

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ԱՄԻՐ ՆԵԺԱԴՂԱՆԲԱՐ

**ՈՐԱԿԻ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ԹԵՅ ՍՊԱՌՈՂՆԵՐԻ
ԳՈՀՈՒՆԱԿՈՒԹՅԱՆ ՎՐԱ ԻՐԱՆԻ ԳԻԼԱՆ ԵՎ ՄԱՋԱՆԴԱՐԱՆ
ՆԱՀԱՆԳՆԵՐՈՒՄ**

**Ը.00.02 - «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և
կառավարում» մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի
գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության**

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ – 2026

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Հայաստանի ազգային ազրարային համալսարանում

Գիտական ղեկավար՝

**Տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր
Կորյուն Աշոտի Գրիգորյան**

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝

**Տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր
Արմեն Գևորգի Ճուղուրյան**
Տնտեսագիտության թեկնածու, դոցենտ
Գայանե Ռուբիկի Թովմասյան

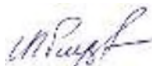
Առաջատար կազմակերպություն՝ Հայաստանի եվրոպական համալսարան

Ատենախոսության հրապարակային պաշտպանությունը կայանալու է 2026 թվականի հոկտեմբերի 30-ին՝ ժամը 14:00-ին, Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում (0025, ք. Երևան, Նալբանդյան փ. 128) գործող ՀՀ ԲԿԳԿ-ի Տնտեսագիտության 014 մասնագիտական խորհրդի նիստում:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2026թ. սեպտեմբերի 28 -ին:

**014 մասնագիտական խորհրդի գիտական քարտուղար,
տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր**



Տ.Ս. Մարտիրոսյան

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՆՈՒԹԱԳԻՐԸ

Ատենախոսության թեմայի արդիականությունը: Խմելու ջրից հետո թեյը համարվում է ամենաառողջարար և ամենից շատ սպառումն ունեցող ըմպելիք: Բացի բույրից, համից ու գույնից, թեյն ունի սննդային ու դեղագործական բազում այլ հատկություններ և գտնվում է սննդի ոլորտի մասնագետների ու գիտնականների ուշադրության կենտրոնում: Ներկա դրությամբ, աշխարհի բնակչության երկու երրորդը օրական երկուսից չորս գավաթ թեյ է ըմպում: Աշխարհում վերջին տարիներին թեյի տեսականու արտադրությունը հասնում է ավելի քան 5.06 միլիոն տոննայի կամ մեկ շնչի հաշվով 0.7 կգ-ի: Թեյի արտադրությունը աշխարհի մի քանի երկրներում (Չինաստան, Հնդկաստան, Շրի Լանկա և այլն) գյուղատնտեսական արտադրության ավելացման և գյուղական բնակչության զբաղվածության կարևոր ռեսուրսներից է:

Իրանում թեյն (սև թեյն) առանձնահատուկ նշանակություն ունի բնակչության պարենային զամբյուղում և ընդունված է որպես ամենօրյա օգտագործման սննդամթերք: Բացի դրանից, ազգային ավանդությամբ այն բազմամարդ միջոցառումների ու հանդիսությունների մեծ մասում պարտադիր ըմպելիք է: Ընդհանուր առմամբ, թեյը՝ որպես ռազմավարական նշանակություն ունեցող պարենային արտադրանք, համարվում է Իրանի ագրոարդյունաբերության համալիրի գերակա ուղղություններից մեկը:

Իրանում թեյի արտադրությունը գերազանցապես կենտրոնացած է հյուսիսային՝ Գիլան և Մազանդարան նահանգներում: Քանի որ Իրանում այս ապրանքատեսակի արտադրության գործընթացում որևէ հավելանյութ չի խառնվում, այն, իրավամբ, դասվում է էկոլոգիապես մաքուր սննդատեսակների շարքին և համարվում է գյուղատնտեսության, սննդի արդյունաբերության, հասարակական սննդի և առևտրի ոլորտների եկամտի ու զբաղվածության կարևոր ռեսուրսներից մեկը:

Գիլան և Մազանդարան նահանգներում մեծ թվով գյուղացիական տնտեսություններ ներգրավված են թեյի արտադրության ոլորտում: Թեյի սեփական արտադրությունը ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպության տվյալներով 2019թ. տարեկան միջին տվյալներով կազմում է 27.3 հազ. տոննա, որը թեյի համաշխարհային արտադրության ընդամենը 0.05%-ն է¹: Մինչդեռ երկրում թեյի սպառումը հասնում է մոտ 100 հազ. տոննայի, այսինքն ինքնաբավության մակար-դակը դեռևս 30.3% է և Իրանը արտադրության ծավալներն ավելացնելու խնդիր ունի:

Արդեն ավելի քան 100 տարի Կասպից ծովի ափին, Գիլան և Մազանդարան նահանգների գեղատեսիլ լանջերին հիմնված թեյի տնկատնաները հավաքվում է բուրումնավետ թեյի տերևը, որի վերամշակման ամենախոշոր կենտրոնն է Լահիջան քաղաքի թեյի գործարանը: Այս ճյուղը ղեկավարվում է հատուկ այդ նպատակով կազմավորված Թեյի արդյունաբերության կազմակերպության

¹World tea production and trade Current and future development, Food And Agriculture Organization Of The United Nations Rome, 2015, p.4. <http://www.fao.org/3/a-i4480e.pdf>

կողմից, իսկ ոլորտի աշխատողների շահերը ներկայացնում են Հյուսիսային Իրանի թեյի գործարանների ասոցիացիան, Իրանի թեյագործների միությունը և Թեյի մեծածախ ու մանրածախ վաճառողների միությունը:

Թեև թեյագործությունը Իրանի համար համեմատաբար երիտասարդ ճյուղ է և ունի մեկ դարից քիչ ավել պատմություն, սակայն ձեռքբերումներն ակնհայտ են: Այդուհանդերձ, թեյի միջազգային շուկայում անհաշտ մրցակցություն է և տեղական թեյի մրցունակության բարձրացումը կարևոր գերակայություն է: Այս առումով առանձնահատուկ նշանակություն ունի իրանական թեյի սպառողների վարքագծի ուսումնասիրությունը, իսկ վերջինիս համար կարևոր է թեյի որակի բարձրացումը, տեսակավորման, փաթեթավորման և շուկայահանման արդիական տեխնոլոգիաների կիրառումը, ինչպես նաև միավոր արտադրանքի հաշվով ծախսերի կրճատումը: Այս նկատառումներով ու խնդիրներով պայմանավորված ատենախոսության թեման միանգամայն արդիական է և գիտագործական նշանակություն ունի Իրանում թեյի արտադրության զարգացման ու արտադրանքի մրցունակության բարձրացման համար:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները: Հետազոտության նպատակն է բացահայտել սև թեյի որակի գործոնային ազդեցությունը սպառողների գոհունակության վրա և մշակել միջոցառումներ Գիլան և Մազանդարան նահանգներում արտադրվող թեյի որակական հատկանիշների ու մրցունակության բարձրացման համար: Այս նպատակով հետազոտությանը առաջադրվել են հետևյալ խնդիրները.

1. Ուսումնասիրել թեյի արտադրության առանձնահատկությունները, ներկա վիճակը և զարգացման հեռանկարները,

2. Թեյի համաշխարհային շուկայի զարգացման միտումների վերլուծության միջոցով գնահատել Իրանի մրցակցային հնարավորությունները,

3. Բացահայտել թեյ սպառողների գոհունակության վրա թեյի որակի ընդհանուր ազդեցությունը,

4. Բացահայտել թեյ սպառողների գոհունակության վրա թեյի բուրմունքի, գույնի, համի, տեսակավորման և փաթեթավորման նյութերի ընտրության ազդեցությունը,

5. Հետազոտության արդյունքների հիման վրա թեյի որակի բարձրացման առաջարկությունների կիրառմամբ նպաստել սպառողների գոհունակության բարձրացմանը և հիմնավորել դրա տնտեսական արդյունավետությունը:

Հետազոտության օբյեկտը և առարկան: Հետազոտության առարկան Գիլանի և Մազանդարանի նահանգներում թեյ (սև թեյ) սպառողների գոհունակության վրա որակի գործոնների ազդեցության ուսումնասիրումն է: Ուստի մարքեթինգի տիրույթում վարքաբանական վերլուծություն է իրականացվել և մատնանշվել տնտեսվարող կազմակերպությունների միջև տնտեսական կապերն ու գործող քաղաքականությունը, ինչպես նաև ինտեգրացիոն գործընթացների շնորհիվ նրանց շահերի միատեղման հնարավորությունները:

Հետազոտության օբյեկտը Իրանի Գիլան և Մազանդարան նահանգներում թեյի արտադրության տնտեսական միավորներն են: Վերջինս ներառում է՝ թեյի հումք մշակողներին, թեյի վերամշակման գործարաններին, իրացնողներին, գնորդներին, վաճառողներին և ամենակարևորը՝ թեյ սպառողներին:

Ատենախոսության տեսական, տեղեկատվական և մեթոդաբանական հիմքերը: Հետազոտությունն իրականացվել է որոնման տարբերակով (Exploration Research) և թեյի որակական գործոններից յուրաքանչյուրի վերաբերյալ հարցազրույց վարելով թեյի արդյունաբերության փորձագետների հետ, կատարվել են նաև այլ հետազոտություններ այս ուղղությամբ՝ հաշվի առնելով սպառողների կարծիքը:

Հետազոտության մեթոդաբանական և տեսական հիմք են հանդիսացել վերլուծական և նկարագրային (կախյալ փոփոխականի մեկնաբանումը՝ մի քանի անկախ փոփոխականների միջոցով և փոփոխականների առանձնահատկությունների բնութագրումը) մեթոդները, հրապարակային հետազոտությունները, հարցազրույցը և հայրենական ու արտասահմանյան հեղինակների գիտական հետազոտությունների եզրահանգումները: Այդ բոլորը հիմք ընդունելով, ձևակերպվել են վարկածներ, որոնց ստուգման նպատակով կիրառվել է «ANOVA» վարիանսների վերլուծությունը:

Հետազոտության շրջանակներում անցկացվել են հարցումներ, որի համար կազմված հարցաթերթիկների հարցաշարը մշակվել է Լիկերտի հինգ բալանոց տարբերակի հիման վրա (շատ քիչ, քիչ, միջին, շատ, բավականին շատ) և որակի գործոններից (բույրը, համը, գույնը, փաթեթավորման տեղեկությունները և փաթեթավորման նյութերի տեսակը) յուրաքանչյուրի չափումները կատարվել են հարցաթերթիկում նշված հարցերի միջոցով՝ հաշվի առնելով սպառողների պատասխանները: Մյուս կողմից թեյի արդյունաբերության բանիմաց փորձագետների հետ իրականացվել է հարցազրույց: Տվյալների վերլուծության համար կիրառվել է SPSS ծրագիրը:

Ատենախոսության հիմնական գիտական արդյունքները և նորույթը: Ատենախոսության հիմնական արդյունքներն ունեն տեսական, մեթոդական և կիրառական ուղղվածություն, որոնց գիտական նորույթը հետևյալն է.

1. փորձագետների շրջանում անցկացված սոցիոլոգիական հարցումների հիման վրա, բացահայտվել են թեյի մշակության և վերամշակման գլխավոր փուլերում արտադրանքի որակի վրա ազդող հիմնական գործոնները,
2. սպառողների շրջանում անցկացված սոցիոլոգիական հարցումների հիման վրա գնահատվել է թեյ սպառողների գոհունակության մակարդակը՝ ըստ որակի գործոնների (բույր, գույն, համ և փաթեթավորում),

3. մշակվել է որակի գործոնների բարելավման տեխնոլոգիական և կազմակերպատնտեսական միջոցառումների շարք և հիմնավորվել դրանց տնտեսական արդյունավետությունը,
4. մշակվել են թեյ արտադրող-սպառող-ներմուծող արժեշղթայի լոգիստիկ կապերի զարգացման և որակի օպերատիվ վերահսկողության համակարգի ձևավորման հայեցակարգային դրույթները:

Ատենախոսության տեսական և կիրառական նշանակությունը:

Ատենախոսության շրջանակներում ուսումնասիրվել և ընդհանրացվել է թեյի արտադրությանը, ինչպես նաև որակի կառավարմանն ու շուկայախանմանը վերաբերող գիտամեթոդական և գործնական նշանակության հրապարակումները:

Միջազգային փորձի, Իրանում թեյի արտադրության ու իրացման համակարգի, թեյի որակի և սպառողների գոհունակության ուսումնասիրություններ, կատարված եզրահանգումներն ու առաջարկություններն ունեն գործնական բնույթ և կիրառական նշանակություն:

Ատենախոսության կառուցվածքը և ծավալը:

Ատենախոսությունը բաղկացած է առաջաբանից, երեք գլուխներից, եզրակացությունից, օգտագործված գրականության ցանկից, թվով՝ 124 աղբյուր, և հավելվածներից: Ատենախոսության ծավալը՝ ներառյալ օգտագործված գրականության ցանկը, կազմում է 112 էջ, այդ թվում՝ 29 աղյուսակ, 8 գծապատկեր:

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ներածությունում հիմնավորվել են ատենախոսության թեմայի արդիականությունը, ներկայացվել են հետազոտության օբյեկտը, առարկան, նպատակը, խնդիրները, տեսական, տեղեկատվական և մեթոդաբանական հիմքերը, հիմնավորվել են հիմնական արդյունքները և գիտական նորույթը, նշվել են վերջիններիս գործնական նշանակությունը և կիրառման հնարավորությունները:

Ատենախոսության առաջին՝ «Թեյի որակի գնահատման տեսական և մեթոդաբանական մոտեցումները» գլխում ուսումնասիրվում է թեյի դիրքը համաշխարհային տնտեսությունում, դրա արտադրության և սպառման պատմությունը, թեյի շուկայի տնտեսական բնութագրերը և այս ապրանքի որակին ազդող գործոնները: Թեյը աշխարհի ամենակարևոր առևտրային գյուղատնտեսական արտադրանքներից մեկն է և ջրից հետո այն աշխարհում ամենատարածված ըմպելիքն է: Բացի իր տնտեսական դերից, այս ապրանքն ունի նաև մշակութային և սոցիալական նշանակություն և համարվում է մարդկանց առօրյա կենսակերպի մաս շատ երկրներում:

Միջազգային վիճակագրության համաձայն՝ թեյի արտադրությունը վերջին տասնամյակներում աճել է, և ասիական երկրները մեծ մասնաբաժին ունեն համաշխարհային արտադրության մեջ: Աշխարհի խոշոր արտադրողների շարքում Չինաստանը, Հնդկաստանը, Քենիան, Շրի Լանկան և Վիետնամը հատուկ տեղ ունեն:

«Թեյի համաշխարհային շուկան և գները» ենթազվիում հանգամանորեն ներկայացվել է ըստ երկրների թեյի տնկարկների տարածությունը, համախառն բերքը, սպառումն ու արտահանումը: Ըստ ՄԱԿ-ի ՊԳԿ-ի (FAO) տվյալների, Չինաստանը թեյի ավելի քան մեկ միլիոն հա տնկաստաններով միանշանակ առաջին տեղն է զբաղեցնում, որից հետո առաջին հնգյակում են՝ Հնդկաստանը, Շրի Լանկան, Քենիան և Ինդոնեզիան (աղյուսակ 1):

Աղյուսակ 1

Թեյի համաշխարհային արտադրության տարածքային կառուցվածքային տեղաշարժը և Իրանի դիրքը²

Երկրները	Արտադրությունը, հազ. Տոննա				Տեսակարար կշիռը, %			
	2016 թ.	2017 թ.	2018թ.	2019 թ.	2016 թ.	2017 թ.	2018թ.	2019 թ.
Չինաստան	2016	2460	2610	2777	41.6	42.3	43	43.8
Հնդկաստան	2313	2460	2610	2777	41.6	42.3	43	43.8
Քենիա	1250	1325	1338	1390	22.4	22.7	22	21.9
Շրի-Լանկա	473	439	492	458	8.5	7.5	8.1	7.2
Վիետնամ	292	307	303	300	5.2	5.2	4.9	4.7
Թուրքիա	240	260	270	269	4.3	4.37	4.4	4.2
Ինդոնեզիա	243	234	270	261	4.3	4	4.4	4.1
Արգենտինա	144	146	140	137	2.5	2.5	2.3	2.1
Ճապոնիա	85	81	82	85	1.5	1.3	1.3	1.3
Իրան	80	82	86	81	1.4	1.4	1.4	1.2
Աշխարհում	5556	5812	6067	6334				

Բերված տվյալները վկայում են, որ աշխարհում թեյի արտադրության առաջատար երկրները Չինաստանն ու Հնդկաստանն են: Սակայն վերջին տարիներին լուրջ մրցակցություն են ցուցաբերում Քենիան և Շրի-Լանկան:

² Աղյուսակը կազմվել է հեղինակի կողմից հետևյալ աղբյուրների տվյալների հիման վրա՝
www.faostat.org, 2020 ;
http://www.teausa.com/teausa/images/International_Tea_Committee_Ian_Gibbs.pdf ;
<http://irantea.org/fa/?p=4459> ; <https://www.statista.com/statistics/264183/global-production-and-exports-of-tea>

Ավելին, թեյի համաշխարհային շուկայում հիմնական արտահանող երկրներն են՝ Շրի Լանկան (մոտ 33 %), Հնդկաստանը (11.2 %), Քենիան (9.8 %), Միացյալ Արաբական Էմիրությունները (9.5 %) և Չինաստանը (7.6 %) (Աղյուսակ 2):

Աղյուսակ 2

Թեյի համաշխարհային արտահանման ծավալը, դինամիկան և տարածքային կառուցվածքային տեղաշարժը³

Երկրները	Արտահանումը, հազար տոննա			Աճը, %	Տեսակարար կշիռը, %		
	2017	2018	2019		2017	2018	2019
Չինաստան	355.2	364.8	366.8	0.54	20.9	21	20.3
Հնդկաստան	261.4	262.4	258	-1.67	15.3	15.1	14.3
Շրի-Լանկա	286.8	164.7	169.5	2.91	16.8	9.5	9.41
Վիետնամ	146.4	77.2	134.9	74.7	8.6	4.4	7.49
Քենիա	467	500	475.9	-4.82	27.5	28.9	26.4
Մալավի	412	421	469	11.4	24.2	24.3	26
Ինդոնեզիա	52.8	49	40.4	-17.5	3.1	2.8	2.2
Տանզանիա	27.5	26.9	19.6	-27.1	1.6	1.5	1.08
Ռուանդա	26.2	30.9	31.1	0.64	1.5	1.7	1.7
Իրան	14.6	10.5	10.1	-3.8	0.85	0.60	0.56
Ընդամենը աշխարհում	1698	1730	1800				

Ատենախոսության շրջանակներում հետաքրքրություն է ներկայացնում բնակչության մեկ շնչի հաշվով թեյի սպառումը: Դարձյալ ՄԱԿ-ի ՊԳԿ-ի Թեյի գծով միջկառավարական խմբի վիճակագրական տվյալների 2019 թ. տեղեկատվությամբ, մեկ շնչի հաշվով թեյի տարեկան սպառման ամենաբարձր՝ (1 կգ-ից ավել) սպառման մակարդակ ունեն՝ Թուրքիան (3.157 կգ), Իռլանդիան (2.191 կգ), Մեծ Բրիտանիան (1.942 կգ), Ավստրալիան (1.748 կգ), Իրանը (1.403), Ռուսաստանը (1.384 կգ), Մարոկկոն (1.217 կգ), Նոր Զելանդիան (1.192 կգ) և Եգիպտոսը (1.012կգ):

³ Աղյուսակը կազմվել է հեղինակի կողմից հետևյալ աղբյուրների տվյալների հիման վրա՝ World tea production and trade, Current and future development, Food And Agriculture Organization of The United Nations, Rome, by Kaison Chang – Secretary FAO Intergovernmental Group on Tea, 2015, p. 5; <https://www.statista.com/statistics/264189/main-export-countries-for-tea-worldwide/>; http://www.trademap.org/Product_SelCountry; <https://www.statista.com/statistics/264183/global-production-and-exports-of-tea>

Աշխատանքում, ուսումնասիրելով թեյի արտադրության յուրաքանչյուր փուլի առավելություններն ու թերությունները, ներկայացվել են առաջարկություններ գործընթացը բարելավելու համար:

Ատենախոսության երկրորդ՝ «Թեյի արտադրության ներկա վիճակը և զարգացման հեռանկարներն Իրանում» գլխում ներկայացվել է թեյի արտադրության ներկայիս վիճակը և դրա զարգացման հեռանկարները Իրանում

Այս գլխում վիճակագրորեն ուսումնասիրվել է իրանական թեյի արդյունաբերության հիմնական ցուցանիշների, թեյի այգիների վիճակի, արտադրության ծավալի, արտադրողականության, ներմուծման և սպառման փոփոխության միտումը: Բարձրացված ամենակարևոր հարցերից մեկը թեյի այգիների աստիճանական վերականգնումն ու մշակվող սորտերի կազմի բարելավումն է, որը հայտնի է որպես արտադրողականության բարձրացման և արտադրանքի որակի բարելավման նախապայմաններից մեկը:

Իրանում թեյի արտադրության հիմնական տարածքները գտնվում են Գիլան նահանգում՝ 90%-ը և մոտ 10%-ը՝ Մազանդարան նահանգում:

Հասանելի տվյալների հիման վրա, Իրանում կանաչ թեյի տերևների միջին բերքատվությունը կազմում է մոտ 4 տոննա մեկ հեկտարի վրա, չնայած այս ցուցանիշը տատանվում է կլիմայական պայմանների, տեղումների և ոռոգման մեթոդների ազդեցության տակ:

Հետազոտության արդյունքները ցույց են տալիս, որ թեյի այգիների բերքատվությունն ավելի բարձր է այն տարածքներում, որտեղ՝ բերքահավաքը կատարվում է ձեռքով, գյուղատնտեսական գործողությունները կատարվում են ճիշտ ժամանակին, պահպանվում են գյուղատնտեսության տեխնիկական սկզբունքները:

Ուսումնասիրությունը բացահայտում է մի քանի հիմնական մարտահրավերներ՝

- ✓ Ցածր շահութաբերություն, թեյի լայնածավալ ներմուծում և մաքսանենգություն, հողօգտագործման փոփոխություն
- ✓ Թեյի որոշ այգիներ վերածվել են այլ նպատակների, այդ թվում՝ շինարարության, զբոսաշրջության և այլ ապրանքների մշակման: Այս պատճառով թեյի մշակության տարածքը մոտ 32,000 հեկտարից նվազել է մինչև մոտ 25,000 հեկտար:
- ✓ Թեյի այգիների ոռոգման վիճակը
- ✓ Իրանական թեյի այգիների մեծ մասը կառավարվում է անձրևաջրերի միջոցով:
- ✓ Մնացած ջրի պահանջարկը բավարարվում է. ցողունային համակարգերի, կաթիլային համակարգերի միջոցով:

Թեյի արդյունաբերության տնտեսական կարևորությունը: Հեղինակը կարծում է, որ թեյի արդյունաբերությունը կարող է նպաստել համախառն ներքին արդյունքի (ՀՆԱ) աճին: Աճեցնել գյուղական զբաղվածությունը: Բարելավել գյուղացիների եկամուտները: Նվազեցնել երկրի կախվածությունը ներմուծումից: Հետևաբար, Իրանում թեյի արտադրության պատկերը պարզաբանելու համար

համապատասխան տվյալներն ու ցուցանիշները ամփոփվել են աղյուսակներում (աղյուսակներ 3 և 4):

Աղյուսակ 3

2010-2016 թթ. միջին տվյալներով Իրանի Գիլան և Մազանդարան նահանգներում թեյի տնկարկների տարածությունը⁴

Շրջաններ	Մշակման տարածու թյունը (հա)	Այդ թվում՝				Գործա րաննե րի թիվը	Թեյի կանաչ տերևի համախառն բերքը(տոննա)	
		անջրդի		ջրովի				
		Հա	%	Հա	%		1 հա-ից	Ընդամենը
Ֆուման	2200	1427.8	59	992.2	41	8	7	16165
Ռաշտ	1218	1421.2	95	74.8	5	1	8	11504
Շաֆթ	1000	1007.76	98.8	12.24	1.2	7	5.2	5347
Լահիջան	4300	3860	81	440	19	43	7	41834
Լանգոուդ	5329	4942.21	91	488.79	9	38	7.5	30565
Ռուդսար	4068	6363.5	89	786.5	11	32	5	39183
Ամլաշ	4014	5460	91	540	9	37	7.7	46671
Ռամսար	1500	2401	98	49	2	4	1.3	3108
Թոնեքաբոն	1123	1636.8	88	223.2	12	8	3.4	6575
Ընդամենը	24751	1427.8	59	992.2	41	8	7	16165

Աղյուսակ 4

Բերքի արտադրության վիճակը ԻԻՀ-ում 2013-2019 թթ⁵

Ցուցանիշները	Չափման միավորը	2013	2015	2017	2018	2019
Տարածությունը	հզ հա	25000	24500	15845	17170	16229
Համախառն բերքը	հզ տոննա	1475	1585	1005	9924	9038
1 հա-ի բերքը	Ցենտներ	582.9	646.9	634.65	578.01	559.69
Ամբողջական պահանջարկը	հզ տոննա	67	83	80	83	90
Ամբողջական առաջարկը	հզ տոննա	27	20	25	25.5	28.5

⁴ Աղյուսակը կազմվել է հեղինակի կողմից հետևյալ աղբյուրների տվյալների հիման վրա՝ www.irantea.org, 2017;

⁵ Designed by authors by using sources includes: <http://www.isna.ir/news/96012610994/>, International_tea_committee_Ian_Gibbes, world tea production & consumption - The Tea Association of The USA ,pdf,2019,pp.3 & 11, www.trademap.org, Faostat.org. 2019, www.financialtribune.com

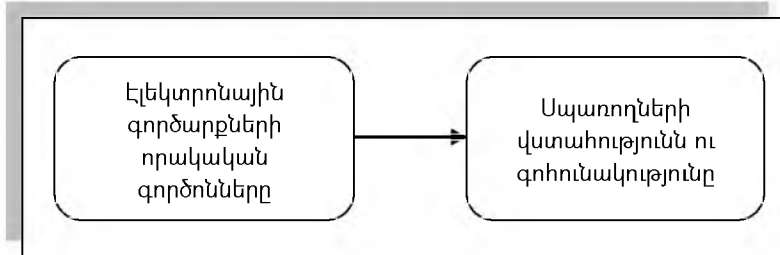
Ինքնաբավությունը		%	82.3	70.6	58.1	48.3	75.7
Ներմուծումները	Քանակը	28.5	25	36	40	30	4.5
	Գումարը	14.6	9.6	14.6	10.5	10.1	4500
	1 կգ գինը	12850	13373	19392	13963		1
Տարածքի միջին տարիքը		Տարի	1.3	0.91	1.1	1	1
Նոր տարածքների տեսակարար կշիռը		%	47	45	44	45	46
Կապիտալ ներդրումները 1 հա-ի համար		ԱՄՆ դոլար	10	10	7	10	10

Ատենախոսության երրորդ՝ «Իրանական թեյի որակի գործոնների և սպառողի վարքագծի վրա դրանց ազդեցության վերլուծությունը» գլխում

Ներկայացվել են թեյի որակի գործոնները, սպառողների վստահությունը արտադրող ֆիրմաների նկատմամբ և գոհունակությունը արտադրանքի որակից: Սոցիոլոգիական հարցումների արդյունքներով բացահայտվել է ըստ թեյի որակի գործոնների (բույրը, գույնը, համը, փաթեթավորումը) սպառողների գոհունակության մակարդակը և նախապատվությունը, առաջարկվել է որակի գործոններից յուրաքանչյուրի բարելավման տեխնոլոգիական և կազմակերպական միջոցառումների համակարգը և հիմնավորվել միջոցառումների տնտեսական արդյունավետությունը: Վերջին տասնամյակներում համացանցի օրավիտ աճող ազդեցության և էլեկտրոնային միջոցների շնորհիվ, հաճախորդին տրամադրվող նորագույն մարքեթին-գային գործիքների կիրառման արդյունքում սպառողն սկսում է մեծապես վստահել արտադրողներին, վաճառողներին և ծառայություններ մատուցողներին: Այսօրվա սպառողը կիրառելով հաղորդակցության տեխնոլոգիաները, ամենասեղմ ժամկետներում աշխարհի տարբեր անկյուններից իրեն անհրաժեշտ տեղեկություններն է ձեռք բերում ապրանքների վերաբերյալ և վերլուծելով դրանք, ընտրում է այն ապրանքը, որն օժտված է ամենաբարձր արդյունավետությամբ և առավելությամբ: Սա ավելին է բարձրացնում շուկայագիտության պատասխանատվությունն առավելագույն արդյունավետությամբ ու մրցակցային առավելությամբ ապրանքների արտադրության որոնման հարցում՝ շուկայի մասնաբաժինն ընդլայնելու և բարձրացնելու նպատակով:

Այս ուղղությամբ թեյը ևս համարվում է սպառողական այն ապրանքատեսակներից, որի որակը նրա մրցակցային կարևորագույն առավելությունն է: Ըստ այդմ, առանձին երկրներ, այդ թվում՝ Հնդկաստանը, Շրի-Լանկան, Քենիան և Չինաստանը, կիրառելով էլեկտրոնային միջոցները և իրականացնելով շուկայագիտության լայնամասշտաբ հետազոտություններ, տեղեկանում են աշխարհի տարբեր վայրերում սպառողների ճաշակի մասին և արտադրելով դրան համապատասխան առավել որակյալ թեյ, որը համապատասխանում է նաև միջազգային ISO 9000 և ISO 22000 ստանդարտներին: Կատարված ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ նման մոտեցում ցուցաբերող ընկերությունները կարողացել են ապահովել բարձր մրցունակություն, վայելել

գնորդների վստահությունը և ոչ միայն պահպանել, այլև ավելացնել իրենց մասնաբաժինը թեյի շուկայում: Ըստ էության թեյի վարկանիշը և գնորդների վստահությունը ներկա պայմաններում գլխավոր առանցքն է, որի շուրջը ձևավորվում են էլեկտրոնային գործարքները և շուկայահանման մյուս արդյունավետ գործիքները: Հաշվի առնելով այդ ներկայացնենք թեմային առնչվող հայեցակարգային մոդելը (գծ 1):



Գծապատկեր 1. Էլեկտրոնային գործարքների և սպառողների վստահության հայեցակարգային մոդելը

Հետևաբար, խորհուրդ է տրվում.

1. Հաճախորդների գոհունակությունը անընդհատ վերահսկել:
2. Ստեղծել հաճախորդների հետադարձ կապի արդյունավետ համակարգ:
3. Արտադրանքի որակը անընդհատ վերահսկել և բարելավել:

Այս միջոցառումները, ի վերջո, կբարձրացնեն թեյի արդյունաբերության տնտեսական արդյունավետությունը:

Հեղադրության մեթոդաբանություն. Հաշվի առնելով սպառողների շրջանում վիճակագրական բնակչության թիվը, սպառողների վարքագիծը ուսումնասիրելու համար ընտրվել է Գիլան և Մազանդարան նահանգների սպառողների նմուշ, Գիլան նահանգի (Լենգրուդ, Լահիջան, Ռաշտ, Անզալի) և Մազանդարան նահանգի (Տենկաբոն, Չալուս, Բաբոլ, Սարի) ուսումնասիրության տարածքները:

Փոփոխականների սահմանումը

Ուսումնասիրության մեջ՝ Անկախ փոփոխականները ներառում են թեյի որակի գործոնները՝ բույրը, համը, գույնը, փաթեթավորման տեսակը և փաթեթավորման վրա ներառված տեղեկատվությունը:

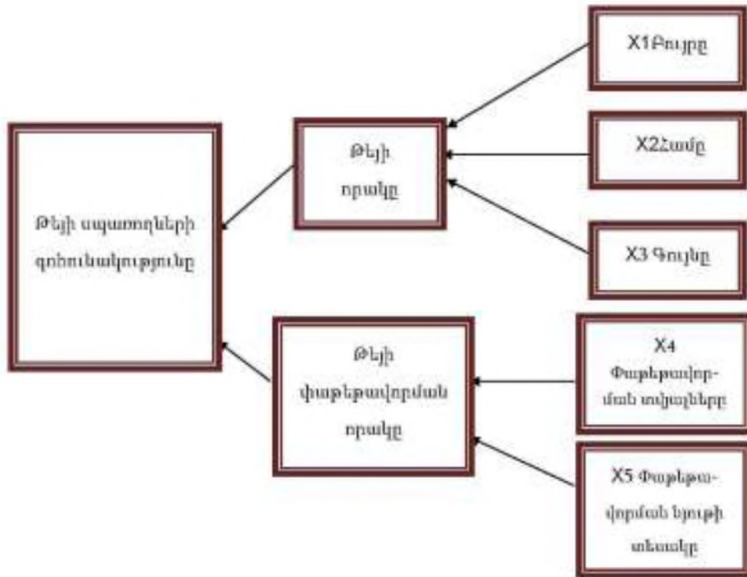
Կախյալ փոփոխականը ներառում է սպառողի գոհունակությունը:

Թեյի որակը գնահատվում է երկու տեսանկյունից՝

1. Քիմիական մեթոդ՝ լաբորատորիայում և թեյի քիմիական կազմի հիման վրա:

2. Զգայական գնահատման մեթոդ՝ համի և հոտի փորձագետների կողմից և գնահատելով՝ թեյի համը, բույրը, տեսքը և զգայական բնութագրերը:

Հետազոտության մոդելը: Հետազոտության մոդելում բացահայտվում են անկախ փոփոխականների և մեղմացնող կախյալ փոփոխականների շարքում դասվող տարբե-րակները: Համապատասխան փոփոխականներ բացահայտելուց հետո, անհրաժեշտ է ճիշտ կառուցել փոփոխականների միջև կապերի ցանցը, այնպես, որ հնարավոր լինի ձևակերպել համապատասխան վարկածները, ապա ստուգել դրանց հավաստիությունը (զճ. 2)⁶



Գծապատկեր 2. Հետազոտության վերլուծական մոդելը (փոփոխականների միջև առկա կապը)

Տվյալների վերլուծություն:

Հիպոթեզները ստուգելու համար օգտագործվել են երկու տեսակի վիճակագրություն.

Նկարագրական վիճակագրություն՝ տվյալները ամփոփելու և հարցվածների բնութագրերը բացահայտելու համար:

Ելակետային վիճակագրություն՝ փոփոխականների միջև կապերը ուսումնասիրելու և հետազոտական հիպոթեզները ստուգելու համար:

Այս բաժնում օգտագործվել են տարբեր վիճակագրական մեթոդներ՝ որակի գործոնների ազդեցությունը սպառողների գոհունակության վրա վերլուծելու համար:

⁶ Khaki Gholamreza, Research Method in Management, Islamic Azad University of Tehran, 2003, p. 288

Հետազոտության հիմնական վարկած

Զրոյական վարկած (H0). Թեյի որակի գործոնների ազդեցությունը սպառողների գոհունակության վրա էականորեն չի տարբերվում:

Հակառակ վարկած (H1). Թեյի որակի գործոնների ազդեցությունը սպառողների գոհունակության վրա էականորեն տարբերվում է:

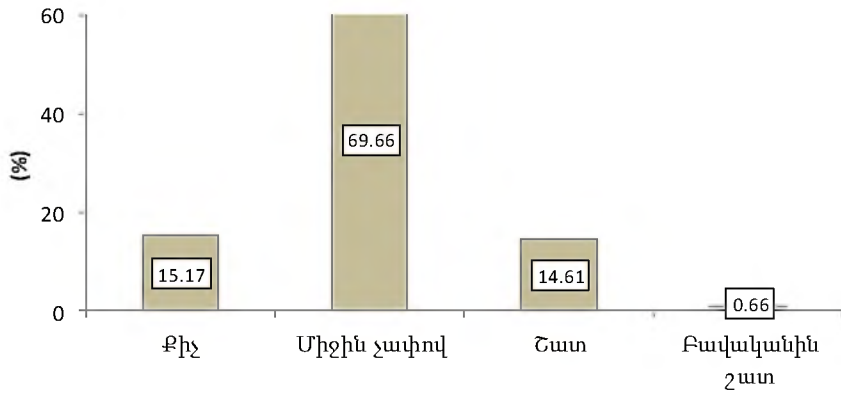
Հաշվի առնելով Լիկերտի 5 տարբերակով գնահատման սանդղակի հիման վրա կազմված «Աղյուսակ 5»-ի տվյալները, հետազոտության զխսավոր վարկածի վերաբերյալ հարցերին հարցվողների պատասխանները հետևյալն են.

Աղյուսակ 5.

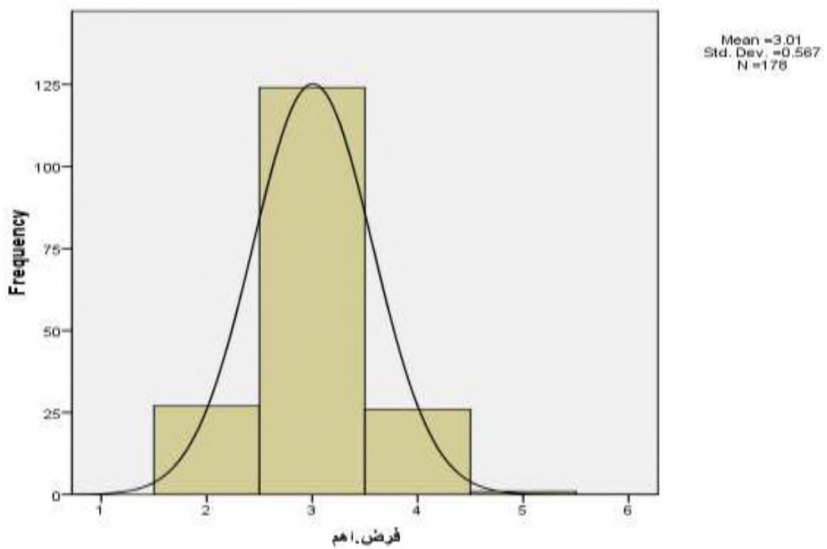
Որակի գործոնների ազդեցության վերաբերյալ հաճախությունների բաշխումները (Frequency distribution)

Տարբերակ	Հաճախություն	Տոկոս	Վստահելի տոկոսը	Հավաքագրված տոկոսը
Քիչ	27	15.2	15.2	15.2
Միջին չափով	124	69.7	69.7	84.8
Շատ	26	14.6	14.6	99.4
Բավականին շատ	1	.6	.6	100.0
Ընդհանուր	178	100.0	100.0	

15.2%-ն ընտրել է քիչ, 69.7%-ը՝ միջին չափով, 14.6%-ը՝ շատ և 0,6%-ը՝ բավականին շատ տարբերակները: Արդյունքում «միջին չափով» տարբերակը 69.7% ցուցանիշով համարվում է ընտրության ամենաբարձր գործակիցն ունեցող տարբերակը (Գծապատկեր 3):



Գծապատկեր 2. Որակի գործոնների ազդեցության վերաբերյալ հաճախությունների բաշխումները (Frequency distribution)



Գծապատկեր 4. Որակի գործոնների ազդեցության հիստոգրամ

Աղյուսակ 6.

Գլխավոր վարկածի վիճակագրական ցուցանիշները

Նկարագրական (Descriptive)								
Գլխավոր վարկած	N	Միջինը	Ստանդարտ սխալ	Ստանդարտ շեղում	Միջինի համար 95% վստահության ինտերվալ		Նվազագույն	Առավելագույն
					Ստորին շեմ	Վերին շեմ		
Քիչ	25	2.88	.526	.105	2.66	3.10	2	4
Միջին չափով	105	2.90	.471	.046	2.81	3.00	2	4
Շատ	42	3.17	.621	.096	2.97	3.36	2	4
Բավականին շատ	6	4.17	.408	.167	3.74	4.60	4	5
Ընդհանուրը	178	3.01	.567	.043	2.92	3.09	2	5

Գլխավոր վարկածի ստուգման նպատակով, աղյուսակների և գծապատկերների տվյալները վերլուծական ծրագրով ամփոփվել են երկու՝ նկարագրական և եզրահանգման տարբերակներով: Վերջինիս դեպքում, հաշվարկվել են հասարակության պարամետրերը, իսկ նկարագրականի դեպքում՝ պարզաբանվել է, թե ինչպես է անկախ փոփոխականը որոշում կախյալ փոփոխականին: Արդյունքներն ստուգվել են վարիացիոն «ANOVA» վերլուծությամբ:

Աղյուսակ 7.

Գլխավոր վարկածի վիճակագրական արդյունքները

ANOVA					
Գլխավոր վարկածը	Քառակուսիների գումարը	Df	Միջին քառակուսին	F	Sig.
Խմբերի միջև	10.640	3	3.547	13.313	.000
Խմբերի ներսում	46.354	174	.266		
Ընդամենը	56.994	177			

Աղյուսակ 8.

Բազմակի համեմատություններ (Multiple Comparisons)

LSD որակի գործոններ

(I) գոհու- նակու-թյուն	(J) գոհու-նակու- թյուն	Միջին տարբեր ույությունը (I-J)	Ստանդ. արտ սխալ	Sig.	Միջինի համար 95% վստահության ինտերվալ	
					Ստորին շեմ	Վերին շեմ
Քիչ	Միջին չափով	-.025	.115	.830	-.25	.20
	Շատ	-.287*	.130	.029	-.54	-.03
	Բավականին շատ	-1.287*	.235	.000	-1.75	-.82
Միջին չափով	Քիչ	.025	.115	.830	-.20	.25
	Շատ	-.262*	.094	.006	-.45	-.08
	Բավականին շատ	-1.262*	.217	.000	-1.69	-.83
Շատ	Քիչ	.287*	.130	.029	.03	.54
	Միջին չափով	.262*	.094	.006	.08	.45
	Բավականին շատ	-1.000*	.225	.000	-1.44	-.56
Բավա- կանին շատ	Քիչ	1.287*	.235	.000	.82	1.75
	Միջին չափով	1.262*	.217	.000	.83	1.69
	Շատ	1.000*	.225	.000	.56	1.44

- Գլխավոր վարկածից (որակի գործոններ) ստացած արդյունքը

Վերոնշյալ աղյուսակի արդյունքները վկայում են, որ առկա է հուսալի տարբերություն թեյի սպառման գոհունակության հարցում թեյի որակական գործոնների ազդեցության միջին ցուցանիշների միջև:

«Աղյուսակ 9»-ում ներկայացվել են տվյալների նկարագրական վերլուծության արդյունքները՝ որակի գործոններից յուրաքանչյուրի հետ կապված:

**Որակի գործոններից յուրաքանչյուրի հետ կապված նկարագրական
վերլուծության արդյունքները**

Նկարագրական (Descriptive)								
Որակի գործոնները	N	Միջինը	Ստանդ. արտ. շեղում	Ստանդ. արտ. սխալ	Միջինի համար 95% վստահության ինտերվալ		Նվազագույն	Առավելագույն
					Ստորին շեմ	Վերին շեմ		
Համը	178	3.7022	.64317	.04821	3.6071	3.7974	2.00	5.00
Բույրը	178	3.4438	.86337	.06471	3.3161	3.5715	1.00	5.00
Գույնը	178	3.3820	.79555	.05963	3.2643	3.4997	1.00	5.00
Փաթեթավորման տվյալները	178	3.1517	.56700	.04250	3.0678	3.2356	2.00	5.00
Փաթեթավորման նյութերը	178	3.1461	.62978	.04720	3.0529	3.2392	2.00	5.00

Ինչպես երևում է աղյուսակի տվյալներից առկա է որոշակի տարբերություն թեյի սպառման գոհունակության հարցում համի, բույրի, գույնի, փաթեթավորման տվյալների և փաթեթավորման նյութերի գործոնների միջին ցուցանիշների միջև:

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Հաշվի առնելով սույն հետազոտության տեսական վերլուծությունները և իրականացված հարցման տվյալները, վարկածների ստուգման և դրանց հաստատման արդյունքները վկայում են, որ հիմնականում որակի հաշվին հնարավոր է բարձրացնել հայրենական թեյի մրցունակությունը, ավելացնել իրացման ծավալները և աստիճանաբար սահմանափակել ներկրվող արտադրանքը:

Հիմք ընդունելով նշված արդյունքները, որակի բարելավման և սպառողների գոհունակության բարձրացման նպատակով ներկայացվում են հետևյալ առաջարկությունները.

1. Սույն հետազոտության շրջանակներում բացահայտվել է, որ այս ուղղությամբ իրանական թեյի արտադրության համակարգը լուրջ արդիականացման կարիք ունի: Նպատակահարմար է, որպեսզի

գյուղատնտեսության ոլորտի զարգացման ծրագրերը մշակելիս՝ հետևել թեյ արտադրող հայտնի և հաջողակ այլ երկրների փորձին, համապատասխան մոդելները տեղայնացնելու նպատակով:

2. Անընդհատ հարցումների անցկացում և սպառողների ճաշակի վերլուծություն, մասնավորապես՝ առցանց համակարգերի միջոցով շարունակական հարցումներ:

3. Առաջարկվում է գյուղատնտեսության ոլորտի զարգացման ծրագրերի շրջանակներում, Ջիհադ կազմակերպության տարածքային մասնաճյուղերի ուշադրությունը հրավիրել թեյի տնկարկների տարբեր սորտերի վերաբերյալ գիտական ուսումնասիրությունների կազմակերպման հարցի շուրջ (որպես արտադրվող թեյի որակի վրա ազդող գործոն)՝ թեյի տարբեր սորտերի որակի վրա ազդող ռիսկերը բացահայտելու և վերահսկելու նպատակով:

4. Թեյի որակի կառավարման համակարգի կատարելագործման շրջանակներում, ոլորտի ղեկավարներին խորհուրդ է տրվում հետևողականորեն արդիականացնել թեյի մշակության, բերքահավաքի և հետբերքահավաքին գործընթացների տեխնոլոգիաները:

5. Առաջարկվում է Գյուղատնտեսության Ջիհադ կազմակերպության տարածքային մասնաճյուղերի ուսուցողական ծրագրերի շրջանակներում թեյի արտադրամասերին տեղեկատվություն տրամադրել փաթեթավորման հարցում որակյալ նյութերի կիրառման, ձևավորման, թեյի արտադրանքի վերաբերյալ անհրաժեշտ տեղեկությունների մակնշման նշանակության, առողջապահական ստանդարտների, ապրանքային տեսքի և որակի պահպանման պահանջների և նորարարությունների մասին:

6. Առաջարկվում է տնկաստանների սեփականատերերի հետ համագործակցությամբ Գյուղատնտեսության Ջիհադ կազմակերպության տարածքային մասնաճյուղերի մատյաններում ամբողջությամբ գույքագրվեն թեյի տնկարկները և նշվեն դրանց ներկա տվյալները, ինչը հավաստի աղբյուր է հանդիսանալու տնկաստանների աստիճանական երիտասարդացման ծրագրերի համար:

7. Գյուղատնտեսության ոլորտում քարոզչական աշխատանքների շրջանակներում սահմանել «Իրանի լավագույն թեյ» տարեկան մրցանակաբաշխություն և դրամական պարգև, և այն շնորհել՝ ըստ կատարված հանրային հարցումների:

8. Գյուղատնտեսության Ջիհադ կազմակերպության հետ համատեղ, ներդնել թեյի վերամշակող կազմակերպություններում սննդամթերքի անվտանգության և որակի կառավարման «HASP» համակարգը (ռիսկային ռեսուրսների վերլուծություն

և ճգնաժամային կետերի վերահսկում), ըստ որի, հնարավոր կդառնա առանձնացնել դիսկային ճգնաժամային կետերը և լիարժեք վերահսկողություն սահմանել դրանց նկատմամբ:

Ատենախոսության հիմնական դրույթներն ու արդյունքներն արտացոլված են հեղինակի կողմից հրապարակված հետևյալ գիտական հոդվածներում.

1. Ամիր Նեժադղամբար, The effect of packaging materials and time on tea quality based on orthodox model (Փաթեթավորման նյութերի և պահպանման ժամկետի ազդեցությունը թեյի որակի վրա՝ օրթոդոքս մեթոդի տարբերակում): // Հայաստան, Տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ և կառավարում, Երևան, 2011 .- էջ 178-183

2. Ամիր Նեժադղամբար, The impact of tea quality factors on share of tea market (Որակական գործոնների ազդեցությունը թեյի շուկայի մասնաբաժնի վրա): // Հայաստան, Ագրոգիտություն, Երևան, # 3-4, 2012 .- էջ 245-247

3. Ամիր Նեժադղամբար, The efficacy of tea quality factors on tea consumers satisfaction from experts viewpoint (Փորձագետների տեսանկյունից որակի գործոնների ազդեցությունը թեյի սպառողների գոհունակության վրա): // Հայաստան, «ՀՀ սոցիալ-տնտեսական կայուն զարգացման հիմնախնդիրները» գիտական հոդվածների ժողովածու, Երևան, # 1(17), 2013 .- էջ 192-195

4. Ամիր Նեժադղամբար, «تأثير اطلاعات مندرج بسته بندی بر رضایتمندی مصرف کنندگان چای» (պարսկերեն լեզվով) (Փաթեթավորման վրա նշված տեղեկությունների ազդեցությունը թեյ սպառողների գոհունակության վրա): // «مطالعات مدیریت و کارآفرینی» (Կառավարման և գործարարության գծով ուսումնասիրություններ), # 2(3), 2016 .- էջ 120-124 (p-ISSN-2538-2063)

5. Amir Nejadghanbar, The Efficacy of Quality Factors on Satisfaction of Tea Customers in Iran (Որակի գործոնների ազդեցությունը թեյ սպառողների գոհունակության վրա). // IOSR Journal of Economics and Finance, # 7(3), Ver. I, May-Jun, 2016 .- pp. 64-68 (e-ISSN: 2321-5933)

6. Amir Nejadghanbar, The Efficacy of The Quality of Packaging Materials on Tea Consumers Satisfaction (Փաթեթավորման նյութերի որակի ազդեցությունը թեյ սպառողների գոհունակության վրա). // Journal of Administrative Management, Education and Training, # 12(3), 2016 .- pp. 54-58

**ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ КАЧЕСТВА ЧАЯ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ПРОВИНЦИЯХ ГИЛАН И МАЗАНДАРАН ИРАНА**

Диссертация представлена на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности: 08.00.02 – «Экономика и управление хозяйством и его отраслями».

Защита диссертации состоится 29-го октября 2026 года в 14:00 на заседании Специализированного совета по экономике 014 Комитета по высшему образованию и науке Республики Армения, действующего в Армянском государственном экономическом университете, по адресу: 0025, ул. Налбандяна 128, г. Ереван, РА.

РЕЗЮМЕ

Обработка чая в Иране сравнительно новая отрасль сельского хозяйства и сформирована с 1900 года. Тем не менее, чай в Иране используется с 15-ого века и в настоящее время наряду с водой самым популярным напитком. Исходя из благоприятных климатических условий обработка чая распределена в двух северных провинциях Гилане и Мазандаране. В настоящее время плантации чая занимают около 25000 гектаров, из которых 90 процентов в Гилане и 10 процентов в Мазандаране.

В Иране в среднем в год потребляется 100 тысяч тонн чая, 40 процентов которого обеспечивается за счет местного производства. Особенно проблематичным является качество местного производства чая и из-за низкого качества большая часть произведенного чая складывается и в дальнейшем используется для других целей (духи, красители и другие отрасли промышленности).

Тема диссертации относится влиянию факторов качества чая на удовлетворенность потребителей. Исследования были проведены на примере провинций Гилан и Мазандари и целью является раскрыть влияние факторов качества чая на удовлетворение потребителей и найти пути для повышения качественных признаков и конкурентоспособности производимого в Иране чая. С этой целью исследованию были предъявлены следующие вопросы:

1. Изучить особенности производства чая, нынешнее состояние и возможности развития;
2. Посредством анализа тенденций развития мирового рынка чая, оценить конкурентные позиции Ирана,
3. Определить влияние качества чая на общий уровень удовлетворенности потребителей чая,

4. Определить влияние выбора вкуса, цвета, запаха, выбора упаковки и упаковочных материалов чая на степень удовлетворенности потребителей чая,

5. На основании результатов исследования, использовать предложений по повышению качества чая, чтобы повысить уровень удовлетворенности клиентов и продемонстрировать свою экономическую эффективность.

Основные результаты диссертации имеют теоретический, методологический и прикладной характер научных инноваций следующим образом:

- Выявлены факторы, влияющие на качество чая на всех этапах разработки и производства.

- На основе исследований, проведенных среди потребителей и обработки их результатов, выявлены по факторам качества чая (аромат, цвет, вкус, упаковка) уровень удовлетворенности потребителей и предпочтения.

- Предлагается системы технологических и организационных мер по улучшению показателей качества и обоснована экономическая эффективность мероприятий.

- Разработаны положения концептуальной разработки и контроля качества логической цепочки производитель-пользователей-экспортер.

В первой главе диссертации “Чай как национальный напиток, его общие основы методологии и теории оценки качества” представлены, предыстория чая, эволюция производства, включение чая в рацион населения стран мира, территории обработки чая и масштабы реализации, основные признаки качества чая, методология их оценки, а также технологии производства и вопросы управления качеством.

А во второй главе “Настоящее состояние производства чая и перспективы развития в Иране” представлена основная динамика и тенденции развития производства чая в Иране. Были проведены статистический анализ и соответствующие обобщения. Особенно важны вопросы постепенного омоложения саженцев чая и улучшение состава сортов.

В третьей главе “Факторы качества чая и влияние на поведение потребителей в Иране” представлены факторы качества чая, доверие потребителей в отношении фирм производителей и удовлетворенность качеством товара. По данным социологических опросов были выявлены уровень удовлетворенности потребителей факторами качества чая (аромат, цвет, вкус, упаковка) и предыстория, предложены технология и система организационных мероприятий по улучшению каждого из факторов качества и обоснована экономическая результативность мероприятий.

AMIR NEJADGHANBAR

INFLUENCE OF QUALITY FACTORS OVER TEA CONSUMERS' SATISFACTION IN GILAN AND MAZANDARAN PROVINCES OF IRAN

The abstract of the dissertation is submitted for pursuing the degree of Ph.D. in Economics in the field 08.00.02 - "Economy, the economics of its spheres and control".

The defense of the dissertation will take place at 14:00 on 29th october at the Meeting of Specialized Council 014 in Economics of the Higher Education and Science Committee of the Republic of Armenia, acting at the Armenia State University of Economics. Address: 128 Nalbandyan Street, Yerevan, 0025, RA.

ABSTRACT

Tea cultivation is a relatively new branch of agriculture in Iran and its start goes back to 1900. Along with that, tea was used from 15th century and currently next to the water, it is the most popular drink. Based on the favorable climatic conditions, cultivation of tea is distributed in the two northern provinces of Gilan and Mazandaran. At present the total area of tea plantations is 2500 hectares, 90 percent of which is in Gilan and 10 percent in Mazandaran.

Iran's average annual consumption of tea is 100 thousand tons, of which almost 40 percent is provided by the local production. Especially the quality of locally produced tea is problematic and because of its low quality, a significant part of the tea produced is stored and then it is used for other purposes (perfumes, paints and other productions).

Theme of the thesis refers to influence of tea quality factors over the satisfaction of the consumers. Investigations were carried out by the example of Gilan and Mazandaran provinces and its aim is to disclose influence of tea quality factors over the satisfaction of consumers and find ways to increase qualitative and competitive features of tea produced in Iran. For this purpose the following issues were nominated to the thesis:

Investigate features of tea produced, current situation and possibilities of development.

Through analysis of the development trends of global tea market to assess the competitive position of Iran.

Reveal the general influence of tea quality over the satisfaction of consumers.

Reveal the influence of tea flavor, color, aroma, packaging and packaging materials selected over the satisfaction of consumers.

Based on the survey results, by the implementation of proposals to increase the quality of tea contribute to enhancing consumer satisfaction and to substantiate its economic efficiency.

The major results of the survey have theoretical, methodical and applicative directions, the scientific novelty of which is:

- In all cultivation and production phases, the factors which influence over tea quality were revealed.

- Based on the sociological surveys conducted among consumers and processing their results, as to tea quality factors (flavor, color, aroma, packaging), level of consumer satisfaction and preference were revealed.

- System of technological and managerial measures of each quality factor improvement was suggested and economic efficiency of measures was substantiated.

- Provisions of producer-consumer-importer logistic chain development and concept of quality operational control was developed.

In the first chapter of the thesis titled "Tea as a national drink, general Basics of its theory and methodology of quality assessment", is presented the background of tea, evolution of production, involvement of tea in world population diet, areas of tea cultivation and volumes of consumption, main features of tea quality, methodology of their assessment, as well as issues of production technology and quality management. In the second chapter, which is titled as "Current situation of tea production in Iran and perspectives of development", is presented the dynamic of main parameters for tea cultivation in Iran and development trends. Statistical analysis and relevant generalizations were carried out. Especially, rejuvenation of tea cultivation lands and issues of improving sort variety were highlighted.

In the third chapter of the thesis, which is titled as "Quality factors of tea and influence over consumer behavior in Iran", is presented quality factors of tea, consumer confidence towards the brands produced and satisfaction of production quality. Results of sociological questions revealed that, as to quality factors of tea (flavor, color, aroma and packaging), level of consumer satisfaction and preference and system of technological and managerial measures of each quality factor improvement was suggested and the economic efficiency of measures was substantiated.

