

# سبزیجات خشک

## بازاری که به آینده نظر دارد

مؤلف: رادی کورتیچ اولسن  
مترجم: حبیبه فتحی

نزدیک به توانایی تولیدکنندگان در عرضه محصولات با کیفیت بالا جهت رعایت استانداردهای سختگیرانه تر مورد درخواست واردکنندگان آن خواهد داشت.

### اقلام تحت پوشش:

در این بررسی، سبزیجاتی که خشک شده‌اند (باستثناء سبزیجات غلافدار خشک) به شکل درسته، خردشده، ورقه شده، کوبیده یا پودر شده، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این بررسی عمدتاً سبزیجاتی که از طریق فرآیند خشک کردن مصنوعی (خشک کردن از طریق هوای داغ یا خشک شدن از طریق انجماد) به جای روشهای خشک کردن در آفتاب یا مزرعه به دست

طبق آخرین "بررسی بازار" انجام شده توسط مرکز تجارت بین‌الملل (ITC) تجارت جهانی سبزیجات خشک<sup>۱</sup> در خلال سالهای ۱۹۸۸-۹۲ از ۸۰۱ میلیون دلار به ۱/۰۵۷ میلیارد دلار افزایش یافته است. گرچه به نظر نمی‌رسد بازار این محصولات در آینده نزدیک به رشد قابل توجهی دست یابد، اما در درازمدت تقاضا افزایش یافته و مصارف نهایی جدیدی پیدا شده و بازارهای جدیدتری گشوده خواهند شد. کشورها و مناطق در حال توسعه که بیش از نیمی از کل ارزش صادراتی این اقلام را در اختیار دارند اگر نتوانند سهم خود را تدریجاً افزایش دهند حداقل باید بتوانند در بازار باقی بمانند. قابلیت رقابت صادراتی در این محصولات، بستگی

1. dried and dehydrated

آمده‌اند را، مدنظر قرار داده است. این فهرست، انواع متنوعی از سبزیجات را که اکثر آنها به صورت تازه نیز در بازارهای عمده به مصرف می‌رسند (نظیر: انواع گوجه‌فرنگی، پیاز و قارچ) دربرمی‌گیرد.

### بازارهای عمده:

در سال ۱۹۹۲ کشورهای صنعتی بالغ بر ۷۱ درصد از کل واردات جهانی سبزیجات خشک را در اختیار داشته‌اند، در حالی که سهم کشورها و مناطق در حال توسعه، تنها ۲۹ درصد بوده است. کشورهای اروپای شرقی و شوروی سابق در مجموع کمتر از یک درصد از کل واردات جهانی را در اختیار داشته‌اند.

در سال ۱۹۹۲ ارزش تجارت جهانی سبزیجات خشک بالغ بر ۱/۰۵۷ میلیارد دلار بوده است.

در سال ۱۹۹۲ ژاپن بزرگترین بازار این اقلام بود. پس از آن هنگ‌کنگ و آلمان عمده‌ترین بازارها بودند. این سه کشور مجموعاً ۴۶ درصد از واردات جهانی را در اختیار داشته‌اند. ایالات متحده آمریکا، سنگاپور، ایتالیا، انگلستان، کانادا، سوئیس و هلند در ردیف‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در جدول (۱) آمار واردات بیست کشور عمده واردکننده آورده شده است.

در سال ۱۹۹۲ ژاپن بالغ بر ۲۰۸/۴ میلیون دلار صرف واردات این اقلام نموده است. برحسب ارزش، مهمترین اقلام وارداتی جوانه خشک بامبو، انواع قارچ و پیازها بوده‌اند.

واردات هنگ‌کنگ در سال ۱۹۹۲ بالغ بر ۱۷۱/۲ میلیون دلار گردیده که عمده‌ترین واردات آن، انواع متنوع قارچهای خشک شده بوده است.

موفقیت در صادرات سبزیجات خشک به توانایی عرضه محصولی با کیفیت بالا و رعایت استانداردهای سخت‌گیرانه مورد درخواست واردکنندگان، بستگی دارد.

بیش از نیمی از واردات، از حیث ارزش، مجدداً صادر می‌شوند که این امر در مطالعه اخیر بازارهای آلمان، ایالات متحده آمریکا، انگلستان و هلند مورد بررسی قرار گرفته است. در سال ۱۹۹۲ ارزش واردات سبزیجات خشک این بازارها مجموعاً بالغ بر ۲۳۸/۶ میلیون دلار (حدود ۲۷ درصد از کل تجارت جهانی) در مقایسه با ۲۰۴ میلیون دلار (بیش از ۲۵ درصد از کل) در سال ۱۹۸۸ بوده است. در سال ۱۹۹۲ ارزش واردات هریک از این کشورها به ترتیب: آلمان ۱۰۷/۸ میلیون دلار، ایالات متحده ۹۶/۰۱ میلیون دلار، انگلستان ۴۶/۶ میلیون دلار و هلند ۳۳/۲ میلیون دلار بوده است.

## اقلام عمده واردات:

چهار کشوری که تحت پوشش این بررسی بازار قرار گرفته‌اند، تمام انواع سبزیجات خشک شده و نباتات جالیزی<sup>۱</sup> را وارد می‌کنند. مهمترین اقلام وارداتی عبارت‌اند از: پیاز خشک شده که عمده‌ترین کالای وارداتی از حیث مقدار و ارزش در چهار بازار مذکور است (بجز ایالات متحده). آلمان و انگلستان بزرگترین بازارهای این کالا هستند. مهمترین عرضه‌کنندگان را ایالات متحده آمریکا، مصر، هند، مجارستان، مکزیک و چین تشکیل می‌دهند.

گوجه‌فرنگی خشک شده عمده‌ترین قلم وارداتی از لحاظ مقدار و ارزش به ایالات متحده است که در سایر بازارها نیز از مهمترین اقلام وارداتی سبزیجات خشک به‌شمار می‌آید. مهمترین عرضه‌کنندگان به ایالات متحده عبارت‌اند از: اسپانیا، مراکش، سوئیس و پرتغال، درحالی‌که خریدهای اروپا بیشتر از ایتالیا، اسپانیا و فرانسه صورت می‌گیرد.

قارچهای خوراکی و دنبلان کوهی خشک شده، دومین و یا سومین قلم وارداتی (از حیث ارزش) در بازارهای تحت پوشش هستند. مهمترین عرضه‌کنندگان آن در بین

کشورها و مناطق درحال توسعه عبارت‌اند از: چین، تایوان، شیلی و کره جنوبی.

آمار واردات سیرخشک، تنها در ایالات متحده به‌طور مجزا آورده می‌شود، اگرچه این محصول در بازارهای اروپایی نیز یک قلم وارداتی عمده محسوب می‌گردد. چین، مصر، هند و مکزیک، مهمترین عرضه‌کنندگان آن در بین کشورهای درحال توسعه‌اند. ایالات متحده، بزرگترین صادرکننده آن به اروپاست.

هویج خشک شده، در کلیه بازارهای مذکور مورد تقاضاست و آلمان تاکنون مهمترین واردکننده بوده است. عرضه‌کنندگان آن نیز عمدتاً کشورهای اروپایی‌اند که لهستان بزرگترین آنهاست.

زیتون خشک (عمدتاً از مراکش و اسپانیا) و سبزیجات معطر (پودر نشده) تنها در آمار واردات ایالت متحده آمریکا به‌صورت مجزا آورده شده که آنها را از مصر، فلسطین اشغالی، فرانسه و هند وارد می‌کند. سیب زمینی خشک و ذرت شیرین خشک در آمار واردات کلیه کشورهای مذکور ثبت شده، اگرچه میزان آن قابل توجه نیست. سایر سبزیجات و نباتات جالیزی، بالغ بر ۲۵ تا ۳۸ درصد از کل ارزش واردات سبزیجات خشک در هر یک از چهار کشور مذکور را دربر می‌گیرند.

۱. Culinary Herb شامل: نعناع، جعفری، شوید، گشنیز، تره و ترخون و ... می‌گردد.

اقلامی که در چنین سرفصلی قرار می‌گیرند، شامل: تره‌فرنگی، کرفس، فلفل، کلم، لوبیاسبز، مارچوبه، کلم بروکلی، جعفری، پیازچه و ترب می‌باشند.

### عرضه جهانی:

کشورها و مناطق در حال توسعه، سهم خود را در صادرات جهانی سبزیجات خشک از ۵۲ درصد در سال ۱۹۸۸ به ۶۱ درصد در سال ۱۹۹۲ افزایش داده‌اند. در مدت مشابه، سهم کشورهای پیشرفته، از ۴۴ به ۳۵ درصد تنزل یافته است. باقیمانده را کشورهای اروپای شرقی عرضه می‌کنند. چین بزرگترین صادرکننده سبزیجات خشک شده است که در سال ۱۹۹۲ بالغ بر ۳۶ درصد از صادرات جهانی آن را به ارزش ۳۸۳ میلیون دلار در اختیار داشته است. در خلال سالهای ۱۹۸۸-۹۲ افزایش در میزان صادرات قارچ خشک شده چین، مهمترین عامل رشد در صادرات جهانی سبزیجات خشک بوده است. در سال ۱۹۹۲، ۲۳ صادرات چین به کشورهای ژاپن و هنگ‌کنگ سرازیر شده است.

در سال ۱۹۹۲ دومین صادرکننده عمده، ایالات متحده امریکا بوده که بالغ بر ۱۰۴ میلیون دلار (۱۰ درصد از کل) صادرات داشته است. صادرات امریکا شامل: پیاز، ذرت شیرین، سیر، قارچ و سیب زمینی

خشک، بوده است. کشورهای کانادا، اروپای غربی، استرالیا و ژاپن عمده‌ترین بازارهای این کشور را تشکیل می‌دهند.

تایوان سومین عرضه‌کننده عمده جهانی است، گرچه صادرات آن در سال ۱۹۹۲ تنزل یافته و به ۵۸ میلیون دلار رسیده است. جوانه بامبو و انواع قارچها، مهمترین اقلام صادراتی بوده‌اند. ژاپن بزرگترین خریدار است که ۲/۴ از کل صادرات تایوان را جذب می‌کند.

پیازخشک، گوجه‌فرنگی خشک، انواع قارچ خشک و سیرخشک، مهمترین سبزیجات خشک در عرصه بازار جهانی این اقلام هستند.

پس از اینها باید به آلمان با ۵/۵۰ میلیون دلار و فرانسه با ۴۴/۵ میلیون دلار صادرات در سال ۱۹۹۲ اشاره کرد. فرانسه عرضه‌کننده پیازخشک و انواع قارچ، ذرت شیرین و هویج، گوجه‌فرنگی، سیب‌زمینی و سایر انواع سبزیجات و نباتات جالیزی خشک می‌باشد. صادرات آنها عمدتاً روانه سایر کشورهای اروپایی می‌گردد.

ژاپن به‌طور سنتی، در بین پنج صادرکننده عمده این اقلام قرار داشته، اما در طی این سالها صادراتش به‌شدت تنزل یافته و کل صادرات آن در سال ۱۹۹۲ تنها ۴۱ میلیون دلار بوده است.

تعداد کشورها و مناطق صادرکننده این

اقلام، زیاد است و شامل کشورها و مناطق در حال توسعه‌ای نظیر: کره جنوبی، مصر، شیلی، هند، مراکش، مکزیک و هنگ کنگ می‌شود (جدول ۲).

## بخشهای بازار:

مشکل است، بتوان تمایز واضحی بین بخشهای مختلف بازار سبزیجات خشک، قائل شد؛ زیرا این اقلام، طیف وسیعی از مصارف نهایی متفاوت در صنایع غذایی را دربر می‌گیرند. اهمیت این بخشهای مختلف برحسب نوع سبزی و بازار آن متغیر است. بخشهای زیر در بازارهای عمده مذکور موردبررسی قرار گرفته‌اند.

## صنعت تولید سوپ:

صنایع تولید سوپ، مهمترین مصرف‌کنندگان نهایی سبزیجات خشک در چهار بازار موردبررسی‌اند. محصولات نهایی، عمدتاً "سوپهای پاکتی (خشک شده)" شامل مواد سوپهای فوری، سوپ کنسرو شده و تاحدی سوپهای منجمد شده است. بخش عمده مصرف سوپ به صورت پاکتی است که در این بین سوپهای فوری بیشترین فروش را دارند. صنعت سوپ از انواع مختلف سبزیجات

خشک (آب گرفته)، بویژه سیب‌زمینی، تره‌فرنگی، هویج، نخودفرنگی، انواع قارچ، مارچوبه، گل کلم، سیر، جعفری، کلم و فلفل استفاده می‌کند. کلم بروکلی در سالهای اخیر از محبوبترین اقلام مصرفی بوده است. اکثر این سبزیجات با استفاده از روش هوای داغ، خشک شده‌اند، گرچه خشک کردن از طریق انجماد و قبلا" پخته شده و برشته شده نیز در تولید سبزیجات آماده مصرف، به کار می‌رود. سبزیجات به کار رفته در سوپهای فوری، نیازمند طی سریع فرآیند خشک شدن می‌باشند.

## سایر صنایع تبدیلی غذایی:

تمایز بین صنعت سوپ و سایر صنایع غذایی، به‌عنوان بازارهای فروش سبزیجات خشک، همیشه روشن نیست، چرا که صنعت سوپ، گاه تولیدکننده محصولات متنوعی است که حاوی سبزیجات و نباتات جالیزی شامل: سوسهای غذا، غذای آماده و سوسهای مخصوص سالاد می‌باشند. سبزیجات خشک، اغلب به صورت ماده افزودنی مخلوط با برنج، سوسهای مختلف، غذاهای فوری نشاسته‌ای (لازانیا، ماکارونی) و سوس مخصوص این غذاها (غذاهایی که با ماکروبو پخته می‌شوند) و سایر غذاهای آماده به کار می‌روند.

برخی از سبزیجات خشک، بویژه پیاز و سیر، به عنوان چاشنی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند و اکثر تولیدکنندگان مواد غذایی آنها را به غذاهای آماده خود می‌افزایند. برخی از صنایع غذایی، سبزیجات خشک را در اقلام پردازش شده خود نظیر: فرآورده‌های پردازش شده گوشت و ماهی، غذاهای آماده، انواع نان، محصولات لبنی و غذای بچه به نحوی مورد استفاده قرار می‌دهند. اغلب انواع سبزیجات و نباتات جالیزی خشک توسط این صنایع مورد تقاضا قرار می‌گیرند. صنایع غذای حیوانات خانگی نیز از خریداران سبزیجات خشک، (بویژه هویج، سیر و پیاز) هستند.

کاهش ضایعات، صرفه‌جویی در نیروی کار و فضای انبار، زمان نگهداری بیشتر، ایجاد تنوع در غذای رستورانها و سهولت قابلیت مصرف، جملگی از مزایای مصرف سبزیجات خشک نسبت به سبزیجات تازه‌اند.

صنایع تولید، ادویه و چاشنی، سبزیجات و نباتات جالیزی خشک را در مخلوطهای چاشنی، طعم‌دهنده‌ها و سوسهای سالاد استفاده می‌کنند. نباتات جالیزی (عمدتاً) خشک شده از طریق هوا و یا انجماد همچون گروه ادویه تکمیلی، به عنوان اقلام جداگانه آورده شده‌اند.



جدول (۱) - ارزش واردات جهانی سبزیجات خشک در بازارهای عمده واردکننده  
 واحد: میلیون دلار

کشور یا منطقه واردکننده	۱۹۸۸ ارزش	۱۹۹۰ ارزش	۱۹۹۲ ارزش	سهم در کل (درصد)
ژاپن	۱۵۸/۲	۱۵۱	۲۰۸/۴	۱۹/۷
هنگ کنگ	۱۲۸/۶	۱۶۳	۱۷۱	۱۶/۲
آلمان	۶۸	۹۰	۱۰۷/۸	۱۰/۲
ایالات متحده	۷۰/۸	۱۰۶/۴	۹۶	۹/۱
سنگاپور	۵۲/۵	۵۵/۸	۵۸	۵/۵
ایتالیا	۵۰	۵۰/۶	۴۸/۶	۴/۶
فرانسه	۳۸	۴۳	۴۶/۶	۴/۴
انگلستان	۴۰/۴	۴۸	۴۶/۵	۴/۴
کانادا	۲۷/۶	۳۳/۵	۳۷	۳/۵
سوئیس	۴۰	۳۲/۷	۳۴/۷	۳/۳
هلند	۲۴/۴	۳۱/۵	۳۳	۳/۱
کره جنوبی	۳/۷	۲۲/۷	۲۹	۲/۸
استرالیا	۱۱	۱۵/۷	۱۴	۱/۳
اتریش	۷	۱۰/۷	۱۳/۷	۱/۳
اسپانیا	۵/۸	۹/۲	۱۱/۲	۱/۱
مالزی	۷/۸	۹/۷	۱۰/۳	۱
بلژیک - لوکزامبورگ	۷/۲	۹	۹/۴	-/۹
نروژ	۵/۷	۶/۹	۸/۵	-/۸
سوئد	۶/۴	۷/۱	۷/۰	-/۷
رژیم اشغالگر قدس	۴/۳	۵/۷	۵/۷	-/۵

در کلیه بازارهای تحت بررسی، مؤسسات تهیه غذا به‌عنوان مهمترین بازار برای سبزیجات خشک محسوب می‌شوند و ممکن است بیش از  $\frac{1}{3}$  این اقلام را به مصرف برسانند. سبزیجات خشک در سالنهای غذاخوری، کافه تریاها و سایر تأسیسات تهیه غذا به‌عنوان ماده خام جایگزین سبزیجات تازه در غذاها به کار می‌روند. علاوه بر مزیت‌های افزایش تنوع در فهرست غذای رستورانها و کاهش ضایعات، صرفه‌جویی در نیروی کار و فضای انباری، سبزیجات خشک به‌سهولت قابل مصرف‌اند و عمر مصرف بالاتری نسبت به سبزیجات تازه دارند.

### تجارت خرده‌فروشی

بجز فرآورده‌های فوری سیب‌زمینی، قارچها و نباتات جالیزی، تنها مقادیر اندکی از سبزیجات خشک در سطح خرده‌فروشی عرضه می‌شوند. علاوه بر آن بخش خرده‌فروشی، مقادیر متنوعی از فرآورده‌های غذایی آماده را که حاوی سبزیجات خشک‌اند عرضه می‌کند.

هیچ استاندارد بین‌المللی یا ملی در رابطه با این اقلام وجود ندارد. اما مصارف نهایی، برای خودشان و ویژگی‌هایی را طلب می‌کنند که عرضه‌کنندگان این مواد، باید از آن تبعیت کنند. این ویژگیها با عواملی چون: روش خردکردن، درجه‌بندی، رنگ، محتوای رطوبت، میزان باکتری، مواد خارجی و نوع بسته‌بندی مرتبط است.

عدم انطباق با خواسته‌های واردکنندگان این کالاها از جمله عواملی است که باعث می‌شود، یک کالا رد شود یا با قیمت‌های بسیار پائین، برای مراحل بعدی پردازش پذیرفته شود.

در سالهای اخیر، ویژگی‌های مورد درخواست تولیدات صنایع غذایی به‌جای اینکه با مقررات و قوانین غذایی همخوانی پیدا کنند به‌طور فزاینده سخت‌تر گشته‌اند. در نتیجه، تولیدکنندگان سبزیجات خشک باید سعی کنند برای ابقاء در بازار به‌طور مداوم، کیفیت تولیدات خود را بهبود بخشند.

### کانالهای توزیع:

گرچه ممکن است کانالهای توزیع این اقلام، براساس بازار، نوع تولید و مصرف



بخش اعظم خریدهای خود را از طریق واسطه‌های مورد اشاره در بالا تامین می‌کنند.

رشد بازار سبزیجات خشک، به وضعیت کلی اقتصاد جهانی، نوآوری در توسعه صنایع غذایی و ظهور بازارهای جدید برای فرآورده‌های غذایی، حاوی سبزی خشک مرتبط خواهد بود.

سالنهای غذاخوری، کافه تریاها، رستورانها و سایر مؤسسات غذایی که سهم عمده‌ای را در کل فروش سبزیجات خشک دارند، معمولاً خریدهای خود را از شرکتهای خدماتی تخصصی غذای آماده، انجام می‌دهند. این شرکتها به نوبه خود بخش اعظم عرضه وارداتی خود را از طریق نمایندگان، دلالان و یا واردکنندگان، تأمین می‌کنند. این شرکتها ندرتاً مواد اولیه مورد نیاز خود را به طور مستقیم وارد می‌کنند.

همان طور که قبلاً اشاره شد، تنها بخش کوچکی از سبزیجات خشک، به صورت خرده فروشی عرضه می‌گردند.

بخش خرده فروشی نیز فرآورده‌های غذایی حاوی سبزیجات خشک را مستقیماً از تولیدکنندگان آنها و یا دلالان، خریداری می‌کند.

نهایی متعدد باشند، ولی در کلیه بازارهای تحت بررسی، چند ویژگی کلی صدق می‌کند. بخش اعظم واردات سبزیجات خشک توسط واسطه‌ها از طریق بنگاهها یا دلالان (که با دریافت حق‌العمل کار می‌کنند) یا واردکنندگان (که به حساب خودشان وارد می‌کنند) صورت می‌گیرد. برخی از این شرکتها تنها در تجارت سبزیجات خشک تخصص دارند و همچنین در تجارت سایر محصولات مشابه مانند میوه‌جات خشک و ادویه نیز فعال‌اند. یک واسطه، اغلب عامل انحصاری یا نماینده یک یا چند عرضه کننده خارجی می‌باشد.

برخی از شرکتهای تخصصی دست‌اندرکار این محصولات، فعالیتهای متنوعی شامل: تولید، واردات، پردازش مجدد، عمده‌فروشی و توزیع این محصولات را انجام می‌دهند و در برخی موارد نیز آنها را صادر می‌کنند. این شرکتها برحسب درخواستهای مشتریان خود به پردازش مجدد اقلام وارداتی اقدام می‌نمایند.

مصرف‌کنندگان نهایی (بوئژه صنایع تبدیلی غذایی) بخشی از احتیاجات خود را از تولیدکنندگان داخلی و بخشی دیگر را از عرضه کنندگان خارجی تهیه می‌کنند. این صنایع گرچه ممکن است مقادیری از نیازهای خود را مستقیماً وارد کنند، اما

جدول (۲) - عرضه کنندگان عمده سبزیجات خشک در سال ۱۹۹۲

کشورها یا مناطق صادرکننده	ارزش (هزار دلار)	کشورها یا مناطق صادرکننده	ارزش (هزار دلار)
چین	۳۸۲۹۹۰	سوئیس	۱۱۶۰۲
ایالات متحده آمریکا	۱۰۳۷۴۸	مکزیک	۱۰۷۰۳
تایوان	۵۸۴۶۹	هنگ کنگ	۱۰۴۱۱
آلمان	۵۰۴۶۱	پاکستان	۸۴۱۶
فرانسه	۴۴۴۶۲	ترکیه	۸۳۹۷
ژاپن	۴۱۳۷۹	بلغارستان	۷۹۴۱
اسپانیا	۲۶۲۱۰	بلژیک-لوکزامبورگ	۷۴۱۴
هلند	۲۶۱۴۴	فلسطین اشغالی	۷۱۴۸
کره جنوبی	۲۳۱۵۱	لهستان	۶۳۶۰
ایتالیا	۱۸۸۶۷	پرتغال	۵۸۱۷
مجارستان	۱۷۵۹۹	پرو	۵۵۳۱۴
مصر	۱۶۱۳۰	تایلند	۴۷۰۲
شیلی	۱۴۹۳۵	دانمارک	۴۳۶۳
هند	۱۴۸۳۴	آرژانتین	۴۱۹۲
مراکش	۱۲۸۵۰	رومانی	۳۹۱۳

مأخذ: UNSO/ITC Comtrade Database System Based on Import Figures of Major Markets

دورنما

اروپای شرقی که اکثر مواد غذایی به صورت آماده عرضه می‌شوند پایین می‌باشند.

انتظار می‌رود که واردات سبزیجات خشک برای ارضای نیازهای صنایع غذایی داخلی یا واردات فرآورده‌های محتوی سبزیجات خشک در برخی از کشورهای در حال توسعه - در آسیا و آمریکای لاتین که به بازارهای جذابی برای فرآورده‌های غذایی پردازش شده تبدیل شده‌اند - افزایش یابند.

دورنما برای هریک از انواع سبزیجات و نباتات جالیزی خشک از یک بازار به

گرچه در حال حاضر بازار سبزیجات خشک تحرکی ندارد، اما در بلندمدت، تقاضا افزایش خواهد یافت.

رشد بازار به وضعیت عمومی اقتصاد جهانی، درجه ابداعات در توسعه صنایع غذایی، ظهور بازارهای جدید برای این اقلام و فرآورده‌های غذایی حاوی سبزیجات خشک شده بستگی خواهد داشت؛ به‌عنوان مثال، در مناطق جنوبی اروپا مصرف سوپها، در مقایسه با

بازار دیگر به طور آشکاری متفاوت است. اما به طور کلی اقلامی نظیر انواع: پیاز، قارچ، گوجه فرنگی، تره فرنگی، لوییا، فلفل و هویج احتمالا" کماکان مهمترین کالاهاى تجارى باقى خواهند ماند. سایر انواع سبزیجات خشک نظیر: کلم، کرفس، مارچوبه، گل کم، کلم بروکلی، اسفناج، ترب و سایر نباتات جالیزی قادرند بازارهای کوچکتر ولی جالبتری را بیابند.

ازجانب عرضه، اخیراً اکثر اشکال سبزیجات خشک با مازاد عرضه روبه رو شده اند، گرچه ممکن است کمبودهای اتفاقی در برخی از انواع سبزیجات، به لحاظ کاهش تولید رخ بدهد. در سالهای اخیر، رقابت، تشدید شده و احتمالا" با شدت، تداوم خواهد یافت. انتظار می رود در آینده نزدیک، تولیدکنندگان اروپای شرقی در برخی از این اقلام شدیداً به رقابت برخیزند. کشورها و مناطق در حال توسعه کماکان نقش مهمی در صحنه تجاری ایفا خواهند کرد.

برای موفقیت، صادرکنندگان در

کشورهای در حال توسعه باید یک استراتژی بازاریابی صادراتی مناسب را طراحی کنند، محدوده کالاها و بازارهای هدف خود را دقیقاً مشخص کنند، برای تولید کالاهاى با کیفیت بالا مراکزى ایجاد کنند و کانالهای توزیع کارآ را برگزینند.

صادرکنندگان باید درارتقاء بخشیدن به تولید خود و کیفیت محصولاتشان مداومت به خرج دهند و باید دربرخورد باسفارشات دریافتی صادراتی، قابل اطمینان و کارآ عمل کنند.

باتوجه به اینکه بازارجهانی سبزیجات خشک احتمالا" شدیداً رقابتی باقى خواهد ماند، بنابراین هرگونه تصمیمات مربوط به سرمایه گذاری در شروع به تولید یا توسعه ظرفیتهای موجود تولید برای صادرات، باید براساس ارزیابی دقیق کلیه عوامل مربوطه صورت پذیرد. درمیان مهمترین عوامل، زیرساختها در کشور تولیدکننده، عرضه مواد خام، هزینه های تولید و بویژه پیش بینیهای به روز، درمورد بازار این محصولات باید مدنظر قرار گیرند.

به نقل از:

Rudy Kortbech - olesen "Dehydrated Vegetables: a Market to Watch in the Future"  
International Trade FORUM. 1994.