

بررسی صادرات چای ایران (۱۳۹۳-۱۳۹۹)

سید محسن سنجری^۱، حیدر قلی زاده^۲

چکیده

صادرات محصولات کشاورزی یکی از راه‌های کسب درآمد ارزی برای اکثر کشورها به شمار می‌آید. ورود محصولات کشاورزی به بازارهای جهانی سبب می‌شود تا این بخش برای کسب معیارهای لازم خود را با رقبا همگام سازد و در نهایت توسعه یابد. ایران جزء کشورهای پر مصرف چای دنیا قرار دارد. در سال ۲۰۱۹ رتبه ششمین وارد کننده چای را از نظر ارزش در جهان حائز گردید (Trade Map, 2020). تولید چای در ایران حداکثر کفاف ۲۰ درصد نیاز داخلی را می‌دهد و ای تولید نیز با حمایت قیمتی و یارانه‌ای دولت انجام می‌شود. با این حال آمارهای گمرک نشان می‌دهند بین ۴۵ تا ۵۰ درصد چای تولیدی ایران با قیمتی کمتر از متوسط جهانی صادر می‌شود. لذا این تحقیق درصدد آن است دلایل این صادرات و سودمندی یا عدم سودمندی آن را مشخص سازد. روش تحقیق از نوع کتابخانه‌ای بوده و داده‌های این تحقیق از گمرک و سازمان چای کشور گرفته شده‌اند. همچنین با ۱۰ تولید کننده، ۶ کارشناس بازاریابی و ۴ صادر کننده مصاحبه به عمل آمد. حدود ۶۵ درصد کل صادرات چای از طریق این ۴ صادر کننده انجام می‌شود. نتیجه حاکی از این است که چای صادراتی ایران دارای کیفیتی پایین است که با توجه به دریافت یارانه تولید، صدور آن منفعتی برای کشور ندارد. پیشنهاد می‌شود ضمن تعیین استانداردهای حداقلی برای صادرات چای از پرداخت یارانه برای تولید آن‌ها خودداری گردد.

واژه‌های کلیدی: قیمت، بازار، نرخ ارز، یارانه، خرید تضمینی

Email: m.sanjary@znu.ac.ir

^۱ دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی دانشگاه زنجان

^۲ استادیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان

مقدمه

صادرات محصولات کشاورزی یکی از راه‌های کسب درآمد ارزی برای اکثر کشورها به شمار می‌آید. ورود محصولات کشاورزی به بازارهای جهانی سبب می‌شود تا این بخش برای کسب معیارهای لازم خود را با رقبا همگام سازد و در نهایت توسعه یابد.

چای پر مصرف‌ترین نوشیدنی پس از آب در جهان است که میزان مصرف آن در کشور ما نیز بسیار زیاد است. ایران در سال ۲۰۱۹ ششمین وارد کننده چای از نظر ارزش در جهان بود (Trade Map, 2020). تولید چای در ایران محدود به دو استان شمالی کشور است و همه ساله دولت اقدام به خرید تضمینی کل این محصول می‌نماید. این سیاست با هدف افزایش تولید و بی‌نیازی به واردات انجام می‌شود. با این حال نگاهی به آمار صادرات کشور نشان می‌دهد همه ساله بخش قابل ملاحظه‌ای از چای تولیدی کشور با قیمتی کمتر از قیمت معمول جهانی صادر می‌شود. لذا این مقاله تلاش دارد با کاوش در این خصوص به تحلیل صادرات چای ایران و دلایل آن بپردازد. چرا که ایران همواره یکی از واردکنندگان خالص چای بوده؛ برای خرید چای هزینه بالایی می‌پردازد. اکثر اطلاعات این تحقیق از گمرک و سازمان چای کشور گرفته شده‌اند. همچنین با ۱۰ تولید کننده، ۶ کارشناس بازاریابی و ۴ صادر کننده مصاحبه به عمل آمد. حدود ۶۵ درصد صادرات چای ایران از طریق این ۴ صادر کننده انجام می‌شود.

کشت چای در ایران در سال ۱۳۸۰ شمسی آغاز شد. خودبسندگی و جایگزینی تولید داخلی به جای واردات و جلوگیری از خروج ارز از اصلی‌ترین دلایل کشت این محصول بیگانه به شمار می‌رفت. با این حال در گذر زمانی نسبتاً طولانی این هدف تحقق نیافت و کشورمان در شمار واردکنندگان خالص چای درآمد.

برگ سبز چای به دلیل حساسیت و آسیب‌پذیری قابل نگهداری نیست و در کوتاه‌ترین زمان پس از برداشت باید وارد چرخه عمل‌آوری و تبدیل به چای خشک گردد. تعداد زیاد چایکاران و کوچک بودن اراضی در کنار موضوع فوق سبب شده تا دولت‌ها همواره از این محصول حمایت ویژه نمایند. محصول چای خلاف محصولات دیگر، مدت زمان معینی برای برداشت ندارد. مثلاً در برخی کشورها مانند سری لانکا یا در جنوب هندوستان به دلیل فراهم بودن شرایط اقلیمی در تمام سال برداشت انجام می‌شود. در ایران، برگ سبز چای طی مدت شش ماه از اواخر فروردین تا اوایل آبان برداشت می‌شود که در اصطلاح به این زمان «دوره بهره‌برداری چای» می‌گویند. مدت زمان باقی‌مانده صرف به‌سازی و آماده کردن باغ برای سال بعد می‌گردد.

از ابتدای سال ۱۳۹۳ دولت سیاست حمایتی جدیدی برای محصول چای به اجرا گذاشت. به این صورت خرید در قالب خرید تضمینی اما با مشارکت بخش خصوصی انجام بگیرد. یعنی دولت قیمت پایه محصول را در دو درجه یک و دو اعلام می‌نماید. اما پرداخت بهای محصول از مجموع پرداختی دولت و کارخانه دار صورت می‌پذیرد. پس از اجرای این سیاست، مطابق آمار گمرک صادرات چای ایران در قیاس با تولید آن قابل ملاحظه بوده است. لذا مساله این تحقیق کاوش در زمینه عوامل زمینه ساز این صادرات بوده است. از طرف دیگر، دولت بابت تولید چای همه ساله یارانه می‌پردازد. لذا انتظار این است که چای تولید شده در بازار داخل به فروش برسد یا در صورت صادرات سبب ارز آوری شود. با توجه به این که اساساً تولید چای در کشور با حمایت مستقیم و پرداخت یارانه توسط دولت با هدف افزایش تولید داخلی و کاهش واردات انجام می‌گردد؛ بنابراین مشاهده آمار صادرات زیاد چای برای کشوری که خود

محتاج واردات است و آن را به قیمت گرانی وارد می‌کند اما با قیمتی ارزان (حدود یک پنجم واردات) صادر می‌کند اهمیت این تحقیق را نمایان می‌سازد.

تاکنون در زمینه صادرات چای هیچ پژوهشی در ایران صورت نگرفته است. چون ایران یک کشور صادر کننده به شمار نمی‌رفته است. تنها تحقیق در این زمینه «تاثیر نوسانات نرخ ارز بر صادرات چای ایران» (قادر زاده و همکاران، ۱۳۹۳) است که حاکی از تاثیر منفی نوسانات نرخ ارز بر صادرات چای و تاثیر مثبت نرخ ارز بر ارزش صادراتی است. اما در مقطع زمانی انجام این تحقیق، صادرات چای ایران قابل ملاحظه نبوده است. توجه به آمار گمرک ایران (جدول ۱) نشان می‌دهد از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹ در مجموع حدود ۷۵ درصد تولید داخلی صادر شده است. اما ارزش کل این صادرات ۱۰۵ هزار میلیارد ریال از کل یارانه صرف شده برای تولید آن کمتر است (جدول ۳). لذا این موضوع، اهمیت تحقیق حاضر را نشان می‌دهد.

روش تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی (سرمد و همکاران، ۱۳۸۱) است. هدف از این نوع تحقیق، شناخت بیشتر شرایط موجود و یاری به فرایند تصمیم‌گیری است (همان، ۱۳۸۱). عنوان این تحقیق بررسی صادرات چای از ایران طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۹ است. علت انتخاب این مقطع، اجرای سیاست جدید دولت و صادرات قابل توجه چای طی این زمان بوده است. داده‌های تحقیق از منابعی شامل وزارت جهاد کشاورزی (سازمان چای کشور)، مرکز آمار ایران و گمرک جمهوری اسلامی جمع‌آوری شدند. همچنین با ۲۰ نفر شامل ۴ نفر صادر کننده، ۶ کارشناس بازاریابی و ۱۰ کارخانه دار چای مصاحبه گردید. چهار صادر کننده مورد مصاحبه بیش از ۶۰ درصد صادرات چای را در اختیار دارند.

هدف اصلی این تحقیق، بررسی صادرات چای ایران بود. این که چه عواملی در این صادرات نقش دارند و با توجه به قیمت ارزان چای صادراتی چرا در بازار داخلی به فروش نمی‌رسد

نتایج

در جدول (۱)، مقدار تولید، صادرات و واردات چای از سال ۱۳۹۳ تا پایان دی ماه ۱۳۹۹ بر حسب تن ارائه شده است.

جدول (۱) مقدار تولید، صادرات و واردات چای از سال ۱۳۹۳ تا پایان دی ماه ۱۳۹۹ (تن)

سال	مقدار تولید چای	مقدار واردات	مقدار صادرات
۱۳۹۳	۱۴۶۰۰	۵۰۹۱۶	۳۵۶۱۳
۱۳۹۴	۱۹۶۰۰	۵۱۱۵۷	۲۴۶۲۵
۱۳۹۵	۳۱۳۵۰	۵۶۴۲۸	۱۴۷۸۷
۱۳۹۶	۲۴۳۰۰	۵۸۲۰۴	۱۴۷۲۷
۱۳۹۷	۲۵۲۰۰	۶۳۰۸۲	۱۶۳۵۰

۱۲۸۰۰	۸۳۰۰۰	۲۸۳۵۰	۱۳۹۸
۱۱۴۰۷	۵۱۷۴۷	۲۹۶۵۰	۱۳۹۹

منبع: سایت گمرک ایران و سازمان چای کشور

در جدول (۲) قیمت چای وارداتی، قیمت چای صادراتی و متوسط قیمت جهانی چای را برحسب دلار برای هر کیلو طی دوره مورد بررسی ارائه شده است.

جدول (۲) قیمت هر کیلو چای وارداتی، صادراتی و متوسط قیمت جهانی (دلار)

سال	قیمت چای وارداتی	قیمت چای صادراتی	متوسط قیمت جهانی چای
۱۳۹۳	۵,۱	۱,۱	۲,۷۲
۱۳۹۴	۴,۷	۱,۳	۲,۷۸
۱۳۹۵	۴,۶	۱,۴	۲,۶۸
۱۳۹۶	۴,۹	۱,۳	۳,۱۵
۱۳۹۷	۴,۸	۱,۲	۲,۸۵
۱۳۹۸	۵	۱	۲,۵۶
۱۳۹۹	۵	۱	۲,۷

منبع: سایت گمرک و بانک جهانی (۱۳۹۹)

در جدول (۳) هزینه واردات، عایدی صادرات و یارانه دولت بابت تولید چای بر حسب میلیارد ریال در دوره مورد بررسی ارائه شده است.

جدول (۳) مقایسه هزینه واردات، عایدی صادرات و یارانه دولت بابت تولید چای (میلیارد ریال)

سال	هزینه واردات	عایدی صادرات	یارانه دولت بابت تولید چای
۱۳۹۳	۶۷۹۶	۱۰۰۷	۶۰۳
۱۳۹۴	۷۰۵۲	۹۱۹	۹۱۴
۱۳۹۵	۸۱۶۹	۶۵۲	۱۴۵۴
۱۳۹۶	۹۶۵۳	۶۶۱	۱۲۱۸
۱۳۹۷	۱۲۵۹۶	۱۰۱۴	۱۲۶۶
۱۳۹۸	۱۷۳۰۴	۱۴۰۰	۱۴۶۵
۱۳۹۹	۱۰۸۲۰	۲۴۴۶	۱۲۸۴

منبع: سایت گمرک (۱۳۹۳-۱۳۹۹)

در جدول (۴) هزینه تمام شده یک کیلو چای درجه یک و درجه دو و قیمت یک کیلو چای صادراتی به ریال طی دوره مورد بررسی ارائه شده است.

جدول (۴) قیمت تمام شده چای درجه یک و درجه دو و قیمت فروش یک کیلو چای صادراتی (ریال)

سال	ارزش دلار به ریال	محقق دلار ارائه شده است.	منبع: سایت گمرک و مصاحبه در جدول (۵) نرخ برابری ریال با جدول (۵) نرخ برابری دلار با ریال
۱۳۹۳	۲۶۵۰۰		
۱۳۹۴	۲۹۶۵۰		
۱۳۹۵	۳۱۶۷۴		
۱۳۹۶	۳۴۵۷۰		
۱۳۹۷	۵۳۷۷۱		
۱۳۹۸	۱۰۷۴۳۰		
۱۳۹۹	۲۱۹۰۱۰		

منبع: گمرک ایران

در جدول (۶) پاسخ مصاحبه کنندگان در زمینه دلایل صادرات چای ایران ارائه گردیده است.

جدول (۶) دلایل صادرات چای ایران از دیدگاه مصاحبه شوندگان

سال	هزینه تولید یک کیلو چای درجه یک	هزینه تولید یک کیلو چای درجه دو	قیمت یک کیلو چای صادراتی	پاسخها	تعداد	درصد از کل افراد
۱۳۹۳	۳۳۳۳۰	۲۱۴۵۰	۲۸۲۸۰			
۱۳۹۴	۴۰۴۰۰	۲۶۰۰۰	۳۷۳۲۰			
۱۳۹۵	۵۲۳۸۰	۳۳۹۳۰	۴۴۰۸۰			
۱۳۹۶	۵۹۰۱۰	۳۸۲۲۰	۴۴۹۱۰			
۱۳۹۷	۶۳۸۲۰	۴۳۷۵۰	۶۲۰۱۰			
۱۳۹۸	۹۹۶۱۰	۶۴۹۶۰	۱۰۷۴۳۰			
۱۳۹۹	۲۰۴۷۵۰	۱۶۰۲۵۰	۲۱۴۴۵۰		۱۰۰۰	

۰,۷۵	۱۵	ارزان بودن قیمت
۰,۵۰	۱۰	نرخ برابری ریال با دلار
۰,۲۵	۵	کیفیت مناسب
۰,۲۵	۵	همسایگی با کشورهای مقصد
۰,۲۰	۴	استفاده از چای ایرانی برای صادرات مجدد
۰,۱۵	۳	درآمد کشورهای مقصد
۰,۰۵	۱	ایرانی بودن چای

منبع: مصاحبه محقق

در جدول (۷) پاسخ مصاحبه شوندگان به سوال علت عدم فروش چای صادراتی در داخل ارائه شده است.

جدول (۷) علت عدم فروش چای صادراتی در بازار داخل

درصد	تعداد	پاسخ ها
۰,۶۰	۱۲	ظاهر نامناسب برای مشتری ایرانی
۰,۳۰	۶	نداشتن استاندارد کیفیت
۰,۲۰	۴	عدم امکان بسته بندی در اوزان تعریف شده

منبع: مصاحبه محقق

همان گونه که از جدول (۱) مشاهده می شود مقدار واردات در مجموع روند افزایشی و صادرات روند کاهشی دارد. در عین حال مقدار صادرات قابل ملاحظه است.

مصاحبه شوندگان چای صادراتی را از نوع ایرانی عنوان کردند که این امر با توجه به قیمت ثبت شده چای وارداتی و صادراتی کاملاً اثبات می شود و این احتمال که چای صادراتی در واقع صادرات مجدد بخشی از چای وارداتی است؛ زایل می سازد. از جدول (۲) قیمت چای وارداتی و صادراتی و تفاوت قابل ملاحظه آنها معلوم می گردد. همچنین مشخص می شود قیمت پرداختی کشورمان برای خرید چای بیش از متوسط قیمت جهانی این محصول است (حدود دو برابر) که دلیل این مساله را طبق نظر مصاحبه شوندگان در کیفیت چای وارداتی و جنس آن که از نوع ارتدوکس (نوعی از چای که فرایند تولیدش زمان بر و سنتی است) می توان تبیین کرد. با این حال قیمت پایین چای صادراتی هم نسبت به چای وارداتی هم متوسط قیمت جهانی حاکی از پایین بودن کیفیت آن دارد. امری که مصاحبه شوندگان به آن اذعان کردند (جدول ۷). همچنین مصاحبه شوندگان دلایلی را برای عدم فروش چای صادراتی در بازار داخلی بر شمرند (جدول ۷)

دولت با اجرای سیاست خرید تضمینی و پرداخت یارانه، درصد افزایش تولید و رونق اشتغال و رفاه مصرف کنندگان است. داده های جدول (۱) نشان می دهند پرداخت این یارانه در مجموع باعث افزایش تولید طی سال های مورد بررسی گردیده است. اما ثمره این تولید به مصرف کننده داخلی نرسیده است. از داده های جدول (۳) در می یابیم ارزش چای صادراتی ایران حتی از یارانه صرف شده توسط دولت برای تولید چای در آن سال کمتر است. لذا این صادرات از این لحاظ نیز در عمل برای کشور فایده مند نیست و یارانه پرداختی دولت در نهایت به مصرف کننده خارجی می رسد.

داده‌های جدول (۴) نشان می‌دهند با توجه به هزینه تولید دو نوع چای درجه یک و دو، قیمت چای صادراتی با چای درجه دو که کیفیت پایینی دارد؛ هماهنگی دارد و نظر مصاحبه شونده‌گان دال بر عدم صدور چای با کیفیت ایرانی اثبات می‌شود. ضمن این که از همین جدول می‌توان نتیجه گرفت تمایل تولید کنندگان به تولید چای درجه دو بیشتر است. لذا پرداخت یارانه توسط دولت منجر به بهبود کیفیت تولید نگردیده و صرفاً موجب افزایش کمیت آن شده است. هدف دولت از پرداخت یارانه کمک به تولید کننده برای تولیدی بازار محور بوده است. چرا که علی‌رغم تثبیت خرید در سطح قیمت تضمینی هیچ مانعی برای فروش چای به قیمتی که مصرف کننده مایل به پرداخت آن باشد؛ وجود ندارد. در حال حاضر (۱۳۹۹) میانگین فروش چای خارجی در سطح عمده فروشی کیلویی ۱۳۰۰ هزار ریال و برای چای داخلی حدود ۶۰۰ هزار ریال است (معاونت بازاریابی سازمان چای، ۱۳۹۹).

جدول (۵) نیز نشان می‌دهد آنچه به عنوان عایدی صادراتی برای چای ایرانی لحاظ می‌شود در واقع چیزی جز افزایش نرخ ارز نیست. چرا که قیمت این محصول طی دوره مورد بررسی تغییر محسوسی نداشته است.

همچنین مصاحبه شونده‌گان اظهار داشتند علت صادرات بیش از تولید چای در سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ این بوده که در کنار چای تولیدی همان سال، بخشی از چای‌های انبار شده در سنوات قبل (۱۳۷۹-۱۳۸۸) توسط بخش خصوصی صادر شد. قیمت فروش ۱۰ هزار تن از این دسته از چای‌های انباری توسط سازمان تعاون روستایی (مالک آن) به صورت پایه کیلویی ۲۵۰۰ ریال تعیین شده بود (پایگاه مناقصات کشور، ۱۳۹۲ و لنگر نیوز، ۱۳۹۴).

کارشناسان بازاریابی طرف مصاحبه، فروش چای‌های انباری را برای بهبود وضعیت بازار چای داخلی مفید ارزیابی کردند. اما تولید کنندگان به واسطه قیمت پایین و احتمال اختلاط با چای‌های تولید سال، مخالف فروش چای‌های انباری بوده و این امر را مختل کننده نظام تولید و بر هم زنده‌ی قیمت چای داخلی و بی‌اعتمادی مصرف کنندگان به این محصول دانستند.

با این حال، مصاحبه با تولید کنندگان معلوم ساخت حداقل ۴۰ درصد چای ایرانی تولیدی هر سال صادر می‌شود که با توجه به اندک بودن سهم چای تولیدی از کل مصرف کشور قابل ملاحظه است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج این بررسی نشان می‌دهند مقدار واردات چای طی مورد بررسی روند افزایشی و صادرات چای روند کاهشی داشته است. همچنین همه ساله هزینه واردات و طبعا خروج ارز از کشور افزایش یافته است. این در حالی است که دولت همه ساله با پرداخت یارانه درصد بهبود وضعیت تولید چای ایرانی و کاهش وابستگی و خروج ارز است.

چای صادراتی ایران از کیفیت چندانی برخوردار نیست و با توجه به قیمت اندکی که دارد مورد اقبال خریداران خارجی است. این چای به دلیلی کیفیت پایین و عدم تطابق با خواست مصرف کننده داخلی در بازار کشور حتی به قیمتی که صادر می‌شود قابل فروش نیست و در صورت متوقف شدن صادرات، انباری می‌شود.

