

نگاهی به بازار جهانی موز

حسیه فتحی

مشخصات کلی

پس از کاشت پاجوش روی شبه ساقه ظاهر می‌شود. خوشه موز قسمتی از ساقه هوایی است که میوه موز روی آن قرار دارد. دانه موز که در یک ردیف یا دوردیف نزدیک به یکدیگر (شبه به انگشتان دست قرار داشته باشند)، پنجه نامیده می‌شوند و هر یک از میوه‌های موز در یک پنجه، انگشت نام دارند. نام انگلیسی این میوه از بنان که در زبان عربی به معنی انگشت است، گرفته شده است، پنجه‌ها معمولاً به صورت ماریچ به دور خوشه قرار می‌گیرند. تعداد میوه در هر خوشه بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ عدد متغیر است. ارتفاع درخت موز برحسب ارقام مختلف از ۱/۵ تا ۸ متر در نوسان است. مدت زمان تبدیل گل به میوه در هوای گرم حدود ۷۵-۸۱ روز و در

قدمت پرورش موز "Banana" در جهان به ۳۰۰۰ سال قبل برمی‌گردد. موطن اصلی این گیاه را جنوب شرقی آسیا (شمال شرق هند- تایلند، مالزی و اندونزی) می‌دانند. سابقه کشت موز در مناطق آمریکای مرکزی به سال ۱۵۱۶ بازمی‌گردد، موزهایی که در حال حاضر از عناصر تعیین‌کننده سرنوشت سیاسی این منطقه‌اند.

موز میوه بومی مناطق گرم و مرطوب است. اگرچه ارقام مقاوم به سرما نیز کاشته می‌شوند. موز مانند سایر گیاهان دارای ریشه، ساقه و برگ و گل می‌باشد. ریشه موز بسیار سطحی است. (در عمق ۱۵-۲۰ سانتی متری سطح خاک). بوته موز ۱۲ ماه

هوای سرد ۱۱۰-۱۲۰ روز می‌باشد.^۱ خاک موز باید عمیق و از حیث مواد آلی و هوموس غنی، و قابلیت نفوذ آب را داشته باشد. موز اهلی فاقد هسته است، لذا تکثیر آن از طریق کشت پاجوش صورت می‌گیرد. مدت عمر درخت موز حداکثر ۵ سال است. اکثر درختان موز از دسته (Eumusa) هستند. ارقام موز در دو نوع تزئینی و خوراکی طبقه‌بندی می‌شوند که ارقام خوراکی خود در دو گروه: - موزهای پختنی و موز مصرفی به صورت خام قرار می‌گیرند. موزهای پختنی دارای نشاسته زیاد و شیرینی کم و نسج سفت‌ترند که پس از کباب کردن و پختن به مصرف می‌رسند. موزهای مصرفی خام شامل ارقام ذیل می‌باشند:

- ۱- رقم Gros Michel مهمترین رقم تجارتي موز دنیاست و از حیث عطر و طعم بهترین نوع موز مصرفی خام است.
- ۲- رقم Cavendish که میوه آن کوتاه و خمیده و دارای خال روی پوست است و پوست آن نازکتر از سایر ارقام است.
- ۳- رقم Lacata از ارقام کشت شده در آمریکای جنوبی است.

موز نسبت به فشار و ضربه بسیار حساس است و زمان برداشت آن هنگامی است که رنگ پوست میوه سبز است. خوشه را با یک وسیله تیز از درخت جدا می‌کنند و پس

از شستن خوشه‌ها آن را بسته‌بندی و بارگیری می‌کنند. موز در طول مدت حمل و نقل تغییر رنگ پوست می‌دهد و میزان رطوبت و عطر آن روبه افزایش می‌گذارد.

موز غنی از پتاسیم، کربوئیدراتها و سرشار از کالری است و غذای ایده‌آلی برای نوزادان و ورزشکاران محسوب می‌شود.

امکان عرضه فراوان موز به صورت تازه در کلیه فصول موجب شده که شیوه نگهداری آن نظیر سایر میوه‌جات نباشد. در حدود ۲-۳ درصد از کل این محصول به صورت مختلف و بویژه پوره و یا خشک شده نگهداری می‌شود. پوره موز به صورت بسته‌بندی شده در قوطی، فرآورده‌ای مهم در تولید غذای کودک است. موز به دلیل دارا بودن پتاسیم به میزان ۳۷۰ میلی‌گرم در ۱۰۰ گرم، میوه‌ای مغذی و ارزشمند است. به لحاظ سهولت هضم و غنی بودن از کربوئیدراتها و ویتامینها و انرژی‌زایی، غذای ایده‌آلی برای نوزادان و ورزشکاران محسوب می‌شود. افزایش آگاهی عامه در مورد ارزش غذایی موز عامل مهمی در گسترش مصرف آن طی سالهای اخیر بشمار می‌آید.

۱) حسن شیبانی، باغبانی (تهران: نشر سپهر، ۱۳۶۵)، جلد پنجم، ص ص ۷۲-۱۲۸.

۱۹۸۹-۹۲ از ۴۴/۹ میلیون تن به ۴۹/۸ میلیون تن افزایش یافته است. موز پس از مرکبات مهمترین میوه تولید شده در جهان است. کشورهای هند، برزیل، فیلیپین و اکوادور عمده ترین تولیدکنندگان موز در دنیا بشمار می روند که در سال ۱۹۹۲ بیش از ۴۰ درصد از تولید جهانی این محصول را در اختیار داشته اند. اندونزی، چین، مکزیک و کشورهای آمریکای مرکزی از دیگر تولیدکنندگان مهم موز محسوب می شوند. بخش عمده افزایش تولید جهانی، مرهون رشد قابل توجه کشت موز در کشورهای صادرکننده آمریکای مرکزی و هند است.

جنگلهای انبوه مناطق استوایی هند پوشیده از درختان موز است. بازدهی تولید میوه این کشور در مقایسه با سایر کشورها نسبتاً پائین است و به دلیل عدم کارآیی در سیستم حمل و نقل و بازاریابی، ضایعات موز نسبتاً بالاست. بالا بودن میزان مصرف داخلی نیز مانع از حضور جدی این کشور در بازار جهانی موز شده است.

در برزیل نیز شرایط مساعد آب و هوایی زمینه کشت گسترده موز را فراهم ساخته است. مصرف داخلی در این کشور بالاست و برزیل در پاره ای سالها اقدام به واردات موز از کشورهای همسایه جهت جوابگویی به تقاضای داخلی می نماید.

موز حاوی ماده ای به نام "سروتونین" است که اثر آرام بخش بر روی تنظیم خواب دارد و در تهیه داروهای ضد میگرن و ضد افسردگی مورد استفاده قرار می گیرد. از اسانسهای آن جهت تولید برخی تنقلات (شکلات و آدامس و ...)، مشروبات سبک، شربت و مارمالاد سود می جویند. موز یکی از مهمترین محصولات صادراتی کشورهای آمریکای مرکزی و لاتین است و درآمد ناشی از صدور آن منبع ارزی مهمی برای این مناطق محسوب می شود، تاجایی که نخست وزیر دومینیکن از دست دادن بازارهای صادراتی موز را به منزله نابودی کشورش تعبیر می کند. سیاستمداران این کشورها اگر نتوانند در اثر موانعی که اخیراً اتحادیه اروپا^۱ در راه آزادی تجارت موز پیش آورده است، از صنعت موز داخلی خود حمایت کنند،^۲ نگران آشوبهای سیاسی و رسیدن به وضعیتی همانند هائیتی هستند. ارزش تجارت جهانی موز سالانه سربه میلیاردها دلار می زند و موز به صورت مهمترین میوه وارداتی محبوب در سراسر جهان مطرح می باشد.

تولید جهانی موز در فاصله سالهای ۱۹۸۹-۹۲

تولید موز در جهان در فاصله سالهای

(۱) از ابتدای سال ۱۹۹۲ واژه اتحادیه اروپا "EU" جایگزین جامعه اقتصادی اروپا "EEC" شده است.

(2) L.Alan Winters, *International Economic* (London: Routledge Pub., 1992), PP.576-577.

به شرایط مساعد آب و هوایی انتظار می‌رفت تولید، افزایش قابل توجهی پیدا کند و کل بازدهی از ۴۰۰۰ جعبه در هکتار به ۶۰۰۰ جعبه در هکتار افزایش یابد. حدود ۵۵ درصد از فیلیپینها از طریق تولید برنج، ذرت، موز و قهوه ارتزاق می‌کنند و می‌باید بیش از ۶۰ درصد اراضی زیرکشت موز آبیاری شوند و حال آنکه یافتن آب یک مشکل دائمی فراروی تولیدکنندگان موز در این کشور بشمار می‌رود.^۱

در آمریکای مرکزی بیش از یک میلیون خانوار از محل تولید و صدور موز ارتزاق می‌کنند.

در کشورهای آمریکای مرکزی کشت موز پس از قهوه مهمترین منبع درآمد ارزی است و بیش از یک میلیون خانوار از محل تولید و صدور آن ارتزاق می‌کنند. سالها قبل سرمایه‌گذاران و شرکتهای عمده دست‌اندرکار تجارت میوه در آمریکا از نیاز کشورهای آمریکای مرکزی به احداث خطوط راه‌آهن به سود سرشاری دست یافتند. شرکتهای مزبور بازای ساخت هر کیلومتر خط آهن ۵۰۰ هکتار از اراضی

تولید تجاری موز در فیلیپین از اواخر دهه ۱۹۶۰ با همکاری شرکتهای بزرگ آمریکایی و سرمایه‌گذاران ژاپنی -مشابه خطوط تولید در آمریکا مرکزی- آغاز شد. تولید تجاری موز با توجه به سه دلیل عمده، توجیه پذیر بود: جایگزینی و گسترش کشت یک محصول تجاری سودآور به جای سایر محصولات زراعی، کاربرد بودن موز باعث ایجاد اشتغال در مناطق جنوب فیلیپین (مینداناو)^۱ شده، تولید آن ایجاد درآمد ارزی می‌نمود. توسعه شبکه راهها، انبارهای بسته‌بندی، توسعه خطوط ارتباطی و سایر تأسیسات مورد نیاز توسط شرکتهای عمده صادرکننده موز، رونق خاصی به این مناطق بخشید. ضمن اینکه سهم قابل توجهی از ۷۰ هزار هکتار اراضی زیرکشت موز این کشور به شرکت آمریکایی استاندارد فروت^۲ تعلق دارد و مجتمع ژاپنی سومیتومو^۳ نیز با ۶۰ واحد بسته‌بندی، و ۶ هزار هکتار اراضی زیرکشت و کشتیهای منظم باربری بر بخش عمده‌ای از بازار فیلیپین مسلط است. در سال ۱۹۹۰ طوفانهای شدید و در سال ۱۹۹۱ خشکسالی، تأثیر نامساعدی بر سطح تولید فیلیپین بجا گذاشت. در سال ۱۹۹۳ با توجه

1) Mindanao

2) Standard Fruit

3) Sumitomo

4) Agro Press, International Fruit World 1-1993 (Switzerland: Agro Press, 1993), P.256.

متعددی از جمله ناآرامیهای سیاسی، کوچک بودن وسعت بهره‌برداریهای منفرد و عدم وجود تسهیلات بازاریابی خارجی از حیثه شرکتهای مذکور، مانع از موفقیت هر نوع طرح ملی برای کنترل تجارت موز در این کشورها شده است. در حالی که هر تولیدکننده بسازای یک جعبه ۱۸ کیلوگرمی، بین ۲/۵-۵ دلار دریافتی دارد. در سال ۱۹۹۲ قیمت صادراتی شرکتهای مذکور بین ۱۸-۲۸ دلار در نوسان بوده است.^۳

اکوادور بزرگترین تولیدکننده موز در این منطقه از جهان است. بیش از ۱۷۰ هزار هکتار از اراضی مستعد، زیر کشت موز قرار دارد که ۱۰۰ هزار هکتار از آن کمتر از ۵۰ هکتار وسعت دارد (۶۰ درصد از کل). وسعت کم اراضی، پائین بودن عملکرد در هکتار (۳۰ تن)، تهدید دائمی سیلاب و غرقه شدن زمین در مناطق کشت، عرضه مازاد بر تقاضای جهانی و روند نزولی قیمت موز در بازار جهانی مشکلات جدی برای کشتکاران موز در اکوادور ایجاد کرده است. پیش‌بینی می‌شود که کاهش صادرات موز اکوادور در سال ۱۹۹۳ به تقلیل ۳۰ هزار هکتار از اراضی کشت و ازدست رفتن ۷۰ هزار شغل بینجامد.^۴ هرگونه تغییری در

مستعد کشاورزی در این مناطق را تصاحب کردند. شرکت آمریکایی یونایتد فروت^۱ با استفاده از این شیوه، بخش اعظم زمینهای مرغوب در این مناطق را به چنگ آورد و آنها را به کشت موز اختصاص داد. صدها سرمایه‌دار آمریکایی بدین‌گونه مالک مزارع و باغات موز در آمریکای مرکزی شدند. برای بسیاری از مردم آمریکای مرکزی و لاتین شرکت یونایتد فروت سمبل غارت امپریالیسم آمریکا بود، لذا این شرکت از چندی قبل برچسب موز صادراتی را از یونایتد فروت به "چیکیتا"^۲ تغییر نام داد و از سال ۱۹۹۰ "چیکیتا" نام رسمی خود شرکت هم شد. در حال حاضر چیکیتا در کنار سایر شرکتهای چندملیتی نظیر: "Dole"، استاندرد فروت، Geest, Nabao صنعت موز در جهان را در تسلط خود دارند. بسیاری از تولیدکنندگان منفرد موز در آمریکای مرکزی به دلیل نیاز به حمایت‌های مالی با عقد قراردادهای طویل‌المدت با شرکتهای مذکور به بقای خود ادامه می‌دهند و تنها درصد اندکی از آنان قادرند محصول خود را آزادانه بفروش برسانند. شکستن انحصار شرکتهای چندملیتی بر بازار موز خواسته بسیاری از تولیدکنندگان این منطقه است، لیکن عوامل

1) UNITED FRUIT

2) Chiquita

3) *Latin American Economy & Business*, Aug. 1991, P.26.

4) *Latin American Economy & Business*, Oct. 1993, P.27.

مقدار صادرات فصلی موز باعث بروز تغییرات جدی در حجم تولید موز در دوره بعد خواهد شد. روند صعودی تقاضای جهانی در فاصله سالهای ۱۹۸۹-۹۲ موجب افزایش تولید موز اکوادور تا سطح ۳/۷ میلیون تن در سال ۱۹۹۲ گردید.

افزایش ۳۰-۴۰ درصدی قیمت موز در خلال سالهای ۱۹۸۹-۹۲ به اجرای گسترده برنامه‌های کشت موز در کشورهای اندونزی، استرالیا، مکزیک و پرو منجر شد.

نهالهای کاشته شده در شرایطی به ثمر رسیدند که تقاضای جهانی موز روبه‌تزلزل بود و پیش‌بینی خوش‌بینانه حاکی از آن است که در سال ۱۹۹۴ عرضه مازاد بر تقاضا به حدود ۱۱ میلیون تن بالغ می‌گردد. در مورد اندونزی معطوف شدن توجه به بازارهای بزرگی چون کره جنوبی و ژاپن عامل مهمی در توسعه کشتزارهای موز بوده و حال آنکه مکزیک الحاق این کشور به موافقتنامه نفتا و دسترسی سهل به

جدول (۱)- تولید جهانی موز طی سالهای ۱۹۸۹-۹۲

واحد: هزار تن

کشور	سال	۱۹۸۹	۱۹۹۰	۱۹۹۱	۱۹۹۲	سهم در تولید جهانی (درصد)
جهان:		۴۴۹۷۰	۴۷۰۰۷	۴۷۹۰۷	۴۹۸۵۶	۱۰۰-۱۹۹۲
هند		۶۰۵۶	۶۷۳۴	۶۴۰۰	۶۶۴۹	۱۳/۳
برزیل		۵۵۰۰	۵۵۰۶	۵۵۲۶	۵۷۷۰	۱۱/۶
فیلیپین		۳۷۳۳	۲۹۱۳	۲۹۵۱	۳۹۰۰	۷/۸
اکوادور		۲۵۷۶	۳۰۵۵	۳۵۲۵	۳۷۰۶	۷/۴
اندونزی		۲۱۹۲	۲۴۱۱	۲۴۷۲	۲۵۳۰	۵
چین		۱۶۰۲	۱۶۵۷	۲۰۹۷	۲۲۰۰	۴/۴
مکزیک		۱۱۸۵	۱۹۸۹	۱۸۸۹	۱۹۰۰	۳/۸
کاستاریکا		۱۵۱۲	۱۷۴۰	۱۷۰۰	۱۸۱۴	۳/۶
کلمبیا		۱۴۵۰	۱۶۰۰	۱۷۰۰	۱۷۰۰	۳/۵
بروندی		۱۶۰۸	۱۵۴۷	۱۵۵۰	۱۵۷۰	۳
ویتنام		۱۱۸۶	۱۲۰۰	۱۲۵۰	۱۲۶۵	۲/۵
ونزوئلا		۱۱۳۴	۱۱۶۷	۱۲۱۵	۱۲۴۹	۲/۵
پاناما		۱۲۴۵	۱۱۶۶	۱۱۷۰	۱۲۰۹	۲/۴
ایران		۲	۳	۳	۳	...

مأخذ: FAO, FAO Production Yearbook, Vol. 42-46 (Rome, FAO Pub., 1988-92).



را به خود جذب نماید. برخورداری از امنیت اجتماعی بالاتر نسبت به سایر کشورهای منطقه، سبب شده تا هزینه تولید موز نسبتاً بالاتر باشد که این امر تا حدی قدرت رقابت کاستاریکا در بازار جهانی موز را تضعیف می‌کند.^۱ بالاترین بازدهی در واحد سطح (۴۷ تن) در این کشور به چشم می‌خورد. بخش عمده زمینهای زراعی تحت کنترل شرکت استاندارد فروت است که با برچسب "Del Monte" موز را روانه بازارهای مصرف می‌نماید. اتحادیه ملی تولیدکنندگان، ۲۸ درصد از کل تولید را در اختیار دارد. نرخهای بالای دستمزد و

بازارهای مصرف در آمریکا شمالی، موقعیت مساعدی را برای بالا بردن سهم این کشور در بازار جهانی موز بوجود آورده است.

کاستاریکا، پاناما، هندوراس و گواتمالا مهمترین تولیدکنندگان موز در منطقه آمریکای مرکزی محسوب می‌گردند.

کاستاریکا دومین صادرکننده عمده موز در جهان پس از اکوادور است. در سال ۱۹۹۲ درحالی که تنها ۲ درصد از کل اراضی مزروعی این کشور زیرپوشش درختان موز بود، اما این صنعت توانست بیش از ۲۵ درصد از نیروی فعال این کشور

1) International Fruit World 1-1994,P.158.

جلوی کشت "کوکا" - که کوکائین از آن مشتق می‌شود - را بگیرد، به مناطق کشت موز نظارت مستقیم دارد و سعی می‌کند با همکاری هرچه بیشتر با شرکتهای چندملیتی درآمد ارزی خود از این صنعت را گسترش دهد. علاوه بر آن دولت ایالات متحده امریکا نیز از توسعه کشت کوکا در این کشور و سایر کشورهای تولیدکننده موز در آمریکای مرکزی و جنوبی بیمناک است و از طریق شرکتهای دست‌اندرکار برای جلوگیری از کشت کوکا به‌طور غیرمستقیم در صنعت موز این منطقه دخالت می‌کند.

مصرف موز در جهان طی سالهای ۱۹۸۸-۱۹۹۱

بخش اعظم مصرف موز در جهان به‌شکل تازه‌خوری است و بخش اندکی از آن پردازش می‌شود. همگام با تولید موز در مناطق عمده تولیدکننده و با توجه به ظاهر و طعم متفاوت و قیمت نسبتاً پائین آن در مقایسه با سایر میوه‌ها، مصرف عمومی آن در جهان گسترش پیدا کرده و امروزه در بسیاری از خانواده‌ها جای خود را باز کرده است. افزایش ترجیحات مصرف‌کنندگان در جهت مصرف مواد غذایی طبیعی، دارای سلولز و بازاریابی بسیار مؤثر واردکنندگان و خرده‌فروشان در سطح کشورهای عمده

اعتصابات پی‌درپی کارگری و خسارات شدید وارده به درختان، پس از زمین‌لرزه سال ۱۹۹۱، مانع از بهره‌وری نهالهای جوان شد. علی‌رغم کاهش مالیاتهای صادراتی دولت و تعرفه وارداتی موز در ایالات متحده امریکا در سال ۱۹۹۲، هزینه تولید موز کاستاریکا جعبه‌ای ۵ دلار تمام می‌شود، درحالی‌که سایر رقبا قادرند با قیمتهای به مراتب پائین‌تر آن را عرضه کنند.

پاناما با تولید سالانه حدود ۱/۲ میلیون تن، دومین تولیدکننده موز در آمریکا مرکزی است. این کشور می‌تواند از برخی آشفته‌گیهای اجتماعی در هندوراس (اعتصابات)، کلمبیا (مشکل کمبود نیروی کار) و گواتمالا (جنگ داخلی) سود جوید. خسارات ناشی از زمین‌لرزه سال ۱۹۹۱ به ۲۵ درصد از اراضی زیرکشت پاناما خسارت وارد ساخت.

در هندوراس موز پس از قهوه مهمترین کالای صادراتی است و بیش از ۳۰ هزار نفر در صنعت موز به کار اشتغال دارند. ۷۰ درصد از تولید و ۹۰ درصد از صادرات در کنترل چیکیتاست. ۶۰ درصد از درآمد ارزی این کشور از محل صدور موز تأمین می‌شود.

در کلمبیا ۳۶ هزار هکتار از اراضی مزروعی به کشت موز اختصاص یافته است (۱۹۹۲). دولت کلمبیا برای آنکه

(۱) آخرین آمار موجود در ارتباط با مصرف موز به میزان مصرف تا سال ۱۹۹۱ اشاره کرده است.

واردکننده عامل مهمی در افزایش مصرف جهانی موز در سالهای اخیر بوده است.

دولت ایالات متحده آمریکا از بیم توسعه کشت کوکا (که کوکائین از آن مشتق می شود) نظارت مستمری بر مناطق تولید موز در آمریکای مرکزی دارد.

تبلیغات گسترده شرکت‌های چندملیتی توزیع کننده موز در معابر عمومی، متروها، رسانه‌های ارتباط جمعی، اماکن ورزشی و ... از دیگر عوامل مؤثر برافزایش فروش موز بوده، ضمن اینکه مصرف موز با رقابت شدیدی با سایر میوه‌جات بویژه "Soft Fruits" (سیب، گلابی و هلو و...) مواجه بوده است.

مقدار اندکی از موز به صورت دیگر و بویژه پوره مورد داد و ستد قرار می گیرد. پوره موز در بسته بندی اسپتیک^۲ یا به صورت منجمد مهمترین فرآورده موز است که در غذای کودک، شیرینیا و اخیراً در

نوشابه‌های غیرالکلی و آب میوه‌های چندویتامینه^۳ مورد استفاده قرار می گیرد (شرکت نستله مهمترین خریدار این محصول در سراسر جهان است). تا چند سال قبل شرکت چیکیتا و چند پردازش کننده برزیلی در بخش تولید و تجارت پوره موز فعال بودند، اما با توسعه صنایع پردازش در هند، سریلانکا و سایر کشورهای تولیدکننده موز که از نیروی کار ارزان برخوردارند، قیمت پوره موز در سطح جهان کاهش یافت و دیگر تجارت سودآوری قلمداد نمی شد. در حال حاضر، با توجه به اینکه در اتحادیه اروپا در مورد موز پردازش شده هیچگونه محدودیت وارداتی وجود ندارد لذا توجه به گسترش تولید آن همگانی تر شده است. واردات پوره موز اتحادیه اروپا سالانه بین ۷۰-۱۰۰ هزار تن در نوسان است. در سال ۱۹۹۱ واردات پوره موز ایالات متحده ۳۴ هزار تن و ارزش واردات ژاپن حدود ۱۳ میلیارد ین بوده است.^۴

(۱) "Soft" به معنی سهل الهضم و راحت قابل تکه و پوست گیری شدن می آید.

(۲) Aseptic: شیوه جدیدی در بسته بندی مایعات و پوره هاست و عمدتاً به کیسه های پلی اتیلن سرپوش داری اطلاق می شود که درون بشکه های فلزی یا پلاستیکی قرار می گیرند و از طریق پمپاژ کردن توسط لوله محموله به این کیسه ها منتقل می شود. اصطلاح "Bay in Box" نیز در مورد این نوع بسته بندی صدق می کند. در این نوع بسته بندی از هرگونه فساد ناشی از رشد میکروارگانیسم ها جلوگیری به عمل می آید.

3) Multi Vitamin

4) Food News, Juices/Fruits'92,P.45.

ایالات متحده آمریکا مهمترین مصرف‌کننده موز در بین کشورهای پیشرفته صنعتی است. قیمت نازل آن در مقایسه با سایر میوه‌های داخلی و تبلیغات روزافزون شرکت‌های واردکننده آن عامل مهمی در روند روبه‌رشد مصرف موز در این کشور محسوب می‌گردد. با پیشرفت تکنولوژی و عرضه موز به صورت پوره و کمپوت بر عمومیت مصرف آن افزوده شده است.

تنها ۲ درصد از کل تولید موز به روش‌های مختلف و به‌طور عمده به‌صورت پوره نگاهداری و مصرف می‌شود.

در اروپا کشورهای آلمان، ایتالیا، انگلستان، فرانسه و اسپانیا عمده‌ترین مصرف‌کنندگان موز بشمار می‌آیند. در این کشورها نیز بالا رفتن آگاهی مردم از ارزش غذایی این میوه، سهم زیادی در استقبال مصرف‌کنندگان موز داشته است. قیمت نسبتاً پائین آن در مقایسه با سایر میوه‌ها مصرف عمومی آن را در آلمان تاحدی رونق داده به‌طوری که مردم آلمان به قهرمانان موزخوری در دنیا شهرت پیدا کرده‌اند. قیمت و مزه خوب، دو عامل مهمی هستند که توانسته‌اند موز را در بازار پررقابت میوه در اروپا همچنان سرپانگه دارند. به‌نظر می‌رسد، علی‌رغم وضع محدودیت واردات موز در بازارهای

در فاصله سالهای ۱۹۸۸-۹۱ مصرف جهانی موز از ۴۴/۷ میلیون تن در ابتدای دوره به ۴۷/۲ میلیون تن در سال ۱۹۹۱ افزایش یافته است. در سال ۱۹۹۱ سهم کشورهای پیشرفته صنعتی و کشورهای در حال توسعه در مصرف جهانی آن به ترتیب ۱۹ و ۸۱ درصد بوده است (جدول ۲). در کشورهای در حال توسعه مصرف موز همگام با توسعه تولید آن روبه‌افزایش گذارده است. هند و برزیل روی هم‌رفته بیش از $\frac{1}{4}$ مصرف جهانی موز را در اختیار دارند. در کشورهای مذکور موز ارزانه‌ترین و محبوب‌ترین میوه مصرفی است که به‌وفور در بازارهای داخلی در دسترس قرار دارد. همان‌گونه که در بالا اشاره شد بخشی از موز نیز روانه کارخانجات پردازش می‌شود. توسعه صنایع غذایی و رشد بازار موز پردازش شده در کشورهای پیشرفته صنعتی عامل مهمی در رونق صنایع موز پردازشی در کشورهای نظیر: برزیل، هند، تایلند و اندونزی بوده است. در کشورهای گرمسیری استوایی نظیر: اندونزی، گینه جدید، فیلیپین، تایلند و سایر کشورهای افریقایی موز مهمترین میوه تولیدی است که بخش اعظم آن به مصرف داخلی می‌رسد. عواملی چون: محدودیت ورود سایر میوه‌های تازه (نظیر سیب، گلابی) و تفاوت فاحش قیمت آنها با موز و لوکس تلقی شدن واردات میوه نیز عامل عمده دیگری است که مصرف موز را در اکثر این کشورها مقبول می‌سازد.

جدول (۲) - مصرف ظاهری موز در کشورهای عمده مصرف کننده طی سالهای ۱۹۸۸-۹۱

واحد: هزار تن

کشور / سال	۱۹۸۸	۱۹۸۹	۱۹۹۰	۱۹۹۱	سهم مصرف از تولید سال ۱۹۹۱	سهم در مصرف جهانی سال ۱۹۹۱ (درصد)
جهان	۴۴۷۸۲	۴۴۸۸۵	۴۶۴۹۲	۴۷۲۳۹	۹۸/۶	۱۰۰
کشورهای پیشرفته صنعتی	۶۷۷۴	۸۰۲۶	۸۳۷۲	۹۰۰۷	۱۱	۱۹
ایالات متحده امریکا	۲۸۰۸	۲۹۲۱	۲۹۰۹	۳۰۳۰	-	۶/۴
آلمان	۷۵۷	۸۶۱	۱۱۴۳	۱۳۲۴	-	۲/۸
ژاپن	۷۶۱	۷۷۴	۷۵۸	۸۰۴	-	۱/۹
ایتالیا	۵۵۴	۴۲۹	۴۲۹	۵۷۴	-	۱/۳
انگلستان	۳۸۸	۴۳۳	۴۶۹	۴۸۸	-	۱/۱
فرانسه	۴۵۲	۴۴۹	۴۷۱	۴۷۸	۱۵	۱/۱
اسپانیا	۳۹۲	۳۹۵	۳۷۴	۴۰۴	۲۵	۰/۹
کانادا	۲۲۹	۳۲۲	۳۴۱	۳۵۵	-	۰/۸
استرالیا	۲۰۹	۱۸۰	۲۱۰	۲۱۰	-	۰/۵
کشورهای در حال توسعه	۳۷۱۰۸	۳۶۸۵۹	۳۸۱۲۰	۳۸۳۳۲	۹۶	۸۰/۹
هند	۵۹۵۳	۶۰۵۵	۶۶۵۵	۶۴۰۰	۱۰۰	۱۳/۵
برزیل	۵۰۴۲	۵۴۲۱	۵۴۴۹	۵۵۹۲	۱۰۰	۱۱/۸
فیلیپین	۲۷۷۸	۲۸۸۲	۲۵۶۹	۲۵۹۴	۸۸	۵/۵
اندونزی	۲۳۰۸	۲۱۹۲	۲۳۶۰	۲۴۰۰	۹۴/۸	۵
چین	۱۷۷۴	۱۳۸۱	۱۴۳۷	۱۸۸۱	۸۵/۵	۴
تایلند	۱۶۰۴	۱۶۰۶	۱۶۱۱	۱۶۵۸	۱۰۰	۳/۵
مکزیک	۱۴۷۶	۱۰۸۸	۱۴۳۸	۱۶۵۹	۸۷/۷	۳/۵
بروندی	۱۵۷۴	۱۶۰۸	۱۵۴۷	۱۵۰۰	۱۰۰	۳/۲
گینه جدید پاپوا	۱۱۰۰	۱۱۵۰	۱۲۰۰	۱۲۰۰	۸۵	۲/۵
ونزوئلا	۱۰۸۳	۱۱۰۰	۱۱۳۹	۱۱۳۲	۹۳	۲/۴
ویتنام	۱۲۰۸	۱۱۸۳	۱۱۹۷	۱۲۵۰	۱۰۰	۲/۶
تانزانیا	۷۴۰	۷۴۳	۸۲۳	۷۵۰	۷۵	۱/۶
بنگلادش	۶۰۹	۶۳۷	۶۵۰	۶۲۰	۱۰۰	۱/۳
پاناما	۴۹۷	۵۷۷	۴۲۰	۴۶۳	۳۹/۶	۰/۹۸

UNCTAD, UNCTAD Commodity Yearbook 1993 (New York, UN Pub., 1993), PP. 136-140.

مأخذ:

(۱) : به دلیل عدم دسترسی به ارقام مصرف واقعی معمولاً مصرف ظاهری را که از رابطه صادرات - واردات + تولید - مصرف ظاهری بدست می آید، مبنای سنجش میزان مصرف قرار می دهند.

اروپایی، مصرف این میوه حتی باوجود محدودیت عرضه کنندگان روبه افزایش گذارد.

به طور متوسط حدود ۱۰ درصد از مصرف جهانی موز از سوی صنایع تبدیلی آن صورت می گیرد، که عمدتاً صرف تولید پوره موز می گردد. تولید جهانی پوره موز بین ۱۰۰-۱۵۰ هزار تن است و کشورهای اروپایی و ژاپن مهمترین خریداران پوره موز از بازار جهانی هستند، ضمن اینکه پاناما، برزیل، هند و کاستاریکا از مهمترین صادرکنندگان این فرآورده در بازار جهانی محسوب می شوند. ارزش صادرات این کشورها در سال ۱۹۸۸ بالغ بر ۵۴/۸ میلیون دلار بوده است. قیمت‌های پوره موز هند در بازار جهانی به دلیل پائین بودن کیفیت رنگ آن پائین تر از رقبای آمریکای لاتین آن است. قیمت هر تن پوره موز از ۹۸۰ دلار در سال ۱۹۹۱ به حدود تنی ۷۰۰ دلار در اوایل سال ۱۹۹۲ کاهش پیدا کرد و با انتشار اخبار مربوط به افزایش تولید کشورهای صادرکننده، احتمال می رفت قیمت‌ها به سطح ۶۱۴ دلار تا پایان سال تنزل یابد.^۱

صادرات موز در جهان طی سالهای ۱۹۸۹-۹۲

صادرات جهانی موز در فاصله سالهای موردبررسی از ۸/۴ میلیون تن در سال

۱۹۸۹ به حدود ۱۰/۷ میلیون تن در سال ۱۹۹۲ افزایش یافته است. علی رغم کاهش نسبی صادرات موز در کشورهای پیشرفته صنعتی، افزایش چشمگیر صادرات جهانی آن در سالهای ۱۹۸۹-۹۲ ناشی از رشد عرضه صادراتی کشورهای در حال توسعه بوده است. بالاترین رشد در میزان صادرات در کشورهای آمریکای لاتین و آمریکای مرکزی بچشم می خورد.

قیمت پائین و مزه خوب، دو عامل مهمی هستند که توانسته اند موز را در بازار پرقاب‌ت میوه در اروپا سرپا نگه دارند.

ارزش صادرات جهانی موز در سال ۱۹۹۲ بالغ بر ۳/۱ میلیارد دلار بوده که بیش از ۲/۷ میلیارد دلار آن نصیب کشورهای در حال توسعه صادرکننده آن شده است. موز عمده ترین میوه صادراتی در جهان است که به طور متوسط بین ۲۰-۲۵ درصد از تولید جهانی آن راه خود را در سایر بازارها جستجو می کند.

بزرگترین تولیدکنندگان موز (هند و برزیل) منحصراً برای بازار وسیع داخلی خود تولید می کنند. پائین بودن بازدهی و درصد بالای ضایعات در هند و همچنین هزینه تولید بالاتر در این کشور تاحدودی

1) Food News, Jan. 1, 1992, P. 35.

مانع از ورود هند به بازار شدیداً رقابتی موز در سطح جهان شده است. در کشورهای آمریکای لاتین و مرکزی تولید، عمدتاً^۱ جنبه تجاری دارد. در سال ۱۹۹۲ سهم صادرات از تولید موز در کشورهای کاستاریکا، کلمبیا و اکوادور به ترتیب ۹۱/۳، ۷۹/۷ و ۶۷/۷ درصد و در کشورهای هندوراس، پاناما و فیلیپین به ترتیب ۶۰، ۶۰ و ۲۱ درصد بوده است.

غالب کشورهای صادرکننده موز در آمریکای لاتین و مرکزی به درآمد ناشی از صادرات آن وابستگی شدیدی دارند. در سال ۱۹۹۱ سهم درآمد ناشی از صادرات موز به کل درآمد ارزی کشورها و مناطقی چون: هندوراس و سنت لوسیا^۱ هر یک ۶۰ درصد، دومینیک ۵۵ درصد، گوادلوپ و مارتینیک هر یک ۵۰ درصد و گرانادا ۴۰ درصد بوده است. در کاستاریکا، سومالی و ساحل عاج نیز سهم درآمد صادرات موز به کل درآمد ارزی هر یک از آنان زیر ۲۰ درصد بوده است.^۲ در سایر کشورهای صادرکننده، صنعت موز نقش مهمی در اشتغال نیروی انسانی، کسب درآمد ارزی و توسعه مناطق تولید ایفا می‌کند. بهبود شرایط کشت و افزایش بازدهی موز در کشورهای صادرکننده، عامل مهمی در

توسعه صادرات جهانی این محصول بوده است. شبکه منظم بازاریابی و بازاریابی شرکت‌های چندملیتی دست‌اندرکار داد و ستد موز در منطقه آمریکای مرکزی و لاتین و فیلیپین عامل عمده دیگری است که سهم شایانی در رشد صادرات جهانی موز داشته است. با توجه به نقش شرکت‌های چندملیتی در تولید و تجارت موز به جرأت می‌توان ادعا کرد که بازار جهانی موز در قبضه این شرکت‌هاست. در سال ۱۹۹۲ سه شرکت چیکیتا، "Dole"، "Del Monte" ۸۰ درصد تجارت جهانی موز را در اختیار داشته‌اند.^۳ حاشیه سود در تجارت هیچ محصول کشاورزی به اندازه موز بالا نیست. رشد تقاضای وارداتی و حاشیه سود بالای موز در سالهای دهه هفتاد و هشتاد میلادی سود سرشاری را نصیب شرکت‌های مذکور نموده است. این شرکت‌ها جهت رونق فعالیت خود در برخی از این کشورها به احداث خطوط آهن، تسهیلات بندری و اسکله‌های بارگیری دست زده‌اند که از منافع حاصله از آنها نیز سود می‌برند؛ به‌عنوان مثال طی سال ۱۹۹۲ در حالی که بهای موز در کشورهای صادرکننده بین جعبه‌ای ۳/۵ تا ۸ دلار بود، در بازار شمال اروپا که محدودیتی روی واردات موز برقرار نشده این شرکت‌ها قادر

1) Saint Lucia

2) Latin American Economy & Business, Feb., 1992, P.24.

3) Latin American Economy & Business, Nov. 1992, PP.26-27.

جدول (۳) - مقدار و ارزش صادرات موز در کشورهای عمده صادرکننده طی سالهای ۱۹۸۹-۹۲

واحد: هزار تن

کشور / سال	۱۹۸۹	۱۹۹۰	۱۹۹۱	۱۹۹۲	سهم صادرات از تولید ۱۹۹۲	سهم درصادرات سال ۱۹۹۲ (درصد)
جهان	۸۴۹۴	۹۴۸۷	۱۰۵۱۳	۱۰۷۶۰	۲۱/۶	۱۰۰
کشورهای پیشرفته صنعتی ایالات متحده	۲۲۰	۳۳۷	۳۵۶	۳۷۸	-	۳/۵
	۱۴۳	۱۵۷	۱۹۸	۱۸۹	-	-
فرانسه: مارتینیک	۲۱۳	۲۲۰	۱۴۶	۱۹۳	۸۵	۱/۸
گوادلوپ	۹۰	۷۰	۸۶	۱۰۱	۸۰	۰/۹
پرتغال (مادریا)	۳۷	۳۸	۴۰	۵۳	-	-
اسپانیا (جزایر قناری)	۱۸	۲۲	۲۱	۲۷	۹۰	۰/۳
کشورهای درحال توسعه	۴۰۰	۴۰۰	۴۰۰	۴۰۰	۹۵	۳/۷
	-	-	-	-	-	-
آمریکای مرکزی و لائین: اکوادور	۷۷۵۳	۸۹۹۹	۹۹۷۹	۱۰۱۷۵	۲۰/۸	۹۴
	۲۲۰۰	۲۳۶۹	۲۷۸۹	۲۷۹۳	-	-
کاستاریکا	۱۶۴۸	۲۲۰۹	۲۷۱۴	۲۵۵۷	۶۷/۷	۲۳/۷
	۳۵۸	۴۶۸	۷۱۶	۶۵۵	-	-
کلمبیا	۱۴۰۶	۱۴۴۳	۱۵۵۰	۱۷۶۹	۹۱/۳	۱۶/۴
	۳۲۵	۳۱۸	۳۸۴	۴۹۵	-	-
هندوراس	۹۳۷	۱۱۴۸	۱۴۷۳	۱۵۰۰	۷۹/۷	۱۴
	۳۲۵	۳۱۷	۴۰۴	۴۰۰	-	-
پاناما	۹۰۲	۸۱۴	۷۲۸	۷۹۹	۶۰	۷/۴
	۳۴۰	۳۶۶	۳۱۵	۲۰۳	-	-
گوآتمالا	۷۱۴	۷۴۵	۷۰۶	۷۱۸	۶۰	۶/۶
	۸۳	۸۹	۸۶	۹۲	-	-
مکزیک	۳۳۲	۳۶۶	۳۷۸	۴۴۶	۶۵	۴
	۶۸	۷۰	۸۵	۱۱۳	-	-
سنت لوسیا	۲۹۸	۱۵۴	۲۳۷	۱۷۹	۹/۴	۱/۶
	۸۳	۴۰	۸۰	۸۳	-	-
جامائیکا	۱۲۸	۱۳۵	۱۰۱	۱۳۲	۸۵	۱/۲
	۷۰	۷۴	۶۰	۶۸	-	-
آفریقا: ساحل عاج	۴۲	۶۱	۷۳	۷۸	۶۵	۰/۷
	۳۵	۳۸	۷۰	۱۰۹	-	-
کامرون	۹۲	۱۰۵	۱۲۰	۱۵۲	۷۰	۱/۴
	۵۷	۲۷	۴۱	۵۳	-	-
آسیا: فیلیپین	۲۳	۷۸	۱۱۶	۱۱۲	۶۳	۱
	۲۳	۳۳	۵۰	۴۵	-	-
مالزی	۸۵۱	۸۳۹	۹۵۱	۸۲۱	۲۱	۷/۶
	۱۳۵	۱۴۹	۱۷۰	۱۵۷	-	-
چین	۳۰	۲۳	۲۲/۶	۴۰/۷	۱۰	۰/۳
	۳/۸	۴/۴	۴/۸	۵/۵	-	-
	۴۰	۵۲	۷۸	۷۸	۳/۵	۰/۷
	۲۵	۲۹	۵۲	۴۵	-	-

بودند موز را تا سطح ۲۸ دلار در هر جعبه بفروش برسانند.^۱

سهم درآمد ناشی از صادرات موز به کل درآمد ارزی بسیاری از کشورها و مناطق آمریکای مرکزی و لاتین بیش از ۵۰ درصد بوده است.

در سال ۱۹۹۲ کشور اکوادور بزرگترین صادرکننده موز در جهان بوده است. صادرات این کشور در سال مذکور بالغ بر ۲/۴ میلیون تن و به ارزش ۶۳۶ میلیون دلار بود.^۲ در سال ۱۹۹۱ صادرات اکوادور بالغ بر ۲/۷ میلیون تن و به ارزش ۷۱۶ میلیون دلار بود. کاهش صادرات این کشور در سال ۱۹۹۲، در پی کاهش میزان سهمیه وارداتی موز اکوادور از جانب کشورهای جامعه اقتصادی اروپا بود. به علاوه تولید سایر میوه‌های رقیب بویژه سیب و گلابی در اروپا افزایش پیدا کرد و با افزایش عرضه این اقلام در داخل کشورهای واردکننده موز، قیمت موز در سطح خرده‌فروشی تنزل یافت.^۳ همین امر به بازار موز اکوادور لطمه وارد ساخت. موز پس از نفت مهمترین کالای صادراتی اکوادور است. بیش از ۵۹ شرکت، دست‌اندرکار صنعت موز این

کشورند که تعداد شرکتهای مذکور بنابه تمایل دولت اکوادور در جهت کاهش دخالت شرکتهای چندملیتی معظم بر تجارت موز این کشور صورت گرفته است. آلمان و بلژیک مهمترین خریداران موز از اکوادور هستند. با اعلام نظام سهمیه‌بندی واردات موز از سوی اتحادیه اروپا، اکوادور بیش از سایر صادرکنندگان متضرر خواهد شد. در سال ۱۹۹۲ دولت اکوادور برای حفظ قدرت رقابت موز ناگزیر شد قیمت پایه صادراتی خود را از ۴/۵ دلار در هر جعبه به ۴/۱ دلار کاهش دهد، عوارض صادراتی را قطع کند و برای جلوگیری از تنزل قیمت و مواجه شدن با انبوهی از موز بفروش نرفته، به فعالیتهای بازاریابی گسترده‌ای دست زند. ورود اکوادور به بازارهای غیرسستی موز مانند کره جنوبی، ترکیه و ایران تاحدی مانع از کاهش شدید درآمد ارزی این کشور طی سالهای ۱۹۹۱-۹۳ گردید. کاستاریکا دومین صادرکننده موز در جهان است. در سال ۱۹۹۲ صادرات این کشور ۱/۶ میلیون تن و به ارزش حدود ۵۰۰ میلیون دلار بود. در این کشور روابط کاری و میزان بالای اعتصاب کارگران در مهمترین مراکز صادراتی و ناآرامیهای سیاسی منحل روند صادرات موز

1) Latin American Economy & Business, Apr. 1993, P.25.

2) Latin American Economy & Business, Mar. 1993, P.22.

3) OP.cit., P.22.



نظام جدید واردات موز اتحادیه اروپا موجب کاهش ۱۴۵ هزار تن صادرات موز و بیکاری بیش از یازده هزار شاغل صنعت موز کاستاریکا خواهد شد. در این میان ایالات متحده به عنوان مهمترین مشتری موز کاستاریکا نگران آن است که با سرازیر شدن انبوه موز ارزان آمریکای لاتین، وضعیت باغداران و تولیدکنندگان میوه در داخل کشورش بخطر افتد. در ضمن آمریکا از این بیم دارد که کارگران بیکار شده در این منطقه، برضد دولتهای خود دست به شورش بزنند و آرامش سیاسی منطقه برهم بخورد. از این رو ایالات متحده همسو با دولتهای صادرکننده موز به اتحادیه اروپا برای لغو نظام سهمیه بندی موز فشار

است. هزینه تولید بالاتر نسبت به رقبا نیز معضلی جدی است. در سالهای ۱۹۹۰-۹۲ شرکتهای چندملیتی برای سودآور ساختن صادرات موز دولت کاستاریکا را وادار کردند که از درآمد مالیاتهای صادراتی موز چشم پيوشد و تعرفه گمرکی روی کالاهای وارداتی مورد نیاز صنعت موز را نیز قطع کند. مشابه این فشار به دولت هندوراس نیز وارد آمد و این دولتها به امید بهبود دسترسی به بازارهای موز بناچار از درآمد ارزی معادل ۳۰-۵۰ میلیون دلار در سال چشم پوشی کردند. ایالات متحده آمریکا بزرگترین خریدار موز کاستاریکا است. سهم آمریکا در بازار موز این کشور بین ۵۰-۵۵ درصد و بقیه نیز به اتحادیه اروپا تعلق دارد.

می‌آورد و در گفتگوهای دور اروگوئه سعی بر خنثی سازی روش مذکور از سوی جامعه اروپا داشت.

بیش از ۸۰ درصد تجارت جهانی موز در قبضه شرکت‌های چیکیتا، "Dole" و "Del Monte" قرار گرفته است.

هندوراس، پاناما و گواتمالا از دیگر صادرکنندگان عمده موز در منطقه آمریکای مرکزی محسوب می‌شوند. کلمبیا نیز از کشورهای مهم آمریکای جنوبی در این زمینه شمرده می‌شود. در کلمبیا پس از قهوه، مهمترین محصول صادراتی موز است. صادرات این کشور در سال ۱۹۹۲ بیش از ۱/۵ میلیون تن و به ارزش ۵۰۰ میلیون دلار بود. جامعه اقتصادی اروپا مهمترین خریدار موز کلمبیا بوده است. قبل از مطرح شدن نظام سهمیه‌بندی وارداتی جامعه اقتصادی اروپا، هر جعبه موز صادراتی ۱۳/۶ دلار بفروش می‌رسید، درحالی که در نیمه اول سال ۱۹۹۳ قیمت هر جعبه به زیر ۱۰ دلار تنزل یافت. در بازارهای آمریکای شمالی نیز قیمت کاهش یافت. علی‌رغم کاهش هزاران هکتار از سطح زیرکشت و کاهش دستمزدها، دولت کلمبیا خود را با انبوهی از موز بفروش نرفته مواجه می‌بیند. هندوراس،

پاناما و گواتمالا نیز با وضعیتی مشابه -علی‌رغم اعطای تسهیلات صادراتی به شرکت‌های صادرکننده- خود را با انبوهی از مشکلات مواجه می‌بینند. موز از معدود اقلام کشاورزی است که قیمت آن در بیست سال اخیر روبه‌افزایش بوده و این امر موجب شده است که بسیاری از کشورهای صادرکننده، اقتصاد خود را برپایه توسعه صادرات موز بناهند. جدال اخیر کشورهای صادرکننده موز و اتحادیه اروپا به رشد سالم صادرات جهانی این محصول لطمه وارد ساخته و کشورهای مذکور صنعت موز خود را متزلزل می‌بینند. پس از توافقاتی اخیر کشورهای عضو گات در گفتگوهای دور اروگوئه، کشورهای صادرکننده موز امیدوار بودند که اتحادیه اروپا از نظام سهمیه‌بندی خود تا حدی عقب‌نشینی کند و سهمیه کشورهای آمریکای لاتین و مرکزی به ۳/۲ میلیون تن تا پایان سال ۱۹۹۵ افزایش یابد. آنان حاضرند تعرفه بیشتری روی واردات بیش از ۳/۲ میلیون تن در سال، بسته شود و افزایش درآمد حاصل از تعرفه بالاتر مستقیماً به عنوان کمک مستقیم به صادرکنندگان موز در مستعمرات سابق اروپایی پرداخت شود. لیکن اتحادیه اروپا این پیشنهاد را نپذیرفت.

کشورهای کاستاریکا، کلمبیا، اکوادور و پاناما به ترتیب ۴/۲۳، ۲۲/۲ و ۷/۱۹ پاناما به ترتیب ۵۳

جرگه صادرکنندگان موز پیوسته‌اند. چینها بخش اعظم فعالیت‌های بازاریابی خود را مصروف کشورهای تازه به استقلال رسیده شوروی سابق کرده‌اند و با استفاده از راه‌آهن قادرند با موز ارزان وارداتی از طریق ترکیه در این بازارها رقابت کنند. مالزی نیز موز صادراتی خود را به بازارهای سنگاپور و هنگ کنگ می‌فروشد.

صادرات موز کشورهای پیشرفته صنعتی شامل صادرات از مناطق جزایر قناری (اسپانیا)، مادریا (پرتغال) و جزیره کورت (یونان)، مارتینیک و گوادلوپ (فرانسه) در سال ۱۹۹۲، حدود ۱۱۱۲ هزار تن بوده است. ایالات متحده مقداری از موز وارداتی خود را به کانادا می‌فروشد که این میزان در سال ۱۹۹۲، حدود ۳۷۸ هزار تن و به ارزش ۱۸۹ میلیون دلار بوده است.

تداوم صادرات موز مناطق الحاقی اروپا و جزایر مستعمراتی سابق تحت تأثیر مساعدت کشورهای ذی‌نفع اروپایی میسر است. نظام جدید واردات اتحادیه اروپا، به‌عمل‌آوردگان موز در این مناطق و کشورهای افریقایی که از زمان استعمار تاکنون پیوند نزدیکی با اروپا داشته‌اند و موز کمتر ولی گرانتری تولید می‌کردند

درصد از کل سهمیه وارداتی موز اتحادیه اروپا را در اختیار دارند. کشورهای هندوراس و نیکاراگوئه نیز $6/8$ و $1/9$ درصد از کل سهمیه وارداتی ($2/2$ میلیون تن) در سال را به خود اختصاص داده‌اند.^۱ فیلیپین بزرگترین صادرکننده موز در آسیا و چهارمین صادرکننده عمده جهانی آن در سال ۱۹۹۲ بوده است. به‌دنبال رشد بازارهای مصرف موز در ژاپن و کشورهای خاور دور صادرات موز فیلیپین نیز روبه‌گسترش نهاد و حجم صادرات این کشور از ۸۵۱ هزار تن در سال ۱۹۸۹ به حدود ۹۵۱ هزار تن در سال ۱۹۹۱ افزایش یافت. در سال ۱۹۹۲ تحت تأثیر کاهش قیمت موز در بازار جهانی و ناآرامی سیاسی در مناطق جنوبی فیلیپین حجم صادرات روبه‌کاهش نهاد و به سطح ۸۲۱ هزار تن رسید. ورود کشورهای آمریکای لاتین به بازارهای سنتی فیلیپین در آسیا نیز تاحدودی قدرت رقابتی موز فیلیپین را تحت الشعاع قرار داد. شرکتهای سومیتومو و استانداردفروت بر صنعت موز فیلیپین تسلط کامل دارند و کلیه امور مرتبط با بازاریابی و فروش به بازارهای عمده را "رأساً" انجام می‌دهند.

چین و مالزی نیز در سالهای اخیر به

1) Agra Europe, Feb., 18, 1994, P.E/4.

فرصتی خواهند یافت تا بتوانند در بازار پررقابت موز در اروپا روی پای خود بایستند و "موز اروپایی" جای "موز دلاری" را بگیرد.^۱

واردات موز در جهان طی سالهای ۱۹۸۸-۹۲

واردات جهانی موز از ۷/۸ میلیون تن در سال ۱۹۸۸ به ۱۰/۴ میلیون تن در سال ۱۹۹۲ افزایش یافته است. بخش عمده‌ای از رشد واردات جهانی، مرهون افزایش تقاضا در کشورهای جامعه اقتصادی اروپا، ژاپن و کره جنوبی بوده است. آزادسازی واردات موز در کره جنوبی سبب شد این کشور تا رتبه هشتمین واردکننده عمده جهانی موز در سال ۱۹۹۱ ارتقاء یابد (جدول ۴).

ایالات متحده آمریکا بزرگترین واردکننده موز در جهان است. خالص واردات این کشور در سال ۱۹۹۲ بالغ بر ۳/۳ میلیون تن و به ارزش ۱/۱۳ میلیارد دلار بود (جدول ۳ و ۴). موز مهمترین و ارزانه‌ترین میوه مصرفی (به شکل تازه‌خوری) در ایالات متحده امریکاست. دسترسی سهل به سایر میوه‌جات تازه تاحدی مانع از رشد بالقوه مصرف موز در

این کشور است. بازاربایی بسیار مؤثر شرکت‌های چندملیتی در داخل آمریکا و افزایش ترجیحات مصرف‌کنندگان به مصرف مواد طبیعی به توسعه بازار موز در این کشور کمک کرده است.

جامعه اقتصادی اروپا با واردات سالانه حدود ۴ میلیون تن از بزرگترین واردکنندگان و مصرف‌کنندگان موز در جهان بشمار می‌آید (نمودار ۱). آلمان، ایتالیا، فرانسه، انگلستان و بلژیک در رأس واردکنندگان موز جامعه اقتصادی اروپا قرار می‌گیرند. آلمانیها با مصرف سرانه ۱۶/۶ کیلو موز در سال (در غرب ۲۷ کیلو و در شرق ۱۴ کیلو) که مجموعاً به ۱/۳ میلیون تن در سال می‌رسد در رأس مصرف‌کنندگان این میوه در جهان قرار دارند. مصرف سرانه در آلمان حدود دو برابر مصرف سرانه در انگلستان و فرانسه است.

واردات موز جامعه اقتصادی اروپا از ویژگیهای خاصی برخوردار است. با نگاهی گذرا به نمودار (۳) ترکیب منابع تأمین‌کننده موز درمی‌یابیم بخش عمده‌ای از تقاضای وارداتی این جامعه با واردات از کشورهای آمریکای لاتین تأمین شده است. طی سال ۱۹۹۲، سهم کشورهای مذکور در بازار

منظور موز مناطق آمریکای مرکزی و لاتین است که توسط شرکت‌های چندملیتی آمریکایی داد و ستد می‌شود. 1) dollar bananas

طرح نظام سهمیه‌بندی واردات موز اتحادیه اروپا از آمریکای مرکزی مشکلات عدیده‌ای را برای صادرکنندگان این محصول پدید آورده است.

جامعه اقتصادی اروپا بیش از ۶۳ درصد بود. کشورهای عضو کنوانسیون لومه "ACP"^۱ (مستعمرات سابق کشورهای اروپایی) و بعضی از کشورهای عضو اتحادیه اروپا (شامل موز جزیره کرت در یونان، مادریا در پرتغال و جزایر قناری در اسپانیا) از دیگر عرضه‌کنندگان موز به کشورهای جامعه اقتصادی اروپا بشمار می‌روند. انگلستان یک بازار تضمین‌شده برای مقادیر نامحدود واردات موز از کشورهای انگلیسی‌زبان منطقه کارائیب (بلیز، گرانادا، دومینیک، جامائیکا) و سورینام است. فرانسه نیز تضمین مشابهی برای مستعمرات سابق خود در گوادلوپ، مارتینیک و ساحل عاج دارد. ایتالیا نیز سهم عمده‌ای از بازار خود را برای سومالی حفظ کرده است. به‌علاوه پس از الحاق پرتغال، یونان و اسپانیا، جامعه اقتصادی اروپا برای حمایت از

تولیدکنندگان موز در این کشورها ناگزیر بود سالانه ۱۰۰۰۰ اکو (ECU)^۲ پرداخت جبرانی برای هر هکتار کشت موز بپردازد. به‌علاوه تولید موز در مستعمرات سابق نسبت به موز ارزان‌قیمت آمریکای لاتین بازدهی چندانی ندارد و در عرصه رقابت با تولید تجاری آنها و شبکه کارآی شرکت‌های چندملیتی دست‌اندرکار، محکوم به شکست بود. هزینه تولید در کشورهای وابسته به جامعه اقتصادی اروپا و مستعمرات سابق، دو تا سه برابر هزینه تولید کشورهای اکوادور، کلمبیا و هندوراس است؛ مثلاً^۳ در جزایر قناری که بخش عمده‌ای از تولید موز به شیوه گلخانه‌ای و با هزینه تولید بالا صورت می‌گیرد، تنها عامل محرک در روند تولید، اتکا به بازار مطمئن اسپانیا بوده است. تا قبل از سال ۱۹۹۳ هلند، آلمان و بلژیک دارای نظام تجارت آزاد موز بودند. صادرات موز آمریکای لاتین معاف از تعرفه گمرکی به این منطقه سرازیر می‌شد و مصرف‌کنندگان این کشورها در مقایسه با مصرف‌کنندگان سایر کشورهای جامعه موز ارزاتری می‌خریدند. پرداخت جبرانی به تولیدکنندگان موز همواره مسئله‌ساز بود و برای خلاصی از آن جامعه اقتصادی اروپا

شامل ۶۹ کشور آفریقایی واقعی در دریای کارائیب و حوزه اقیانوس آرام. 1) African, Caribbean and Pacific.

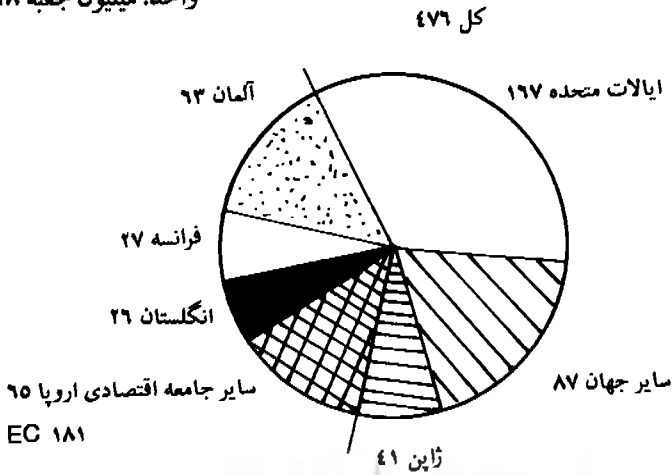
۲) واحد پول اروپائی

نظام جدید واردات موز را به مرحله اجرا گذاشت. از اوایل سال ۱۹۹۳ اعلام شد که به منظور حمایت از تولیدکنندگان داخلی جامعه اروپا و سایر مستعمرات سابق، واردات موز از کشورهای ثالث سهمیه بندی خواهد شد. میزان سهمیه برای سال اول حدود دو میلیون تن اعلام شد که بازای هر تن سهمیه وارداتی معادل ۱۰۰ کو "ECU" (۱۱۷ دلار) تعرفه گمرکی وضع شده است. واردات بیش از سهمیه مقرر بازای هر تن مشمول ۱۸۵۰ ای سی یو می گردد. مجوزهای موز در دست شرکتهای واردکننده موز در اروپا قرار می گیرد. مجوز نوع A ویژه واردات از کشورهای دلاری و مجوز B مخصوص واردات از مستعمرات سابق است. نظام جدید واردات موز دو هدف عمده را دنبال می کند: ۱- هدف سیاسی ۲- هدف اقتصادی. هدف سیاسی، کاهش اتکا به موز مناطق دلاری و به عبارتی شکستن قدرت انحصارات چندملیتی موز در بازارهای اروپایی است. از سویی دیگر این نظام جدید سبب تغییر در الگوی مصرف موز و قیمت آن در کشورهای اروپایی خواهد شد، بدین ترتیب که در کشورهای شمال اروپا که مصرف سرانه بالایی داشتند و قبلاً سهمیه و تعرفه های وارداتی وجود نداشت و قیمتهای عمده فروشی به طور محسوسی کمتر از

قیمت سایر کشورهای عضو جامعه بود، مصرف موز، شکل متعادلی خواهد یافت و بار بخشی از سیاستهای حمایتگرانه به دوش این کشورها خواهد افتاد، هرچند برای مصرف کنندگان موز در این کشورها این سؤال مطرح است که چرا آنان باید تاوان سیاستهای خارجی دولتهای انگلیس و فرانسه و ایتالیا را بپردازند. کشورهای فرانسه، ایتالیا و انگلستان که علی رغم استفاده از مجوزهای وارداتی موز به نفع مستعمرات سابق و وضع ۲۰ درصد تعرفه گمرکی بر واردات از کشورهای آمریکای لاتین قادر به رقابت با موز ارزان آنان نبودند، چاره را در اجرای نظام سهمیه بندی واردات در کل اتحادیه اروپا به اضافه ۲۰ درصد تعرفه گمرکی قبلی دیدند. تحت این نظام جدید واردات موز از مستعمرات سابق با معافیت کامل گمرکی صورت می گیرد و با آنان به مثابه اعضای جدید اتحادیه رفتار می شود. سهمیه ها به طرز آشکاری تبعیض آمیز است؛ مثلاً در مورد جامائیکا سهمیه مقرر در سطح ۲۰۰ هزار تن اعلام شده در حالی که کل ظرفیت صادراتی این کشور در حال حاضر ۷۵ هزار تن است. در مورد دومینیک سهمیه مقرر ۲۴۰ هزار تن وضع شده در حالی که کل صادرات این کشور به جامعه اقتصادی اروپا هیچگاه از ۴۰ هزار تن تجاوز نکرده است. در این نگاهی به بازار جهانی موز ۵۷

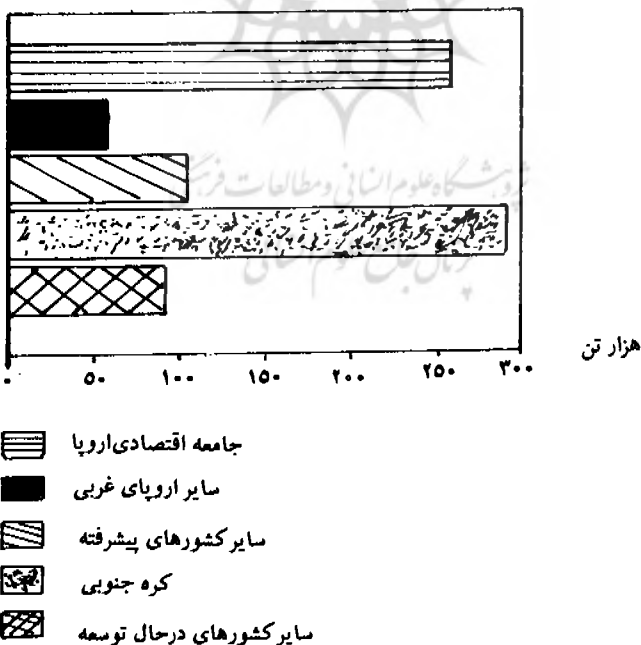
نمودار (۱): بازارهای عمده موز در سال ۱۹۹۱

واحد: میلیون جعبه ۱۸ کیلویی



مأخذ: Latin American Economy & Business, June 1992, P.20.

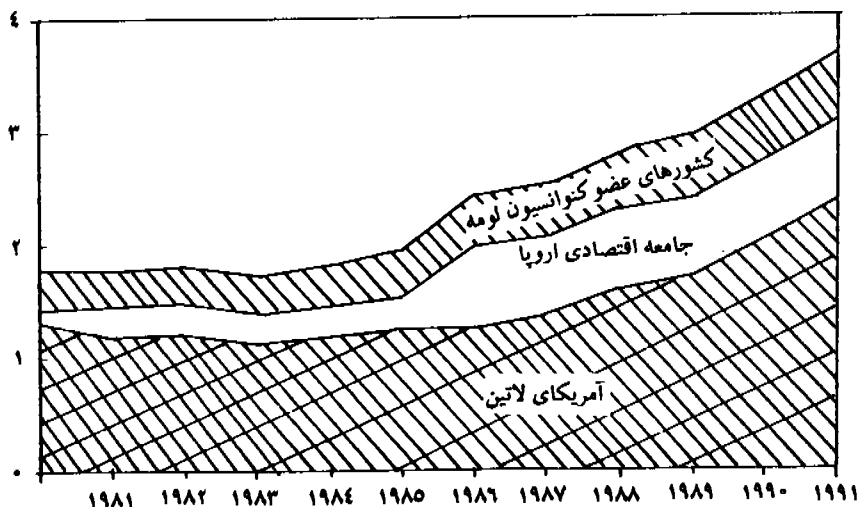
نمودار (۲): عوامل رشد واردات جهانی موز در فاصله سالهای ۱۹۸۹-۹۱



مأخذ: FAO, Commodity Review and Outlook 1992-93P.23.

نمودار (۳): عرضه کنندگان عمده موز به جامعه اقتصادی اروپا ۱۹۸۰-۹۱

میلیون تن



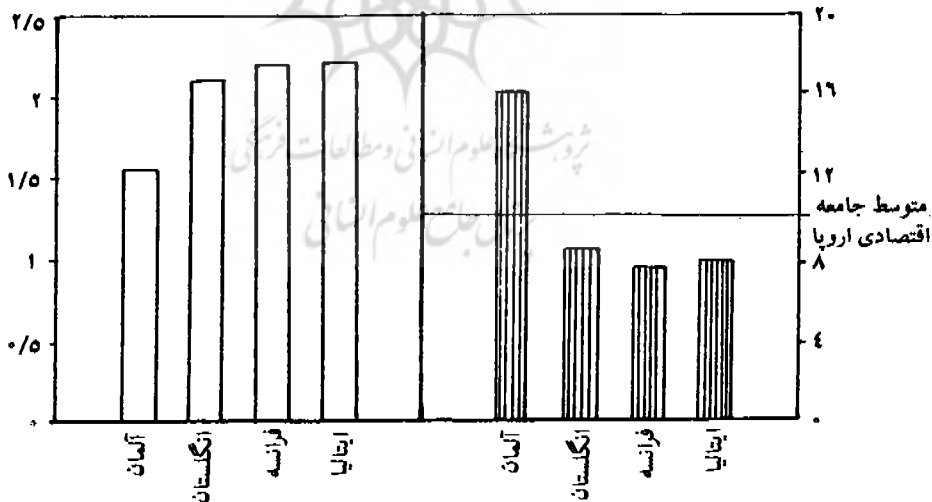
مأخذ: GATT, Trade Policy Review Mechanism, "European Communities", Geneva: GATT Pub., Apr. 1993, P. 125.

نمودار (۴): قیمت‌های موز و مصرف سرانه در آلمان، انگلستان، فرانسه و ایتالیا در سال ۱۹۹۱

دلار آمریکا/کیلوگرم

قیمت خرده‌فروشی

مصرف (خالص واردات) کیلوگرم/سرانه



مأخذ: GATT, Trade Policy Review Mechanism, "European Communities", Geneva: GATT Pub., Apr. 1993, P. 129

شرایط روشن است که فروش امتیاز سهمیه به واردکنندگان جامعه اقتصادی که سعی در خرید از عرضه کنندگان آمریکای لاتین با قیمت‌های ارزانتر دارند، از سوی کشورهای دارنده امتیاز رایج شود. در این صورت هر افزایش تقاضایی از جانب جامعه اقتصادی سود هنگفتی را نصیب شرکت‌های واردکننده موز در اروپا خواهد کرد. برآورد می‌شود این طرح جدید به قیمت بیکار شدن حدود ۱۷۰ هزار نیروی شاغل در صنعت موز آمریکای لاتین و یک میلیارد دلار ضرر

اتحادیه اروپا با واردات سالانه حدود ۴ میلیون تن موز بزرگترین بازار این کالا در جهان بشمار می‌آید.

درآمد صادراتی آنها منجر شود. اکوادور کشوری است که بیش از دیگران از این نظام وارداتی متضرر خواهد شد، به طوری که اجرای آن سبب کاهش ۱۲۰ میلیون دلار در درآمد ارزی، عاطل ماندن ۳۰ هزار هکتار از اراضی زیرکشت و ۷۰ هزار بیکار و افت دستمزد و ناآرامی‌های سیاسی و نهایتاً ۶۰۰ هزار تن عرضه مازاد بر تقاضا خواهد شد. به دنبال اعلام برنامه سهمیه‌بندی از سوی اتحادیه اروپا در ماه فوریه سال ۱۹۹۳

قیمت موز اکوادور از جعبه‌ای ۶ دلار به جعبه‌ای ۲ دلار کاهش یافت.^۱ این اقدام اتحادیه اروپا، به زیان سیاست ایالات متحده در منطقه پرتنش آمریکای لاتین و مرکزی و به سود مردم این کشور که خریداران موز آمریکای لاتین هستند، تمام شد. کاهش شدید قیمت موز تا سطح ۲-۴ دلار در هر جعبه سبب سرازیر شدن این محصول به بازارهای آمریکای شمالی خواهد گردید.

آلمان، دانمارک، ایرلند و بلژیک مناطقی بودند که کشورهای صادرکننده موز برای مبارزه با سهمیه وارداتی و عوارض گمرکی توجه خاصی به آنها مبذول می‌داشتند. مصرف سرانه بالاتر در این کشورها ناشی از قیمت‌های ارزان موز بود (نمودار ۴). در سال ۱۹۹۱ قیمت عمده‌فروشی در آلمان جعبه‌ای ۱۷ دلار و در انگلستان ۲۲ دلار بود. در ایتالیا، انگلستان و فرانسه افزایش میزان سهمیه وارداتی از مستعمرات سابق به توسعه فزاینده واردات موز کمک کرده است. در سال ۱۹۹۲ ژاپن سومین واردکننده عمده موز در جهان بود. شرکت‌های معظم ژاپنی برای دسترسی به منابع منظم عرضه موز به

جدول (۴) - میزان و ارزش واردات موز در کشورهای عمده واردکننده طی سالهای ۱۹۸۸-۹۲ واحد: هزار تن
میلیون دلار

کشور / سال	۱۹۸۸	۱۹۸۹	۱۹۹۰	۱۹۹۱	مصرف سرانه ۱۹۹۱ (کیلوگرم)	سهم در واردات جهانی ۱۹۹۱ (درصد)	سهم واردات خالص از مصرف ۱۹۹۱ (درصد)	۱۹۹۲
جهان	۷۸۳۲	۸۲۲۶	۹۰۶۱	۹۹۲۷	۸/۸	۱۰۰	۲۱	۱۰۴۴۵ ۵۱۳۳
ایالات متحده	۲۹۸۲	۳۰۷۰	۳۲۴۲	۳۳۸۱	۱۲	۳۴	۱۰۰	۳۶۹ ۱۳۳۸
آلمان	۷۶۷	۸۷۱	۱۱۷۲	۱۳۵۵	۱۶/۶	۱۳/۶	۱۰۰	۱۳۷۸ ۷۸۴
ژاپن	۷۶۰	۷۷۴	۷۵۷	۸۰۳	۶/۵	۸	۱۰۰	۷۷۷ ۵۲۳
ایتالیا	۵۵۵	۴۲۹	۴۲۹	۵۷۴	۹/۹	۵/۷	۱۰۰	۴۷۵ ۲۷۳
فرانسه	۴۵۵	۴۵۵	۴۹۷	۵۰۳	۸/۴	۵۰	۱۰۰	۵۳۲ ۴۱۸
انگلستان	۳۸۸	۴۳۴	۴۷۰	۴۸۹	۸/۵	۴/۹	۱۰۰	۵۴۵ ۴۱۷
کانادا	۲۳۰	۳۲۲	۳۴۱	۳۵۵	۱۳/۱	۳/۵	۱۰۰	۳۷۹ ۱۶۸
کره جنوبی	۱۳	۲۱	۲۱/۸	۳۱۴	۱۱	۳/۱	۱۰۰	۱۷۱ ۸۰/۸
بلژیک	۱۲۰	۱۵۸	۱۶۷	۲۰۳	۱۷/۸	۲/۱	۱۰۰	۳۰۲ ۱۴۳
سوئد	۸۶	۸۴	۹۶	۱۰۸	۱۸/۶	۱/۶	۱۰۰	۱۶۱ ۹۸
اتریش	۱۱۰	۱۲۲	۱۴۴	۱۵۴	۱۵/۶	۱/۵	۱۰۰	۱۵۰ ۷۹
عربستان سعودی	۱۳۸	۱۱۴	۱۲۹	۱۳۰	۱۴/۴	۱/۳	۱۰۰	۱۲۴ ۴۷
شوروی سابق	۴۲	۶۷	۶۷	۳۰	۱/۲	-/۳	۱۰۰	۲۵ ۸/۵
ایران	-	-	۵/۵	۱۲	۰/۲	-	۱۰۰	۳۰ ۱۵/۷

FAO, FAO Trade Yearbook, Vol(s) 42-46 (Rome : FAO Pub., 1988-92).

مأخذ:

قرار گرفتن کنترل‌های بازرسی در مراکز بسته‌بندی موز و بنادر صادراتی، صدور موز به ژاپن با مانع جدی برخورد نمی‌کند. ژاپن علاوه بر واردات موز تازه، هر ساله هزاران تن پوره موز نیز از فیلیپین جهت تولید نگاهی به بازار جهانی موز ۶۱

سرمایه‌گذاری در کشورهای فیلیپین، گینه جدید پاپوا و برخی دیگر از جزایر اقیانوس آرام دست زدند. در سال ۱۹۹۲ از ۶۵ میلیون جعبه صادراتی موز فیلیپین ۴۹ میلیون جعبه به ژاپن صادر شد. باتوجه به

نوشابه‌های موزدار؛ مانند شیرموز، موز-کولا، Fizz موز (نوشابه سبک الکلی گازدار با رنگ سبز) وارد می‌کند. واردات موز بیش از ۵۰ درصد واردات میوه تازه ژاپن را تشکیل می‌دهد. گسترش تبلیغات و گرایش مردم به مصرف مواد طبیعی از عوامل رشد واردات موز در ژاپن است.^۱ تقویت ارزش ین در مقابل دلار از دیگر عوامل مؤثر بر افزایش حجم واردات موز در سالهای اخیر می‌باشد.

بازارهای جدید (ترکیه و کره جنوبی) امیدهای تازه‌ای را برای صادرکنندگان موز نوید می‌دهند. در کره جنوبی آزادسازی واردات رشد قابل توجهی را در واردات موز بدنبال داشته است. واردات این کشور از ۱۳ هزار تن در سال ۱۹۸۸ به ۳۱۴ هزار تن در سال ۱۹۹۱ افزایش یافت. این رقم در سال ۱۹۹۲ تا سطح ۱۷۱ هزار تن تنزل پیدا کرد. واردات ترکیه نیز از ۱۶ هزار تن در سال ۱۹۸۹ به ۹۵/۵ هزار تن در سال ۱۹۹۲ افزایش یافت. پیش‌بینی می‌شود که با توجه به نظام سهمیه‌ای مقرر از سوی جامعه اقتصادی اروپا، کشورهای صادرکننده موز فعالیتهای خود را در بازارهای جدید (ژاپن، کره جنوبی، ترکیه و خاورمیانه) متمرکز سازند.

انگلستان، فرانسه و ایتالیا بازارهای تضمین شده‌ای برای واردات موز از مستعمرات سابق خود بوجود آورده‌اند.

واردات موز در کشورهای اروپای شرقی و شوروی سابق به دلیل کمبود ارز کاهش یافته، درحالی که صادرات به یوگسلاوی سابق علی‌رغم اوضاع نامساعد اقتصادی و سیاسی آن روبه‌رشد بوده است. در لهستان نیز مصرف سرانه موز پس از فروپاشی اروپای شرقی افزایش یافته و به سطح سرانه ۵ کیلوگرم رسیده است (۱۹۹۲). چنانچه کشورهای مذکور سطح مصرف سرانه خود را به سطح آلمان شرقی سابق (۶ کیلوگرم در سال) برسانند با توجه به جمعیت ۳۷۵ میلیون آنان تقاضای جهانی، سالانه ۱۰۴ میلیون جعبه رشد خواهد یافت.^۲

واردات موز کشورهای حوزه خلیج فارس در سالهای اخیر افزایش یافته است. با توجه به افزایش تولید موز آمریکای جنوبی و مرکزی واردات موز کشورهای این منطقه از ۱۰/۸ میلیون جعبه در سال ۱۹۹۰ به ۱۵/۸ میلیون جعبه در سال ۱۹۹۲ افزایش یافته است. میزان موز وارداتی به بندرعباس از ۴/۲ میلیون جعبه در سال

1) Trade Scope (Jan.1992.),PP:20-21.

2) Latin American Economy & Business , Jun.1993,P.25.

جدول (۵) - واردات موز منطقه خلیج فارس در سالهای ۱۹۹۲-۹۳ واحد: هزار جعبه (۴۰ پوندی یا ۱۸ کیلویی)

شرکتهای عرضه کننده	نیمه اول سال	شارجه - قطر	دمام - بحرین	کویت	بندرعباس	جده	کل
چیکیتا Chiquita	۱۹۹۲	۸۰۱	۴۰۴	۴۸۲	۲۳۱۴	۵۲۳	۴۵۲۵
	۱۹۹۳	۷۱۸	۵۲۱	۴۶۸	۲۳۶۴	۹۹۱	۵۰۶۲
دل مونت Del Monte	۱۹۹۲	۴۵۲	۶۱۲	۱۹۵	۷۲۳	۲۰۷۵	۴۰۵۷
	۱۹۹۳	۴۷۱	۷۳	۱۰۸	۳۹۶	-	۱۰۴۸
دل Dole	۱۹۹۲	۴۱۰	۷۴۴	۵۰	۱۱۳۲	۱۸۲۴	۴۱۶۱
	۱۹۹۳	۳۷۲	۳۵۳	۹۳	۱۸۰۷	۵۳۳	۳۱۶۱
سومیتومو Sumitomo	۱۹۹۲	۴۸	۱۶۸	-	۵۵۰	-	۷۶۶
	۱۹۹۳	۶۷	۲۵۱	-	۹۳	-	۴۱۲
بونیتا Bonita	۱۹۹۲	۱۹۸	۴۰	۳۰	۲۰۸۳	۵۳۶	۲۸۸۷
	۱۹۹۳	-	-	-	-	-	-
یونی بن Uniban	۱۹۹۲	-	-	-	-	۶۱۲	۶۱۲
باناکول Banacol	۱۹۹۳	-	-	-	-	۳۹۴۷	۳۹۴۷
انتهای سال ۱۹۹۳		۱۹۱۰	۱۹۷۰	۷۵۷	۶۸۰۲	۵۵۷۰	۱۷۰۱۱

International Fruit World, 2-1993, P.232

مأخذ:

این منطقه می‌باشند. مصرف موز به جهت ارزانی، قابلیت رشد بالایی دارد و در مواقعی که دسترسی سهل به سایر میوه‌جات بویژه سیب امکان‌پذیر نیست، از تجارت پررونقی برخوردار است. در عربستان سعودی واردات موز از ۱۷۱ هزار تن در سال ۱۹۹۰ به ۱۴۳ هزار تن در سال ۱۹۹۱ کاهش یافت و در مقابل آن واردات سیب در این دوره افزایش پیدا کرد. واردات موز این منطقه در سال ۱۹۹۱ تحت تأثیر تهاجم عراق به کویت و تبعات ناشی از آن قرار داشت.

اجازه واردات موز درازای صادرات

۱۹۹۱ به ۹/۵ میلیون جعبه در سال ۱۹۹۲ افزایش داشته است. آمار واردات این منطقه نشان می‌دهد که تا پایان سال ۱۹۹۳ واردات این منطقه به ۱۷ میلیون جعبه خواهد رسید. شرکت چیکیتا ۵۰ درصد از بازار موز منطقه را در کنترل خود دارد (جدول ۵) و نیاز چندانی به فعالیت گسترده‌تر در زمینه تبلیغات در عرصه رقابت با سایر رقبا در این بازار احساس نمی‌کند. Dole نیز در سال ۱۹۹۲ حدود ۲۸ درصد از بازار منطقه را در کنترل داشته است. بنادر جده، شارجه و دمام پس از بندرعباس مهمترین مقصد ناوگانهای صادراتی موز

1) Agro Press, International Fruit World 2-1993(Switzerland: Agro Press,1993),P.232.

سیب در ایران سبب رشد قابل توجه واردات موز گردید به گونه‌ای که شرکت‌های صادرکننده موز، ایران را بازاری با قابلیت رشد بالا یافته و به آن توجهی خاص نشان می‌دهند.

قیمت موز در بازار جهانی طی سالهای

۱۹۸۹-۹۳

متوسط قیمت جهانی موز از حدود تنی ۶۷۰ دلار در سال ۱۹۸۹ به حدود تنی ۵۰۶ دلار در سال ۱۹۹۲ تنزل یافت. در این سالها علی‌رغم افزایش تقاضای جهانی، به دلیل توجه شدید به کشت موز در کشورهای عمده صادرکننده و ایجاد مازاد عرضه در بازار جهانی موز قیمت‌ها روبه کاهش نهاد. نگرانی صادرکنندگان از مواجهه با کوهی از موز بفروش نرفته و انتظارات خریداران عمده نسبت به کاهش مجدد قیمت، بر ادامه روند نزولی قیمت‌ها دامن زد. عرضه فراوان میوه‌های تابستانی رقیب در کشورهای عمده خریدار موز در سالهای ۱۹۹۱-۹۲ از دیگر عوامل عمده کاهش قیمت موز محسوب می‌شد. هرچند اعتصابات گسترده نیروی کار در اغلب کشورهای صادرکننده آمریکای لاتین از عوامل بالانگهدارنده قیمت در برخی بازارها از جمله ایالات متحده امریکا بوده است. در سال ۱۹۹۳

وخامت اوضاع جوی در کشورهای اروپایی واردکننده موز و قابلیت کمتر دستیابی به سایر میوه‌جات و نزاع تجاری برسر نظام سهمیه‌بندی موز در اتحادیه اروپا، سبب رونق بازار موز شد و قیمت‌ها تا سطح ۶۶۹ دلار در هر تن افزایش یافت (جدول ۵).

قیمت خرده‌فروشی موز در چند کشور عمده واردکننده نشان‌دهنده آن است که قیمت موز در ایالات متحده بسیار پائین‌تر از سطح قیمت در اروپاست. نزدیکی جغرافیایی این کشور با کشورهای صادرکننده موز موجب شده که مصرف‌کنندگان آمریکایی بتوانند موز ارزانتری بخرند. در داخل اروپا میزان مشارکت هر کشور در سهمیه‌بندی موز تا حدودی تعیین‌کننده روند قیمت در سطح خرده‌فروشی است. در آلمان، هلند و دانمارک که کمتر تحت تأثیر سهمیه‌های موز قرار داشتند، قیمت خرده‌فروشی به مراتب کمتر از قیمت موز در کشورهای انگلستان و فرانسه بود. از اوایل سال ۱۹۹۳ با اجرای نظام جدید سهمیه‌بندی موز در اتحادیه اروپا این روند معکوس شد. قیمت‌ها در انگلستان و فرانسه کاهش و بالعکس در آلمان افزایش شدیدی پیدا کرد. در این سال درحالی‌که قیمت‌ها در بازار آلمان به دو برابر افزایش یافت در فنلاند، سوئیس و اتریش که کماکان از نظام تجاری آزاد پیروی

می‌کنند به دلیل افزایش قابل توجه عرضه و روان شدن سیل موز قیمتها تا حد جعبه‌ای ۴ دلار کاهش یافت و در همان حال قیمت عمده‌فروشی در بازار آلمان تا سطح جعبه‌ای ۱۹ دلار معامله شد. توجه صادرکنندگان موز به بازار ایالات متحده نیز سبب گردید تا قیمت موز در این کشور تا جعبه‌ای ۲/۵-۳/۵ دلار تنزل یابد، در حالی که قیمت آن در سال ۱۹۹۲ حدود جعبه‌ای ۸/۶۵ دلار بود.^۱

با توجه به تفاوت فاحش قیمت صادراتی کشورهای صادرکننده موز و سطح قیمت خرده‌فروشی در مناطق عمده مصرف، پرواضح است که بخش اعظم سود تجارت موز نصیب شرکتهای چندملیتی توزیع کننده موز نظیر: چیکیتا و Dole و... می‌شود.

نوسان نرخ ارز کشورهای مختلف واردکننده موز در مقابل دلار را می‌توان از دیگر عوامل مؤثر در تفاوت قیمت موز در بازارهای مختلف دانست. در سالهای ۱۹۸۹-۹۱ مصرف‌کنندگان آلمانی و ژاپنی که ارز قویتری در مقابل دلار داشتند قیمت کمتری را برای موز در مقایسه با سایر واردکنندگان اروپایی پرداختند.

یکی از عمده اهداف شکل کشورهای کاستاریکا، کلمبیا، دومینکن، گواتمالا، هندوراس و پاناما در قالب اتحادیه

آزادسازی واردات موز در کره جنوبی موجب شد که واردات این کشور از ۱۳ هزار تن در سال ۱۹۸۸ به ۳۱۴ هزار تن در سال ۱۹۹۱ افزایش یابد.

جدول (۶) - قیمت موز در جهان و چند کشور منتخب طی سالهای ۱۹۸۹-۹۳ دلار/کیلو

کشور/ نوع قیمت	سال	۱۹۸۹	۱۹۹۰	۱۹۹۱	۱۹۹۲	۱۹۹۳
جهان: متوسط		۰/۶۷	۰/۶۵	۰/۵۵	۰/۵۰	۰/۶۷
ایالات متحده امریکا: خرده‌فروشی		۰/۹۷	۱/۳	۱/۰۶	۱/۰۱	۱
انگلستان: خرده‌فروشی		۱/۷۳	۲/۰۴	۲/۰۹	۱/۸۸	-
آلمان: خرده‌فروشی		۱/۲۶	۱/۵۷	۱/۵۵	۱/۴۴	۳/۵۰
فرانسه: خرده‌فروشی		۱/۶۷	۲/۱۰	۲/۲۰	۱/۸۷	-
اکوادور: فوب بنادر آمریکا		۰/۵۱	۰/۵۲	۰/۵۶	۰/۴۷	۰/۵۳

مأخذ: UN, Monthly Commodity Price Bulletin, No. 10, Oct., 1993

1) Latin American Economy & Business ,Oct.1993,P.27.

صادرکنندگان موز(UPEB)^۱ تلاش جهت تثبیت قیمت موز و جلوگیری از نوسانات شدید قیمت در بازار جهانی است. در سالهای اخیر این کشورها جهت بالا بردن توان صادراتی خود ناگزیر شدند ضمن اجرای سیاستهای تشویقی (حذف نظام مالیات صادراتی و ...) ارزش پول داخلی خود را تنزل دهند. این امر تا حدودی مانع از کاهش شدید قیمت این محصول در مقایسه با سایر محصولات صادراتی کشورهای در حال توسعه شد. فیلیپین و اکوادور که عضو این اتحادیه نیستند از یابست عدم هماهنگی زمانی با اجرای سیاستهای مزبور، به ازدست دادن توان رقابت خود در بازار جهانی محکوم می‌شوند. در حال حاضر نیز اعضای این اتحادیه مهمترین طرفین دعوی تجاری علیه نظام سهمیه‌بندی جدید واردات موز اتحادیه اروپا هستند و امیدوارند با به کرسی نشاندن حرفهای خود بتوانند کماکان قدرت چانه‌زنی مسلط در بازار جهانی موز را در اختیار گیرند.

وضعیت موز در ایران

مناطق حاشیه ساحلی خلیج فارس که از بندرعباس و میناب آغاز شده و تا سیستان و بلوچستان ادامه می‌یابد، از لحاظ دارا بودن

آب و هوای مساعد (درجه حرارت و رطوبت نسبی) شرایط کشت موز را دارا هستند. کشت موز در این مناطق و بویژه سیستان از قدمت دیرینه‌ای برخوردار است، اگرچه به دلیل عدم توجه به کشت ارقام بازارپسند موز، تولید این مناطق هیچگاه شکل تجاری انبوه را پیدا نکرده است. در سالهای قبل از انقلاب اسلامی واردات موز رشد قابل توجهی پیدا کرد و موز مهمترین میوه وارداتی به کشور را تشکیل می‌داد. واردات آن در سال ۱۳۵۶، حدود ۵۸/۴ هزار تن و به ارزش ۱/۴ میلیارد ریال بود. در سال ۱۳۵۷ این رقم تا سطح ۲۴/۴ هزار تن و به ارزش ۶۹۶ میلیون ریال تنزل نمود. در سالهای پس از انقلاب موز عمده‌تأ به صورت قاچاق و همراه مسافر در تناژ کمتری وارد کشور می‌شد و در مناطق خاصی به فروش می‌رسید. موز دیگر میوه ارزان قیمت سالهای قبل از انقلاب نبود و به عنوان میوه‌ای تجملی، زینت‌بخش سفره اقشار درآمدی بالا محسوب می‌شد. این موقعیت فرصتی را برای تولیدکنندگان موز پیش آورد تا تولید خود را گسترش دهند، به طوری که موز که قبلاً در موزستانهای خاصی پرورش می‌یافت در استانهای هرمزگان و سیستان و بلوچستان با استقبال

1) Union de Paises Exportadores de Banano(UPEB)

باغداران مواجه شد. طبق آخرین آمار ارائه شده از سوی وزارت کشاورزی در سال ۱۳۶۹-۷۰ سطح زیرکشت موز در استان سیستان بالغ بر ۳۵۰ هکتار (۲۴۵ هکتار بارور و ۱۰۵ هکتار نهال) و در استان هرمزگان ۷۵ هکتار (۵۰ هکتار بارور و ۲۵ هکتار نهال) بوده است. تولید این مناطق به ترتیب ۴۱۳۵ تن و ۵۰۴ تن گزارش شده است. ارقام داخلی از نوع کوتاه‌قد خمیده و به رنگ سبز خالدار است که از بازارپسندی کمتری برخوردار است و در مقایسه با موزهای درشت وارداتی خریداران کمتری دارد. در این منطقه کاشت ارقام پا کوتاه موز برای جلوگیری از پیشروی شن و خسارات ناشی از باد وسیله‌ای مؤثر است. در سالهای اخیر با اوج گرفتن تب واردات انواع موزهای خارجی، وضعیت تولید به گونه‌ای تغییر شکل یافت که کشاورزان تصمیم به قطع تدریجی درختان خود گرفتند. در سال ۱۳۷۱ کشاورزان سیستانی از این امر گلایه داشتند که ماهانه حدود ۴۰۰ تن موز منطقه با بهای کیلویی ۲۰۰ ریال بلافروش می‌ماند و آنان از این بابت متضرر شده‌اند.

از سال ۱۳۶۹ با پیوند خوردن واردات موز درازای ارائه گواهی صدور سیب درختی، شاهد رشد قابل توجه واردات موز به کشور هستیم، به گونه‌ای که بر سر هرکوی و برزنی پنجه‌های بهم فشرده موز وارداتی

تفاوت فاحش قیمت صادراتی کشورهای صادرکننده موز و قیمت خرده‌فروشی در مناطق عمده مصرف، گویای سود سرشار شرکت‌های چندملیتی توزیع‌کننده موز است.

خودنمایی می‌کند و امروزه در ظروف میوه بسیاری از خانوارهای ایرانی جای خود را باز کرده است. با افزایش قیمت میوه‌های داخلی و بویژه سیب، خرید موز توسط خانوارها توجیه‌پذیر بنظر می‌رسد. طبق قانون اجازه ورود موز درقبال صادرات سیب، یک صادرکننده سیب به ترکیه اجازه واردات ۶۵۰ گرم موز به ازای یک کیلو سیب را دریافت می‌کند. این میزان در مورد صادرات سیب به جمهوریهای آسیای میانه یک کیلو موز درقبال یک کیلو سیب و به روسیه ۱/۵ کیلو موز در مقابل یک کیلو سیب می‌باشد. در اولین سال اجرای این سیاست (۱۳۶۹) در مقابل صدور ۶۴ هزار تن سیب، حدود ۸/۹ هزار تن موز، به ارزش ۳۹۳ میلیون ریال به کشور وارد شد. این میزان در سال ۱۳۷۰ با رشد بی‌سابقه صادرات سیب، یعنی حدود ۲۰۱ هزار تن به حدود ۷۵ هزار تن موز رسید. در سال ۱۳۷۱ با اعلام ممنوعیت ورود سیب ایران به بازارهای پاکستان و ترکیه، صادرات نگاهی به بازار جهانی موز ۶۷

جدول (۷) - واردات موز ایران طی سالهای ۱۳۶۹-۷۱

مقدار: تن

ارزش: میلیون ریال

۱۳۷۱		۱۳۷۰		۱۳۶۹		کشور / سال
ارزش	مقدار	ارزش	مقدار	ارزش	مقدار	
۵۹۳۳	۱۱۷۱۹۷	۳۴۵۳	۷۳۰۷۷	۳۹۳	۸۹۱۲	کل
۱۱۰۳	۲۲۱۰۲	-	-	-	-	از: اکوادور
۳۳۵۱	۶۵۸۰۴	۲۵۲۷	۵۳۷۹۴	۱۲۳	۲۸۴۱	فیلیپین
۸۷۴	۱۷۵۲۷	-	-	-	-	هندوراس
۱۵۵	۱۳۲۴	۷۰۵	۱۴۵۳۶	۲۵۹	۵۸۶۹	دوبی
۱۵۴	۳۰۰۹	-	-	-	-	کلمبیا
۶۴	۱۰۹	۲۰۴	۴۳۷۶	۹	۲۰۱	سایر امارات متحده عربی
۴/۵	۸۱	۱۷	۳۶۷	-	-	ترکیه

مأخذ: گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی کشور ۱۳۷۱ و سالهای ۱۳۶۹-۷۰ (تهران: گمرک

جمهوری اسلامی ایران، بی تا).

است^۱ البته باتوجه به جدول (۵) در سال ۱۹۹۳ (تا دی ماه ۱۳۷۲) واردات موز تنها به بندرعباس حدود ۱۲۲/۴ هزار تن برآورد می گردد.

با وضع قانون اعطای مجوز واردات موز درمقابل سیب بنظر می رسید معضل عرضه مازاد بر نیاز داخلی سیب حل شده باشد. اما درحال حاضر (۱۳۶۹-۷۱) باتوجه به اینکه مالیات ورود موز به گردن صادرکننده سیب افتاده و رونق بازار موز در داخل و افزایش مصرف داخلی آن سبب شده که مازاد

سیب کشور به سطح ۱۲۴ هزار تن تنزل یافت ولی درمقابل آن شاهد افزایش واردات بی رویه موز به کشور هستیم. واردات موز در این سال به رقم ۱۱۷ هزار تن و به ارزش ۵/۹ میلیارد ریال رسید. دلیل ناهمگونی ارتباط بین میزان صدور سیب و واردات موز می تواند ناشی از تخطی از ضوابط مقرر در اعطای مجوز واردات موز برحسب مبدأ صدور سیب باشد. در هشت ماهه اول سال ۱۳۷۲ واردات موز کشور، حدود ۶۳/۳ هزار تن گزارش شده

(۱) اطلاعات اخذ شده از دست اندرکاران

عرضه سیب شکل دیگری پیدا کند، اکنون بنابه گفته صادرکنندگان سیب معضلات تولید سیب بیشتر شده و بسیاری از باغداران با افزایش تولید سیب برای واردات بیشتر موز شروع به عرضه سیب با کیفیت نازلتر کرده‌اند و معلوم نیست با ادامه این وضعیت برای بازارهای سیب ایران در آینده چه وضعی پیش بیاید. پائین آمدن مصرف سیب در داخل کشور و اوج‌گیری دلال‌بازی موز و اصرار برخی از صادرکنندگان و نهادها بر سرگرفتن مجوز برای سهمیه‌های وارداتی مازاد بر حدود تعیین شده، ناهماهنگی بسیاری را در امر صادرات میوه کشور پدید آورده است. در سال ۱۳۷۱ درحالی‌که درآمد ناشی از صدور سیب حدود ۱۰ میلیون دلار برآورد می‌گردید، واردات موز حدود ۶۲۴ هزار دلار هزینه دربرداشته است. مهمترین فروشندگان موز به ایران یعنی شرکتهای چیکیتا، Dole و سومیتومو عمدتاً موز فیلیپین و اخیراً موز

مناطق آمریکای مرکزی و لاتین نظیر: موز اکوادور، هندوراس، کلمبیا را به بازارهای داخلی عرضه می‌کنند. ترکیه و امارات متحده عربی (بویژه دوبی) به عنوان مراکز صدور مجدد موز عمل می‌کنند. در سال ۱۳۷۱ از کل ۱۱۷ هزار تن موز وارداتی به کشور بیش از ۵۶/۲ درصد آن از فیلیپین، ۱۸/۸ درصد از اکوادور و ۱۵ درصد از هندوراس خریداری شد.

شرکتهای چندملیتی توزیع‌کننده موز با استفاده از امکانات شرکتهای داخلی صادرکننده سیب در سطح شهرها و خرده‌فروشیها دست به تبلیغات گسترده‌ای زده‌اند. تاچندی پیش پوسترهای تبلیغاتی شرکت سیب سرخ که موز "Dole" را تبلیغ می‌کرد در سطح معابر عمومی شهر تهران خودنمایی می‌کرد.

منابع و مأخذ

۱. حسن شیبانی، باغبانی جلد پنجم. تهران: نشر سپهر، ۱۳۶۵.
۲. گمرک جمهوری اسلامی ایران، سالنامه آمار بازرگانی خارجی کشور ۱۳۷۱ و سالهای ۱۳۶۹-۷۰ (تهران: گمرک جمهوری اسلامی ایران، بی تا).

1. *Agra Europe*, Feb., 18,1994.
2. Agro Press,*International Fruit World 1-1993*. Switzerland: Agro Press, 1993.
3. Agro Press, *International Fruit World 2-1993*.Switzerland: Agro Press,1993.
4. FAO, *Commodity Review and Outlook 1992-93*.
5. FAO, *FAO Trade Yearbook 1989-92*,Vol. 42-46. Rome, FAO Pub., 1989-92.
6. FAO, *FAO Trade Yearbook*,Vol(s) 42-46. Rome ^ FAO Pub.,1988-92.
7. *Food News*.Jan.1,1992.
8. *Food News, Juices/Fruits'92*.
9. GATT,*Trade Policy Review Mechanism,"European Communities"*,Geneva: GA'IT Pub., Apr. 1993.
10. *International Fruit World 1-1994*.
11. *International Fruit World*, 2-1993,.
12. I.Alan Winters, *International Economic*. London: Routledge Pub., 1992.
13. *Latin American Economy & Business*, Aug. 1991.
14. *Latin American Economy & Business*,Feb., 1992.
15. *Latin American Economy & Business*,Nov. 1992.
16. *Latin American Economy & Business*, Oct. 1993.
17. *Latin American Economy & Business*,Apr. 1993.
18. *Latin American Economy & Business*,Mar. 1993.
19. *Latin American Economy & Business*. May 1993.
20. *Latin American Economy & Business* , Jun.1993.
21. *Latin American Economy & Business*, June 1992.
22. *Trade Scope* (Jan.192),PP.20-21.
23. UN,*Monthly Commodity Price Bulletin*,No.10, Oct.,1993
24. UNCTAD,*UNCTAD Commodity Yearbook 1993*. New York, UN Pub., 1993.