

۳- صادرات و واردات جهانی سیب درختی

— واردات سیب در مناطق عمده واردکننده :

در فاصله سالهای ۱۹۷۸-۸۷ واردات جهانی سیب با متوسط نرخ رشد سالیانه ۳/۳ درصد از ۲/۶ میلیون تن به ۳/۵ میلیون تن افزایش یافته است. از لحاظ ارزش، کل واردات سیب از ۱/۴۰ میلیارد دلار به ۱/۹ میلیارد دلار افزایش نشان می دهد. بالاترین سهم در ارزش وارداتی به کشورهای پیشرفته سرمایه داری تعلق دارد که در سال ۱۹۸۷، حدود ۱/۴ میلیارد دلار صرف خرید سیب از بازار جهانی نموده اند. در این سال کشورهای آلمان غربی، انگلستان، شوروی و هلند عمده ترین واردکنندگان سیب در جهان بوده اند. ملاحظه می شود که میزان تقاضای وارداتی کشورهای پیشرفته سرمایه داری در مجموع نسبت به نوسانات قیمت جهانی حساسیت چندانی نشان نمی دهد. مثلاً در سال ۱۹۸۵ که قیمتها به پایین ترین سطح خود در طول دوره تحت بررسی می رسند واردات این کشورها نه تنها افزایش نیافته بلکه کاهش مختصری را نیز نشان می دهد. در این کشورها به دلیل بالا بودن درآمد سرانه، مصرف کنندگان، قیمتهای نسبتاً بالا برای محصولات با کیفیت بهتر را بخوبی تحمل می کنند. طی سالهای مورد بررسی آلمان غربی عمده ترین واردکننده سیب در جهان بوده است. میزان واردات این کشور عمده تحت تاثیر نوسانات تولید داخلی است در سالهای ۱۹۸۱، ۱۹۸۳ و ۱۹۸۷ کاهش زیاد تولید

داخلی سبب افزایش قابل توجه در واردات سیب این کشور شده است با توجه به اینکه در سالهای مذکور قیمتها نسبتاً بالا بوده است. واردات آلمان عمده‌تر ز کشورهای ما در گذشته با زار مشترک نظیر: ایتالیا و فرانسه و بلژیک تا مین می‌گردد. بخشی از این تقاضای وارداتی جذب کارخانجات تولیدکننده سیب می‌شود که آلمان از صادرکنندگان آن محسوب می‌شود.

در حالی که کشورهای ایتالیا و فرانسه از معافیت‌های گمرکی و تسهیلات خاص وارداتی با زار مشترک سود می‌جویند سایر صادرکنندگان کالا به آلمان غربی می‌بایستی تعرفه‌های گمرکی بین ۶-۱۴ درصد را در نظر داشته باشند.

انگلستان دومین واردکننده عمده سیب در بازار جهانی است. در این کشور با توجه به نبودن سهم واردات در مصرف داخلی (بیش از ۵۰ درصد) ملاحظه می‌شود که همگام با افزایش مصرف سرانه سیب، تقاضای وارداتی این کشور نیز گسترش می‌یابد. فرانسه و آفریقای جنوبی حدود ۳/۴ از واردات انگلستان را تامین می‌کنند. البته کاهش سهم فرانسه در بازار انگلستان در سالهای اخیر به نفع کشورهای نظیر: شیلی، نیوزیلند و آفریقای جنوبی تمام شده است. با توجه به آنکه ما خالص واردات (واردات منهای صادرات) در هلدن ملاحظه می‌گردد که واردات این کشور در طول دوره تحت بررسی افزایش چندانی نداشته است. از آنجا که تولید داخلی این کشور برای صادرات کافی بنظر نمی‌رسد این کشور از کشورهای شیلی و آرژانتین هزاران تن سیب وارد می‌کند. برتریهای تجاری بندر رتردام موجب شده که کشورهای مذکور برای مبارزه با برنامهم سهمیه وارداتی بازار مشترک، بخش عمده صادرات خود به اروپا را از طریق این بندر انجام دهند.

در ثانی وجود امکانات تکنولوژیکی مدرن صنایع غذایی (تولیدکنسانتره سیب و سایر فرآورده های جنبی) و صدور مجدد آنها سبب شده است تا هلند به واردات مواد خام توجه خاصی مبذول نماید. کانادا یک بازار دو طرفه برای سیب آمریکا محسوب می شود (۱). در بین کشورهای در حال توسعه واردکننده سیب، شاهد روند نزولی تقاضای وارداتی - بویژه در سالهای اخیر - می باشیم.

در برزیل کاهش واردات سیب، به دلیل افزایش تولید آن در اثر کمکهای ملی (۲) و با هدف کاهش فشارهای ناشی از تنگناهای ارزی بوده است. اگرچه هنوز سطح تولید، با کمی با زده و استاندار دپائین میوه مواجه است اما توجه به بهبود کیفیت سیب سبب شده که این کشور از یک واردکننده خالص به ما درکننده این محصول تبدیل شود.

افزایش درآمدهای ناشی از صدور نفت عربستان و سایر کشورهای حوزه خلیج فارس سبب افزایش مصرف انواع میوه در این کشورها شده است و به دلیل عدم امکانات تولید داخلی، این کشورها از واردکنندگان عمده این محصولات بشمار می روند. در عربستان روند واردات سیب تا سال ۱۹۸۲ افزایشی و از آن پس با افزایش مصرف سایر میوهها نظیر: موز، پرتقال و کلابی تقاضا کاهش می یابد که به کمترین میزان خود در سال ۱۹۸۶ می رسد. عربستان از واردکنندگان عمده سیب از ژانتین، استرالیا، شیلی، فرانسه و ایالات متحده است. دارا بودن ظرفیت ذخیره سازی متجاوز از ۱۵۰ هزار متر مکعب و سردخانه های مناسب در ریاض امکانات توسعه واردات این کشور را فراهم ساخته است.

سنگاپور، عراق، کویت، و مالزی نیز از دیگر واردکنندگان عمده

(۱): واریته هایی که در تابستان برداشت می شود به کانادا درودرپا نیز محموله های سیب صادراتی کانادا به آمریکا سرازیر می شوند.

(۲): National aids

ادامه جدول شماره ۳:

گروه کشورها/کتاب	سال	
	۱۹۷۸	۱۹۷۹
کشورهای در حال توسعه	۵۵۵	۳۷۴
	۲۷۹	۲۷۴
" "	۱۹۵	۱۸۳
	۹۷	۱۰۱
پورتوریکال	"	"
	"	"
بریتانیا، سوئد	۵۵	۷۶
	۲۱	۲۵
سنگاپور	۳۰	۲۵
	۱۶	۲۱
اسرائیل	۱۱	۲۳
	"	"
گروه های همبسته	۵۲۱	۵۹۰
	۲۰۹	۲۵۸
نیوزیلند	۲۳۰	۲۳۷
	۱۲۳	۱۷۳
چکسلواکی	۱۱۰	۷۷
	۲۸	۳۱
همسایگان	۸	۲۵
	"	"
۱۹۸۷	۱۹۸۷	۱۹۸۶
	۱۹۸۵	۱۹۸۴
۱۳/۹	۲۷۲	۲۱۶
	۲۷۹	۲۵۸
۲/۹	۱۲۴	۹۴
	۹۷	۵۱
۱/۴	۲۵	۲۲
	۲۴	۱۹
۰/۸	۲۱	۱۷
	۲۸	۲۳
۰/۵	۲۰	۲۴
	۱۱	۱۲
۱۵/۹	۵۷۲	۴۲۰
	۲۸۳	۲۶۸
۱۱/۹	۲۰۹	۲۷۸
	۲۰۶	۲۹۹
۱/۳	۲۸	۶۸
	۲۴	۲۹
۲/۴	۸۶	۶۰
	۲۹	۲۷

منابع :
 FNO, FNO Trade Yearbook 1978-87 (Rome, F.A.O. Pub. 1979-88).
 : این سیستم از نظر مقدار است .

در بین کشورهای در حال توسعه می باشند.

در بین کشورهای سوسیالیستی، شوروی بزرگترین واردکننده^۶ سیب می باشد. سهم واردات در مصرف داخلی این کشور در حدود ۷/۳ درصد در سال ۱۹۸۷ بوده است. واردات این کشور به نوسانات تولید داخلی حساسیت نشان نمی دهد و تنها امکانات صادراتی سایر اعضای کومکون تعیین کننده میزان تقاضای وارداتی این کشور می باشد.

در چکسلواکی افزایش تولید داخلی به همراه سطح نسبتاً ثابت مصرف داخلی کاهش معادل ۵۶ درصد از واردات این کشور در طول دوره را در پی داشته است.

با افزایش سطح درآمد و گرایش به مصرف میوه تازه و فعال کردن صنایع تولید آب سیب، تایوان اقدام به واردات سیب - بویسژه از ایالات متحده آمریکا نموده است. واریته‌های "رد" و "گلدن" و "گرانی اسمیت" از عمده اقلام وارداتی است. در این کشور نیز قیمت، عامل مصل محدودکننده^۶ تقاضای وارداتی است (۱).

— صادرات سیب در کشورهای عمده^۶ صادرکننده :

صادرات جهانی سیب در طول سالهای ۱۹۷۸-۸۷ از لحاظ حجم و ارزش به ترتیب ۲۱ و ۳۰ درصد افزایش داشته است. افزایش تولید ماژادبر نیاز داخلی در کشورهای عمده^۶ صادرکننده، قابل رقابت بودن سیب بسیاری از کشورها از حیث قیمت و کیفیت در بازار جهانی، و افزایش

(۱): به دلیل اینکه در آمار سازمان ملل نامی از کشور تایوان برده نمی شود واردات این کشور تحت نام چین آورده شد.

قیمتهای صادراتی - بویژه در سال ۱۹۸۷ - از عوامل موثر بر رشد صادرات جهانی بوده است. سهم صادرات از تولید جهانی سبب در سال ۱۹۸۷ در حدود ۹/۵ درصد است که مبین نقش خود مصرفی آن در کشورهای عمده تولیدکننده است.

در سال ۱۹۸۷ کشورهای پیشرفته سرمایه داری با در اختیار داشتن ۷۰ درصد از ارزش صادراتی سبب، عایداتی معادل ۱/۱ میلیارد دلار نصیب خود ساختند. در طول دوره مورد بررسی صادرات این کشورها ۲۵ درصد رشد داشته است. در حالی که صادرات کشورهای در حال توسعه ۲۱ درصد و کشورهای سوسیالیستی ۹ درصد افزایش یافته است. کشورهای فرانسه، مجارستان، ایتالیا، شیلی و آمریکا عمده ترین صادرکنندگان سبب در سال ۱۹۸۷ بوده اند. به دلیل رقابتی بودن بازار سبب آنچه سطح فروش را در این بازار تا و موی بخشدها نا کیفیت عرضه این محصول در کشورهای عمده واردکننده است. در اغلب کشورهای بی که حضور مستمری در بازار جهانی این محصول دارند سیستم تولید و صدور کالا در یک مجموعه هماهنگ عمل کرده و اتحادیه های صادرکنندگان که بعضاً "واحدهای تولیدی را نیز در اختیار دارند با استفاده از تسهیلات صادراتی و بهره گیری از تحقیقات کامل بازاریابی و شناخت سلیقه های مصرفی هر منطقه و تبلیغات گسترده، سعی در افزایش فروش خود دارند. فراهم نمودن وسایل و امکانات کافی برای نگهداری محصول پس از برداشت از اهم موارد مورد توجه است. در اکثر این کشورها در مناطق عمده تولید، واحدهای جداسازی (Sorting) اتوماتیک سبب قرار دارد که در این واحدها میوه از مراحل مختلفی نظیر: کنترل کیفیت، شستشو، برس زنی و واکس زنی، جداسازی و درجه بندی (از لحاظ اندازه و رنگ) عبور کرده و به طور اتوماتیک در جعبه ها و بسته های

صادراتی پرمی شود. به یمن وجود این عملیات کشورهای مزبور قادرند محصولی با کیفیت خوب و مناسب را روانه بازارهای جهانی نمایند. نحوه سرعت عمل در حمل و نقل میوه‌ها به دلیل سریع الفساد بودن آنها، از پارامترهای تعیین کننده در تدوین صدور محصول به حساب می آید. استفاده از کانال‌های یخچالدار و یاکشتیهای مجهز به سردخانه، ذخایر دارای کنترل اتمسفر و پالت بندی کردن محموله‌های صادراتی توان صادراتی را افزایش می دهد. تبلیغات گسترده را دیو و تلویزیونی، گسیل داشتن هیئت‌های بازاریابی، توزیع میوه بطور مجانی در خیابانها، مدارس و دکه‌های فروش، نصب پوستره‌های تبلیغاتی بر در و دیوار فروشگاهها بر میزان فروش کشورهای صادرکننده از طریق شرکتهای عمده تاثیر بسزایی داشته است.

فرانسه عمده ترین صادرکننده سیب در طول سالهای تحت بررسی بوده است. در این کشور بطور متوسط حدود ۳۰ درصد از تولید داخلی روانه بازارهای فروش خارجی می شود. بزرگترین بازارهای فرانسه: کشورهای انگلستان، آلمان غربی و هلند می باشند که فرانسه از مزیت نزدیکی مسافت به این بازارها سود می جوید. سیبهای "گلدن" متمایل به سبز و "رد" قرمز تیره در انگلستان و سیبهای "گلدن" درشت که در صدد با لاتری قند و در نتیجه مزه* بهتری دارند در آلمان و ااریته‌های دورنگ سبز متمایل به قرمز و زرد- قرمز در بازارهای هلند و آلمان غربی فروش خوبی دارند. رعایت استانداردهای جامعه اقتصادی اروپا (این استانداردها حداقل اندازه و اریته‌های مختلف، رنگ، وزن، نوع بسته بندی و درجه بندی را هر ساله تعیین می نمایند)، خدمات تخصصی بازاریابی امکانات مناسب بسته بندی و حمل و نقل سریع و کیفیت مناسب

"کلدن" فرانسه خریداران را به تداوم تقاضا از این کشور ترغیب می نماید. آمریکا شمالی و خاورمیانه از دیگر بازارهای فروش فرانسه محسوب می شوند.

ایتالیا از صادرکنندگان عمده سیب به آلمان غربی، سوئد، فنلاند، انگلستان و هلند می باشد. سهم صادرات از تولید داخلی در حدود ۱۶ درصد در سال ۱۹۸۷ بوده است. ایالات متحده آمریکا در اکثر کشورهای خریدار سیب با رقابت صادرکنندگان اروپای غربی و نیمکره جنوبی مواجه است. علی رغم اینکه محصول صادراتی این کشور از قیمت بالاتری نسبت به سایر عرضه کنندگان برخوردار است به دلیل کیفیت خوب سیب و بسته بندی مناسب، خریداران بسیاری دارد. تبلیغات گسترده به همراه توسعه فعالیت های بازاریابی و واگذاری اعتبار به واردکنندگان، افزایش فروش سیب آمریکا را در پی داشته است. عمده خریداران سیب آمریکا کشورهای کانادا، تایوان، خاورمیانه و خاور دور و کشورهای اسکانندیناوی می باشند. ایالات متحده برای مبارزه با برنامه سهمیه وارداتی با زار مشترک اروپا به مناطق آزاد از حقوق گمرکی نظیر: رتردام (در هلند) و آنتورپ^(۱) (در بلژیک) توجه دارد و از این طریق محصولات خود را به کشورهای اروپای غربی صادر می کند. مشکلات موجود در کشورهای در حال توسعه (مانند، ونزوئلا، مالزی، پاناما، کلمبیا، که خریدار سیب آمریکا هستند) نظیر: مشکلات ارزی و بدهی های خارجی در سال های اخیر موجب کاهش صدور محصول به این کشورها شده است. اگرچه در سال های ۱۹۸۵-۱۹۸۶ تقویت ارزش دلار و کاهش تولید در کشورهای عمده واردکننده موجب سودآوری این صادرات شد، اما در بازارهای خاورمیانه و خاور دور، آمریکا را بسا رقابت نیوزیلند، شیلی و چین روبرو ساخت. در بین کشورهای در حال

(1): Antwerp

توسعه، شیلی، آرژانتین و ترکیه از عمده‌صا درکنندگان سیب محسوب می‌گردند. در شیلی تولید بیشتر جنبه تجاری داشته بطوری که سهم صادرات از تولید داخلی در سال ۱۹۸۷، حدود ۶ درصد بوده است. این کشور برای جبران بدهیهای خودنیا ز فراوان به کسب درآمدهای ارزی دارد و لذا گرایش به صدور محصولات کشاورزی در سالهای اخیر سیب رشد صادرات سیب این کشور شده است. افزایش تولید و برداشت به موقع و بسته‌بندی جالب و برخورداری از امکانات سردخانه‌ای و حمل مناسب، سبب افزایش حضور این کشور در بازار جهانی شده است. اتحادیه‌های صادراتی این کشور با ایجاد دفاتر فروش در کشورهای واردکننده و با صرف هزینه‌های تبلیغاتی و ارسال هیئت‌های بازاریابی، موجبات افزایش فروش سیب شیلی را در بازارهای خاورمیانه، ایالات متحده آمریکا و خاورمیانه فراهم ساخته‌اند. همکاری شرکت‌های چندملیتی دست‌اندرکار با زارمیوه‌نظر: "Dole" با درکنندگان سیب شیلی قابل توجه است. شیلی از مزیت عرضه سیب تازه در فصول بهار و تابستان به بازارهای اروپای غربی بهره‌می‌جوید، ضمن اینکه سهمیه وارداتی با زار مشترک اروپا از محدودیت‌های صدور محسوب می‌شود. موانع دیگر صادرات شیلی ظرفیت کم حمل و نقل از طریق خطوط هوایی و نوسانات نرخ ارز بوده است. تقویت ارزش دلار بویژه در سالهای ۱۹۸۵-۸۷ موجب افزایش بیشتر قیمت سیب شیلی در کشورهای واردکننده سیب (اروپای غربی و خاورمیانه) و کاهش فروش این کشور در بازارهای مذکور شده است.

در آرژانتین نیز به منظور جبران بدهیهای خارجی به صادرات محصولات کشاورزی توجه خاصی می‌شود، ضمن اینکه توجه این کشور به صدور فرآورده‌های تبدیلی سیب موجب کاهش سهم این کشور در صدور سیب

تازه شده است. آرژانتین به همراه شیلی از معافیت عوارض گمرکی در کشورهای اسکاندیناوی سودجسته و فروش خود را در این بازارها - و بویژه سوئد - افزایش داده است. شوروی، برزیل، اروپای غربی و ایالات متحده آمریکا از دیگر خریداران سیب آرژانتین می باشند.

در ترکیه حمایت شدید دولت از صادرات کنندگان سیب موجب افزایش فروش این کشور در بازار جهانی شده است. ترکیه از مزیت کوتاهی مسافت با بازارهای مصرفی درخاور میانه و آلمان غربی سودجسته سهم فروش خود را در این بازارها افزایش داده است. رعایت استانداردهای بازار مشترک در صدور سیب و همچنین ذکر اطلاعاتی نظیر: نوع و اریته، اندازه، در صد رسیده بودن میوه، رنگ، در صد قند در پیرو فرماهای ارسالی به خریداران به همراه شبکه منظم حمل با کانتینرهای یخچالدار توسعه فروش را موجب گردیده است.

کاهش صادرات لبنان به دلیل مشکلات و کشمکشهای داخلی این کشور بوده است، اگرچه با وجود تمام این مشکلات، لبنان کما کما تا مین کننده عمده سیب اردن، عراق و کویت می باشد.

مجارستان عمده ترین صادر کننده سیب در بین کشورهای سوسیالیستی است. صدور محصولات کشاورزی از منابع تامین درآمدهای ارزی این کشور محسوب می شود. سهم صادرات از تولید سیب در سال ۱۹۸۲، حدود ۳۹/۵ درصد بوده است. علی رغم حجم نسبتاً بالای صادرات این کشور به دلیل قیمتهای نازل صادراتی، ارزش صادراتی نسبت به سایر کشورهای صادر کننده جهانی در سطح پائینی قرار می گیرد در ماههای آوریل تا ژوئیه که عوارض وارداتی اروپای غربی در حداقل خود است فروش مجارستان به این بازارها افزایش می یابد. وقوع حادثه چرنوبیل در سال ۱۹۸۶ به

صدور سیب و سایر فرآوردده‌های جنبی به بازارهای مذکور لطمه وارد ساخت.
عمده‌خردار سیب مجارستان، شوروی است.

فروش خارجی سیب بلغارستان نوسانات زیادی را نشان می‌دهد
که عمده‌تحت‌تأثیر تولید داخلی است. به دلیل اینکه سیب تولیدی این
کشور از لحاظ اندازه و طعم از استانداردهای جهانی فاصله دارد و قابلیت
عرضه در بازارهای اروپای غربی را ندارد. فروش آن عمده^۲ به شوروی
و چکسلواکی صورت می‌گیرد.

صادرات سیب در ایران :

با توجه به میزان مصرف داخلی، گنجایش سردخانه‌ها و عدم جذب
مازاد تولید بر مصرف توسط کارخانجات تولید آب سیب، کمپوت و عصاره^۳
سیب، بسیاری از صاحب نظران تنه‌ها را برای حمایت از باغداران سیب
و جلوگیری از نابودی درختان سیب را حمایت جدی از صدور این محصول
می‌دانند. تنوع ارقام تولیدی و طولانی بودن دوره^۴ عرضه^۵ سیب (از
خرداد تا تابان) امکانات مناسبی را برای فروش در بازارهای خارجی این
محصول فراهم کرده است. صادرات سیب بصورت سنتی از سالها قبل متداول
بوده است ولی صادرات به شکل جدید (با بسته‌بندی مناسب و بازاریابی
صحیح) از سال ۱۳۶۲ شروع شد که در این سال ۳۵ تن سیب به بازارهای
خلیج فارس صادر گردید. در سالهای ۱۳۶۳-۶۶ اوج افزایش صادرات را
تجربه کرده ایم بطوری که ۱۸/۹ هزار تن در سال ۱۳۶۴ و ۲۰ هزار تن در
سال ۱۳۶۵ و ۲۷ هزار تن در سال ۱۳۶۶ صادرات داشته ایم (۱). در ایمن

(۱): گمرک ایران، آمار بازرگانی خارجی ایران سالنامه‌های ۶۵-۱۳۶۲

(تهران: دفتر آمار گمرک ایران، ۶۷-۱۳۶۴).
FAO, Trade Yearbook 1987 (Rome, FAO Pub 1988)

سالها به دلیل افزایش نرخ ارز و سودآوری صادرات هر محصول، شاهد ورود صدها صادرکننده کالا - آن هم بطور مستقل - به جرگه صادرکنندگان محصولات کشاورزی - و بویژه سیب - هستیم که عدم هماهنگی در ارسال محموله‌ها بعضاً "کاهش قیمت‌های صادراتی را در پی داشته است و این خود به اعتبار صادرات سیب ایران در بازارهای خلیج فارس لطمه وارد می‌سازد. در سال ۱۳۶۲ با تنزل نرخ ارز، روند افزایشی صادرات افت پیدا کرد. در سالهای مورد اشاره بازارهای عمده صادرات ایران را کشورهای حاشیه خلیج فارس نظیر: اُبی، عربستان سعودی، قطر و کویت تشکیل می‌دادند ضمن اینکه محموله‌هایی نیز به بنگلادش، آلمان غربی، انگلستان و شوروی ارسال شده است.

در سال ۱۳۶۵، امکان‌ات بالقوه صادراتی کشور، حدود ۲۵۰ هزار تن برآورد شده که با احتساب متوسط قیمت صادراتی ۵۵۰ دلار در هر تن انتظار ۱۱۰ میلیون دلار عایدات ارزی می‌رفته است در حالی که امکان‌ات بالفعل، ۸ درصد این میزان و عایدات صادراتی تنها ۸ میلیون دلار بوده است. این موضوع عدم موفقیت صادرکنندگان ما را در بدست آوردن بازارهای فروش بیشتر نشان می‌دهد. علی‌رغم رشد نسبی صادرات مشاهده می‌گردد که می‌باید راه‌درازی برای نیل به توسعه صادرات کالاهای کشاورزی طی شود. شرط اساسی برای دستیابی به بازارهای جهانی سیب: فراهم نمودن امکان‌ات مناسب در جهت بهبود کیفیت تولید از طریق آموزشهای لازم به باغداران در نحوه مبارزه با آفات و بیماریها، اصول درجه‌بندی سیب و اهمیت این مورد در کسب بازارهای بهتر فروش، انجام مطالعات لازم در جهت احداث سردخانه‌های مناسب با نیازهای مناطق تولید و مصرف، ایجاد واحدهای جداسازی میوه در مناطق عمده تولید و برقراری امکان‌ات

درجه بندی و بسته بندی همراه با شستشوی شیمیایی و واکنس زدن می باشد .
اجرای استانداردهای مقبول در بازارهای جهانی و حل مسائل مربوط
به حمل و نقل موثر کالاهای مقدرات دست و پا گیر اداری که بعضاً " اتلاف
محصول را در جریان صدور کالادری دارد ، ضروری بنظر می رسد . با توجه به
اینکه بازاریب یک بازار رقابتی فشرده است و قیمت را میزان عرضه و
تقاضا تعیین می کند می بایستی با شناخت دقیق از بازار و سلیقه های
مصرفی و نوع و اریته مورد مصرف عام و زمان عرضه محصول توسط سایر رقبا
سعی نمود با ایجاد هماهنگی در زمانی که قیمت پائین بوده و قابلیت
رقابت با انواع مشابه وجود ندارد از صدور خودداری نمود . تدویم عرضه ،
کیفیت سیب گلدن و رد ایران که به دلیل مزه ، عطر و قیمت نسبتاً " پائین ،
خریداران بسیاری را در کشورهای خلیج فارس دارد موجب کمالیزه شدن
صادرات به این کشورها شده است . حال آنکه می بینیم به دلیل به حد اشباع
رسیدن بازارهای مصرفی نظیر : عربستان و کویت و رقابت گسترده
صادرکنندگان ما با کشورهای شیلی ، آمریکا ، ترکیه و لبنان در این بازارها
همواره سعی شده است تا از حربه کاهش قیمت برای افزایش فروش
استفاده شود که این امر منطقی بنظر نمی رسد . بازارهای خاور دور با خیال
مصرف کنندگان و کشورهای اروپای غربی در فصول بهار و تابستان
می تواند محصول سیب صادراتی ایران را بخوبی جذب کنند .

- ۱- موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران کلیاتی در مورد سب و کلابی تهران: موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران آذر ۱۳۶۴ .
 - ۲- صانعی، شریعت رضوی، محمد مورفولوژی و فیزیولوژی میوه تهران: انتشارات دانشگاه تهران ۱۳۵۸ .
 - ۳- مشیری، محمد پرورش درختان میوه تهران: انتشارات اشرفی چاپ چهارم ۱۳۶۰ .
 - ۴- گمرک ایران - سالنامه ۲۰ ما ربازرگانی خارجی ایران ۶۵-۱۳۶۲ تهران: دفتر آمار گمرک ایران ۶۷-۱۳۶۴ .
- 1- Fruit Trades Journal, Weekly, different Issues (1985-88).
 - 2- International Fruit World , " " (1981-87).
 - 3- Food News, Weekly, different Issues (1984-88).
 - 4- FAO, Production Yearbook (1978-87) (Rome, F.A.O Pub. (1979-88)
 - 5- FAO, Trade Yearbook (1978-87) (Rome, F.A.O. Pub. (1979-88)