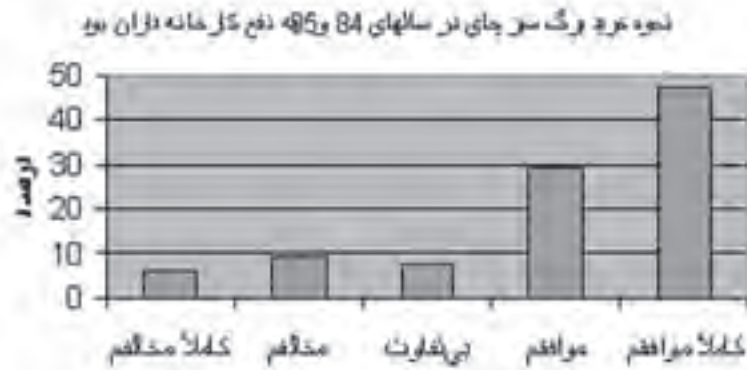


نوسعه
بهره وری



با ملاحظه در نمودار بالا آنچه به دریافت می شود این است که بیشتر کشاورزان با نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ موافق بوده اند و عقیده دارند که این نحو خرید به نفع کشاورزان بوده است و با توجه به اینکه در طی این سالها متولی خرید برگ سبز چای شبکه های تعاون روستایی بوده است بنابراین آنها نسبت به عملکرد این شبکه ها رضایت دارند.

نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع کارخانه داران بود



همانطور که نمودار بالا نشان می دهد به عقیده اکثر قریب به اتفاق کشاورزان نحوه خرید برگ سبز چای به نفع کارخانه داران بوده است. بنابراین با ملاحظه دو سوال بالا آنچه استنباط می شود این است که به عقیده این گروه، این نحو خرید هم به نفع کشاورزان بوده است و هم کارخانه داران. همانطور که نمودار زیر این مورد را در غالب یک نمودار و بر اساس یک سوال منفک نمایش می دهد:

نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران و کارخانه داران بود



افزایش قیمت برگ سبز چای باعث افزایش کیفیت چای می شود

افزایش قیمت برگ سبز چای باعث افزایش کیفیت چای میشود



با بررسی سوال «افزایش قیمت برگ سبز چای باعث افزایش کیفیت چای می شود» آنچه نتیجه می شود این است که حدود ۹۰ درصد کشاورزان با این نظریه موافقت می کنند. و از نظر آنان با افزایش قیمت برگ سبز چای می توان بر کیفیت چای افزود. و تنها عده کمی از چایکاران با این نظریه مخالفت کرده اند.

پس از اجرای خرید تضمینی در سال ۸۴ و ۸۵ کشاورزان بیشتر به بهزراعی و اصلاح باغات روی آوردند



نمودار بالا حاکی از این امر است که تقریباً ۸۵٪ چایکاران معتقدند پس از اجرای خرید تضمینی در سال ۸۴ و ۸۵ کشاورزان بیشتر به بهزراعی و اصلاح باغات خود روی آوردند. بنابراین عملکرد شبکه های تعاونی روستایی به گونه ای بوده است که کشاورزان را تشویق به اصلاح باغاتشان نموده است.

هزینه های تولید برگ سبز چای خیلی بیشتر از قیمت تضمینی است



با وجود آنکه کشاورزان از عملکرد شبکه های تعاونی روستایی در خرید تضمینی برگ سبز چای راضی بوده اند ولی باز هم نمودار بالا نشان می دهد که به عقیده آنان قیمت تضمینی برگ سبز چای کفاف هزینه های آنها را نمی دهد و هزینه های برگ سبز چای خیلی بیشتر از قیمت تضمینی آن است. شایان ذکر است که قیمت تضمینی هر کیلوگرم برگ سبز چای از کشاورزان چای کار در مراکز خرید تعیین شده، با رطوبت حداکثر ۱۰٪ و بر حسب درجه کیفی (۱ و ۲) به ترتیب ۳ هزار و ۲۵۰ ریال و یک هزار و ۹۰۰ ریال می باشد.

اگر دولت هر سال با قیمت تضمینی برگ سبز چای ما را بخرد ما راضی هستیم



۱. برگ سبز درجه یک، مجموعه برگ هایی است که ۸۰ درصد دو برگ و یک غنچه و ۲۰ درصد یک برگ و یک غنچه دارد. برگ سبز درجه دو، مجموعه برگهایی است که ۶۰ درصد سه برگ و یک غنچه و ۲۵ درصد چهار برگ و یک غنچه و ۱۵ درصد یک برگ و دو برگ لطیف دارد.

توسعه بهره وری





همبستگی های موجود در بین داده ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهند بود.

از سوی دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده ها برای تحلیل عاملی مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی هایی که پایه تحلیل عاملی قرار می گیرد در جامعه برابر صفر نیست، باید از آزمون بارتلت استفاده کرد. در این مقاله KMO پرسشنامه کارخانه داران و چایکاران به ترتیب کمتر از ۰/۵ و ۰/۶۹ می باشد بنابراین داده های پرسشنامه های کارخانه داران برای تحلیل عاملی مناسب نبوده ولی می توان از پرسشنامه های چایکاران برای تحلیل عاملی استفاده کرد. بر اساس این آزمون سوالات به ترتیب درجه اهمیت در نظر سنجی قرار می گیرند و سوالاتی که بیشترین میزان اهمیت را دارند در رده های بالایی قرار می گیرند و سوالات با درجه اهمیت پایین تر در پی آنها می آیند. در زیر نتایج حاصل از آزمون KMO & Bartlett آورده شده است. بر اساس این آزمون بیشترین تاثیر را سوال « نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران و کارخانه داران بود» دارد و پس از آن سوال « افراد منتسب به سندیکای چایکاران دنبال منافع چایکاران نیستند» و به همین شکل سوالات دارای اهمیت کمتر طبقه بندی می شوند که در جدول زیر این سوالات بر حسب درجه اهمیتشان آورده شده اند.

اکثریت قریب به اتفاق کشاورزان چایکار با خرید تضمینی برگ سبز چای تولیدی خود توسط دولت راضی هستند و تنها عده بسیار معدودی با این امر مخالفت نموده اند. بنابراین در مجموع کشاورزان چایکار از عملکرد شبکه های تعاونی در خرید تضمینی برگ سبز چای رضایت داشته اند و چنانچه قیمت تضمینی خرید برگ سبز چای افزایش یابد، این شبکه ها ۱۰۰٪ نظر آنان را تامین کرده است

مواد و روش ها

همانطور که گفته شد، در این مقاله سه تیپ پرسشنامه از سه گروه چایکاران، کارخانه داران و مسئولین جمع آوری شده است که ما در تحقیق تنها از اطلاعات پرسشنامه های مربوط به چایکاران استفاده می نماییم. به منظور تجزیه و تحلیل پرسشنامه های چایکاران از روش فاکتور آنالیز استفاده می شود. برای تشخیص مناسب بودن داده ها برای تحلیل عاملی از روش KMO استفاده می کنیم که مقدار آن بین ۰ و ۱ در نوسان است. در صورتی که مقدار KMO کمتر از ۰/۵ باشد داده ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهد بود و اگر مقدار آن بین ۰/۵ و ۰/۶۹ باشد می توان با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت. اما در صورتی که مقدار آن بزرگتر از ۰/۷۰ باشد



Extracriion	Initial	سوال
۸۲۳	۱,۰۰۰	نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران و کارخانه داران بود
۷۸۱	۱,۰۰۰	افراد منتسب به سندیکای چایکاران دنبال منافع چایکاران نیستند
۷۷۲	۱,۰۰۰	نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع کارخانه داران بود
۷۵۹	۱,۰۰۰	سیاست دولت مهمترین دلیل پایین بودن کیفیت چای داخلی است
۷۵۶	۱,۰۰۰	کم توجهی به تکنولوژی باعث کاهش تدریجی کیفیت محصول میشود
۷۵۶	۱,۰۰۰	مشکل اصلی بازار چای قاچاق است
۷۵۳	۱,۰۰۰	کار تحقیقاتی و ترویجی لازم در راستای بهبود کیفیت چای داخلی صورت نمی گیرد
۷۵۲	۱,۰۰۰	اتخاذ سیاست بینایی بین کاملا زیر نظر دولت بودن و بی توجهی به محصول چای
۷۴۸	۱,۰۰۰	فروش چای خارجی باید ممنوع گردد
۷۳۹	۱,۰۰۰	کارخانجات چای به چایکاران اجحاف میکنند
۷۳۶	۱,۰۰۰	نحوه خرید برگ سبز چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران بود
۷۳۶	۱,۰۰۰	اگر مبلغ قابل قبولی به ما بدهند ما دیگر برگ سبز چای برداشت نخواهیم کرد
۷۳۲	۱,۰۰۰	طی سالیان اخیر سطح زیرکشت چای ایرانی کم شده است
۷۲۹	۱,۰۰۰	کیفیت چای داخلی را با اضافه کردن اسانس میتوان افزایش داد
۷۲۷	۱,۰۰۰	دلیل استفاده از لوازم مکانیکی برای چیدن برگ سبز چای بالا بودن حقوق کارگران میباشد
۷۲۴	۱,۰۰۰	ایجاد تشکل های چای موجب ساماندهی چای میشود
۷۲۳	۱,۰۰۰	عدم کیفیت چای داخلی ناشی از فراوری آن است
۷۲۱	۱,۰۰۰	اگر تعاونی های چایکاران تشکیل شود در دراز مدت به نفع چایکاران است
۷۱۷	۱,۰۰۰	تصمیم گیران در حوزه مسائل چای با این محصول و تولید کنندگان آن آشنا نیستند
۷۱۶	۱,۰۰۰	اگر کارخانجات چای خوب تولید کنند مشتری خواهند داشت
۷۱۵	۱,۰۰۰	اگر چای ما را بخرند و بعد امحا کنند یا به چای خشک تبدیل کنند برای ما فرقی نمیکند
۷۱۵	۱,۰۰۰	خود چایکاران هم چای خارجی موجود در بازار را بر چای تولیدی کارخانجات داخلی ترجیح می دهند و آنرا نمی خورند
۷۱۳	۱,۰۰۰	مقصر اصلی پایین بودن چای داخلی کارخانجات هستند
۶۹۸	۱,۰۰۰	هزینه های تولید برگ سبز چای خیلی بیشتر از قیمت تضمینی است
۶۹۸	۱,۰۰۰	مقصر اصلی پایین بودن چای داخلی باغداران هستند
۶۹۷	۱,۰۰۰	عدم کیفیت چای داخلی ناشی از تولید آن است
۶۹۶	۱,۰۰۰	علت اصلی کاهش مصرف چای داخلی به علت کاهش کیفیت چای تولیدی است
۶۹۴	۱,۰۰۰	یکی از دلایل عدم کیفیت چای عدم به زراعی و اصلاح باغات است
۶۹۲	۱,۰۰۰	کیفیت و کشت مکانیزه و اصولی به ندرت مورد توجه باغداران و چایکاران قرار گرفته
۶۹۲	۱,۰۰۰	کیفیت چای داخلی قابل ارتقا نیست
۶۸۹	۱,۰۰۰	خرید تضمینی برگ سبز چای نمیتواند برای همیشه رهگشای مشکل باشد
۶۸۹	۱,۰۰۰	اگر پیشنهادات انجمن صنفی کارفرمایان چای شمال اجرا شود با نفع چای کاران است
۶۸۵	۱,۰۰۰	برای چایکاران تولید چای خیلی مهم نیست، کفایت زندگی آنها تأمین شود
۶۷۷	۱,۰۰۰	لزوم تولید و فراوری علمی و استاندارد چای ایرانی
۶۷۷	۱,۰۰۰	به دلیل راههای ارتباطی نامناسب و پرهزینه بودن حمل و نقل چایکاران مجبورند برگ سبز چای خود را به کارخانجات محدودی بفروشند
۶۷۵	۱,۰۰۰	مشکل چایکاران ضعف بنیه مالی است
۶۷۱	۱,۰۰۰	جلوگیری جدی از قاچاق چای به داخل کشور سبب رونق گرفتن چای داخلی میشود

ادامه جدول از صفحه قبل

۶۷۰	۱,۰۰۰	در داخل، برگ سبز چای تولیدی عموماً برگ سبز گیاهان دیگر بیش از اندازه یافت میشود
۶۷۰	۱,۰۰۰	بیسوادی یکی از مشکلات چایکاران است
۶۶۸	۱,۰۰۰	پرداخت تسهیلات مقطعی به چایکاران و کارخانه داران چای حلال مشکلات نیست
۶۶۸	۱,۰۰۰	چایکاران آزادند به هر کارخانه ای که خودشان مایل باشند برگ سبز چای بفروشند
۶۶۶	۱,۰۰۰	چایکاران مجبورند بخشی از محصول خود را قبل از دوره برداشت به سلف و به قیمت پایین بفروشند
۶۵۶	۱,۰۰۰	اگر دولت هرسال باقیمت تضمینی برگ سبز چای ما را بخرد ما راضی هستیم
۶۵۵	۱,۰۰۰	اگر قرار باشد چای داخلی خریدار نداشته باشد لزومی ندارد تولید شود
۶۵۲	۱,۰۰۰	بهترین روش برداشت برگ سبز چای دستچینی برگ است
۶۵۲	۱,۰۰۰	با انجام کارهای تبلیغی و فرهنگ سازی میتوان مصرف چای داخلی را در کشور افزایش داد
۶۴۶	۱,۰۰۰	پس از اجرای خرید تضمینی در سال ۸۴ و ۸۵ کشاورزان بیشتر به بهزرایی و اصلاح باغات روی آوردند
۶۳۹	۱,۰۰۰	انصافاً چای داخلی کیفیت چای خارجی را ندارد
۶۳۵	۱,۰۰۰	اگر پیشنهادات سندیکای چایکاران اجرا شود عموماً به نفع چایکاران است
۶۱۹	۱,۰۰۰	فرهنگ بازسازی و ترویج در باغهای چای از بین رفته
۶۱۳	۱,۰۰۰	در راستای به زراعی و بازسازی باغات چای، دستگاه تخصصی پشتیبانی فنی لازم از کشاورزی به عمل نمی آورد
۵۹۴	۱,۰۰۰	نوع چای هایی که به طور سنتی در مناطق مختلف کشور مصرف میشود متفاوت بوده و همین موضوع باعث تنوع بازار ایران شده است
۵۸۱	۱,۰۰۰	کیفیت چای داخلی را میتوان با اختلاط با چای خارجی افزایش داد
۵۴۹	۱,۰۰۰	افزایش قیمت برگ سبز چای باعث افزایش کیفیت چای میشود

سایر پیشنهادات که سهم کمتری داشته اند عبارتند از:

- اعطای بیمه و کمکهای یارانه‌ای به چایکاران
- جلوگیری یا کاهش واردات چای خارجی و همچنین جلوگیری از قاچاق آن برای حمایت از چای داخلی
- دادن به موقع مطالبات چایکاران
- ایجاد راهکارهای برای کاهش هزینه برداشت محصول چای
- مکانیزه کردن باغات چای
- اختلاط چای وارداتی با چای داخلی بصورت قانونی و کارشناسی برای بهتر شدن کیفیت چای داخلی سپس عرضه آن به بازار مصرف
- احداث حاده های مناسب برای آباد کردن باغات چای
- رضایت کامل از سازمان چای سابق چون به مشکلات چایکاران رسیدگی می کرد و عدم رضایت از طرح ساختار چای
- عدم واگذاری صنعت چای به بخش خصوصی مگر اینکه دولت قیمت چای را ۵۰۰ یا ۷۰۰ ریال اعلام کند
- ایجاد تعاونی های چایکاران بصورت گسترده در نقاطی که فاصله زیادی با کارخانجات دارند
- توجه کردن به عوامل موثر در افزایش کیفیت بهره برداری مانند سیاست گذاری دولت، بازاریابی، نوع مشارکت مردمی، انگیزه کشاورز و...
- کوتاهی دست تجار سودجو و سلف خران
- فرهنگ سازی و برنامه ریزی مشخص
- سیاست دولت در مورد خرید چای و دیگر حمایت‌های دیگر باید بصورت مداوم و بلند مدت باشد

- پس از بیان تفصیلی نتایج نظر سنجی چایکاران و با مطالعه پیشنهادهای چایکاران نتایج زیر بدست آمد:
- خرید چای توسط دولت بصورت تضمینی همراه با افزایش قیمت باشد (۳۲ درصد از چایکاران)
- دادن اعتبارات و تسهیلات کافی و بموقع همراه با بهره مناسب و طولانی مدت و یا بلاعوض (۱۲/۵ درصد از چایکاران)
- حمایت همه جانبه دولت از صنعت چای و چایکاران (۹ درصد از چایکاران)
- توزیع به موقع کودهای شیمیایی و سموم دفع آفات د زمان مناسب همراه با افزایش سهمیه و کاهش بهای آنها. (۷/۸۱ درصد از چایکاران)
- نظارت کامل و سازمان یافته بر کارخانجات چای خشک کنی تا فراوری چای طبق استانداردهای لازم همراه با رعایت اصول بهداشتی و فنی صورت گیرد تا موجب ارتقاء کمی و کیفی چای شود. (۱۲/۷ درصد از چایکاران)
- احیای مجدد سازمان چای یا نهاد و سازمان مشخصی که متولی امور مربوط به صنعت چای باشد. (۶/۷ درصد از چایکاران)
- آموزش و ترویج عملیات به زراعی باغات (هرس، مبارزه با آفات و...) تحت مدیریت سازمان یافته برای آشنا ساختن چایکاران با علم روز چای و افزایش بهره‌وری. (۶/۴۷ درصد از چایکاران)
- استفاده از متخصصان و کارشناسانی که با علم روز چای از شناخت کافی برخوردارند تا با اعمال نظر دقیق خود در هنگام خرید چای ظلم یا اجحافی به چایکاران نشود. (۶/۴۷ درصد از چایکاران)





- استفاده از اسانس طبیعی
- اصلاح باغات چای
- بازاریابی برای محصولات تولید شده چایکاران

نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج بدست آمده از کل چایکاران برای ارزیابی طرح خرید تضمینی نقاط قوت و ضعف طرح مذکور به شرح زیر می‌باشد:

۱- نقاط قوت

نحوه خرید برگ سبزی چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع چایکاران بود.
نحوه خرید برگ سبزی چای در سالهای ۸۴ و ۸۵ به نفع کارخانه داران بود.
افزایش قیمت برگ سبزی چای باعث افزایش کیفیت چای میشود.
پس از اجرای خرید تضمینی در سال ۸۴ و ۸۵ کشاورزان بیشتر به بهزراعی و اصلاح باغات روی آوردند.
اگر کارخانجات چای خوب تولید کنند مشتری خواهند داشت

۲- نقاط ضعف

کیفیت و کشت مکانیزه و اصولی به ندرت مورد توجه باغداران و چایکاران قرار گرفته است.
کم توجهی به تکنولوژی باعث کاهش تدریجی کیفیت محصول میشود.
فرهنگ بازاریابی و ترویج در باغهای چای از بین رفته است.
پرداخت تسهیلات مقطعی به چایکاران و کارخانه داران چای حلال مشکلات نیست.
سیاست دولت مهمترین دلیل پایین بودن کیفیت چای داخلی است.
مشکل اصلی بازار چای قاچاق است.
یکی از دلایل عدم کیفیت چای عدم بهزراعی و اصلاح باغات است.
با انجام کارهای تبلیغی و فرهنگ سازی میتوان مصرف چای داخلی را در کشور افزایش داد.
تصمیم‌گیران در حوزه مسائل چای با این محصول و تولید کنندگان آن آشنا نیستند.
چایکاران مجبورند بخشی از محصول خود را قبل از دوره برداشت به سلف و به قیمت پایین بفروشند.
مشکل چایکاران ضعف بنیه مالی است.
به دلیل راههای ارتباطی نامناسب و پرهزینه بودن حمل و نقل چایکاران مجبورند برگ سبزی چای خود را به کارخانجات محدودی بفروشند.
دلیل استفاده از لوازم مکانیکی برای چیدن برگ سبزی چای بالا بودن حقوق کارگران میباشد.
افراد متناسب به سندیکی چایکاران دنبال منافع چایکاران نیستند.

طی سالیان اخیر سطح زیر کشت چای ایرانی کم شده است.

در راستای به زراعی و بازاریابی چای، دستگاه تخصصی پشتیبانی فنی لازم از کشاورزی به عمل نمی‌آورد.
کار تحقیقاتی و ترویجی لازم در راستای بهبود کیفیت چای داخلی صورت نمی‌گیرد.
هزینه‌های تولید برگ سبزی چای خیلی بیشتر از قیمت تضمینی است.

فهرست منابع:

۱. بیابانی - مصطفی - چشم انداز مدیریت صنعت چای در اقتصاد ایران - پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران.
۲. بررسی راهبردی پیرامون توسعه صنعت چای کشور (از بحران تا توسعه) - مرکز پژوهشهای مجلس
۳. محمدی - شهرام - قصه پر غصه چای ایران - فصلنامه تازه های دامپروری و کشاورزی - شماره ۱۹
۴. افروخته - حسن - چای ایران، عوامل سازنده در کمیت و کیفیت آن - نشریه بززرگ - شماره ۷۷۲
۵. اصغری - علی - صنعت چای کشور از ظهور تا سقوط - روزنامه سرمایه - شماره ۱۸۰ - ۸۵/۲/۳۰
۶. بی پروا - سمیه - حمایت از تولید داخلی، چگونه و با چه هدفی - نشریه آفتاب یزد - ۸۲/۳/۱۰
۷. مقاله «صنعت چای کشور در برزخ تصمیم‌گیری دیر هنگام» منبع: ایران
۸. مقاله «صنعت چای، رویکردها و راهکارها» نشریه ابرار اقتصادی - ۸۰/۱۱/۲۴
۹. حیدری و حسینی - غلامرضا و میر عبدالله - برآورد واردات غیر رسمی (قاچاق) چای به ایران - مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال چهاردهم، شماره ۵۴
۱۰. تحلیل سیاست گذاری محصولات زراعی - موسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی - گروه پژوهشی سیاستهای حمایتی
۱۱. حیدری و چراغی - خلیل و داود - ارزیابی آثار طرح خود کفایی در تولید چای - مجله اقتصاد، دوره دوم، سال اول، شماره ششم
۱۲. ابراهیمی و میر حسینی مقدم - محمد صادق و سید عبدالله - تجزیه و تحلیل طرح اصلاح ساختار چای کشور - فصلنامه روستا و توسعه
۱۳. خادم آدم - ناصر - اصلاح ساختاری در اقتصاد چای - مجله سیاسی اقتصادی، شماره ۱۲۹ - ۱۳۰
14. The tea market – a background study draft for comments 2602/06/
15. Structural changes in Sri Lankan Tea Industry: Family Farms vs plantation by Deepananda HERATH, Alfons WEERSINK - Gold Coast Australia, August 12 -18, 2006