

# بررسی اثر سیاست‌های اقتصادی بر تنظیم بازار سیب درختی در ایران

داود چراغی

عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

حمایت شده برای ایجاد و باسازی باغات سیب کشور، «توزیع وسیع محصولات سیب ذخیره شده از محل تولیدات داخلی و وارداتی به قیمت مصوب در مناطق مختلف کشور در ایام آخر سال»، «حمایت از سرمایه‌گذاری در ایجاد واحدهای فرآوری سیب درختی با پرداخت تسهیلات ارزی و ریالی»، «پرداخت جایزه صادراتی به صادرکنندگان میوه تازه سیب درختی و فرآورده‌های آن» و... اعمال شده است.

بررسی اثر سیاست‌های تنظیم بازار دولت در زمینه سیب درختی و فرآورده‌های آن بر تولید، تجارت و مصرف این کالاها در ایران نشان داد که این سیاست‌ها اثر زیادی بر افزایش تولید به ویژه در تولید محصول باغ‌های سیب کشور داشته و تولید و مصرف این میوه اساسی و مهم که باتوجه به شناخت ارزش‌های غذایی روز به روز بیشتر مورد اقبال قرار گرفته، عمدتاً از محل تولیدات داخلی تامین شده است. همچنین مصرف این محصول در سال‌های اخیر افزایش یافته و این افزایش همراه با افزایش تولید سیب درختی در کشور بوده است. در این بین اگرچه سیاست‌های دولت برای افزایش تولید و به تبع آن مصرف سیب درختی در کشور افزایش زیادی داشته و سیاست‌های اتخاذی

## چکیده

سیب درختی از جمله کالاهای اساسی، تولیدی بخش‌های کشاورزی و نهاده مورد فرآوری بخش صنعت است که در سال‌های اخیر مصرف آن از رشد بالایی برخوردار بوده است. تولید و فرآوری این محصول کشاورزی مهم که در بین میوه‌ها نقش زیادی در سبد مصرفی خانوارها دارد، همچنین سطح زیرکشت باغات سیب کشور بیش از ۱۷۰ هزارهکتار و نزدیک به دومیلیون و هفتصد هزارتن تولید، اهمیت زیادی در اشتغال و درآمد کشاورزان باغدار کشور دارد.

بررسی صورت گرفته نشان داد که در سالیان دهه ۱۳۸۰ دولت همواره دغدغه تامین و توزیع سیب درختی در ایام آخرسال را داشته و بر این اساس در نیمه دوم سال باتوجه به برآورد کارشناسان از تولید و عرضه محصول سیب درختی کشور، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای تنظیم بازار سیب درختی را انجام داده است. عمده سیاست‌های دولت از طریق «تعیین قیمت تضمینی خرید انواع سیب درختی»، «ذخیره‌سازی سیب درختی»، «استفاده از نرخ تعرفه فصلی»، پرداخت تسهیلات با نرخ سود

دولت در افزایش تولید موثر بوده اما متأسفانه این سیاست‌های در بخش بازرگانی به خصوص بازرگانی خارجی و صادرات این محصولات موفق نبوده است. چراکه باوجود جایگاه سوم در تولید سیب درختی در جهان، رتبه ایران در صادرات این محصول در سال ۱۳۸۷ رده بیست و نهم بوده است. ضمن آنکه نظام تهیه، تدارک و عرضه سیب درختی در کشور عمدتاً به صورت سنتی با فعالیت گسترده دلان شامل سلف خران، بنکداران، عمده‌فروشان و خرده‌فروشان با قیمت کم، محصول سیب درختی تولید کشاورزان را خریداری و با قیمت بالایی آن را به مصرف‌کنندگان عرضه می‌دارند. ضمن آنکه بخش اعظم محصول تولیدی به صورت سنتی درجه‌بندی، بسته‌بندی و در نهایت به بازارهای داخلی و جهانی عرضه می‌شود. البته مشکلات مربوط به بازرگانی داخلی (نظام توزیع کالا و خدمات) و بازرگانی خارجی (صادرات و واردات کالاها و خدمات) تنها مربوط به محصول نمی‌باشد و برای بیشتر کالاها و خدمات در کشور به خصوص کالاهای صادراتی، کم و بیش این مشکلات وجود دارد. در هر حال باید توجه داشت که بازرگانی موتور رشد تولید کالاها و خدمات به خصوص محصولات کشاورزی، در کشور است و تا زمانی که این بخش اصلاح نشود، حتی باوجود فعالیت گسترده برای افزایش تولید و رشد بسیار مطلوب تولید سیب درختی در کشور، بهبود نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی در کشور بهبود نخواهد یافت. بررسی نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی و فرآورده‌های آن نیز این موضوع را بخوبی نشان داد که علی‌رغم اتخاذ سیاست‌های مناسب برای افزایش تولید سیب درختی، عدم اتخاذ سیاست‌های مناسب برای اصلاح نظام بازرگانی، موجب عدم موفقیت در عرضه محصول به مصرف‌کننده داخلی و همچنین صادرات محصول به سایر کشورها شده است.

## مقدمه

با عنایت به اهمیت سیب درختی در کشور و نقش مهم آن در الگوی مصرف از یک طرف و تاثیر آن بر تولید و تجارت کشور از طرف دیگر در این تحقیق به صورت اجمالی و مختصر تنظیم بازار

سیب درختی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته. شایان ذکر است در هر کشوری برای تنظیم و برقراری تعادل بین عرضه، تقاضا و کاهش نوسانات قیمتی به ویژه در زمینه محصولات کشاورزی (به دلیل فصلی بودن و تبعیت تولید آنها از شرایط آب و هوایی) اقدام به اجرای سیاست یا سیاست‌هایی می‌نمایند که مجموع این سیاست‌ها در قالب سیاست‌های تنظیم بازار قرار می‌گیرند. تنظیم بازار عبارت از برقراری تعادل بین متغیرهای اصلی بازار (قیمت و مقدار) در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان می‌باشد. به‌طور کلی سیاست‌های تنظیم بازار را به دو دسته سیاست‌های داخلی و مرزی تقسیم‌بندی می‌نمایند. سیاست‌های داخلی تنظیم بازار شامل سیاست‌های قیمتی (تثبیت قیمت، قیمت کف، قیمت سقف و قیمت تضمینی)، سیاست ذخیره احتیاطی، پرداخت جبرانی، صندوق تثبیت قیمت و درآمد است و سیاست‌های مرزی در برگیرنده پرداخت یارانه صادراتی، محدودیت‌های مقداری تجارت و اعمال تعرفه می‌باشند.

اگرچه یکی از وظایف اقتصادی دولت‌ها تنظیم بازار و نظارت بر کارکرد صحیح آن است اما تنظیم بازار گاهی از اهمیت بیشتری برخوردار است، زمانی که کشوری به لحاظ اقتصادی و سیاسی در موقعیتی ویژه‌ای قرار داشته باشد (مانند تحریم اقتصادی ایران). در این شرایط برای عبور از بحران به وجود آمده در عرضه یا تقاضای کالاها لازم است، دولت اقدامات خاصی برای بهبود وضعیت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان به کار گیرد. همان‌گونه که اشاره شد تنظیم بازار، تنها به شرایط خاص مربوط نمی‌شود بلکه همواره برای بهبود وضعیت اقتصادی جامعه در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان و افزایش تولید کالا و خدمات در کشور، اجرای سیاست‌های تنظیم بازار توسط دولت‌ها صورت می‌گیرد. در ایران با وجود گذار از مشکلات اقتصادی ناشی از جنگ تحمیلی، با توجه به اهداف حمایت از مصرف‌کنندگان برای دسترسی آسان آنان به کالاها و خدمات به قیمت مناسب همچنین افزایش تولید کالاها و خدمات در کشور که موجب گسترش اشتغال می‌شود، اعمال سیاست‌های مناسب برای تنظیم بازار کالاها و خدمات همواره مدنظر دولت بوده و می‌باشد. براین اساس با توجه به مصرف زیاد سیب درختی و

فرآورده‌های آن در میان خانوارهای ایرانی که در سالهای اخیر مصرف سیب درختی تولید داخل افزایش زیادی داشته اما مصرف سیب درختی و فرآورده‌های وارداتی آن که عمدتاً از طریق قاچاق تأمین شده، افزایش یافته است. این عوامل موجب شده تا انجام سیاست‌های مناسب برای تنظیم بازار سیب درختی از اهمیت بالایی برخوردار باشد.

با توجه به اهمیت سیاست‌های اقتصادی به‌کار گرفته شده برای تنظیم بازار سیب درختی، در این مطالعه به بررسی سیاست‌ها به‌کار گرفته شده برای این منظور پرداخته شده است. از سوی دیگر برای شناخت بیشتر سیاست‌های به‌کار گرفته شده در تنظیم بازار در دیگر کشورها، سیاست‌های اعمال شده در این کشورها نیز به‌صورت اجمالی مورد بررسی قرار گرفته شده است.

## ۱. مروری بر تاریخچه حمایت از بخش کشاورزی در ایران

از جمله اولین سیاست‌های به‌کار گرفته شده در جهت حمایت از تولیدات بخش کشاورزی و همچنین مصرف‌کنندگان می‌توان به سیاست به‌کار گرفته شده در دهه ۱۳۳۰، اشاره داشت. دولت از طریق شهرداری با همکاری اتحادیه‌های صنفی اقدام به قیمت‌گذاری برخی از اقلام میوه و تره‌بار نمود که چون ضمانت اجرایی در پی نداشت با عدم موفقیت روبرو شد. در آن سال‌ها در وزارت دارایی، اداره‌ای تحت عنوان اداره ثبت قیمت‌ها دایر شده بود که بیشتر به کنترل و ثبت قیمت کالاهای وارداتی می‌پرداخت. در آن سال‌ها به منظور خرید برخی از محصولات کشاورزی تولید داخل مانند چغندر قند، دانه کنجد، توتون و تنباکو، برگ سبز چای و پنبه، کارخانجات دولتی فعال در این صنایع موظف به خرید این محصولات با توجه به نرخ مصوب اعلام شده دولت بودند.

حمایت از بخش کشاورزی در ایران از اواسط سال ۱۳۴۰ پس از اجرای برنامه اصلاحات ارضی اگرچه به صورت توزیع ارزان قیمت نهاده‌های مورد نیاز زارعین از قبیل کود، سم و نظایر آن آغاز شد، لیکن قانون معینی که نشان از رسمیت چنین حمایتی داشته باشد، نگاشته نشده بود. در همین سال‌ها دولت بر بازار

محصولات کشاورزی نظارت داشته و به ویژه در مواقع بحرانی در روند خرید و فروش گندم و توزیع آرد آن برای تأمین نان مردم دخالت می‌نمود. همچنین به منظور حمایت از تولیدکنندگان بخش کشاورزی و مصرف‌کنندگان این محصولات، اقدام به تأسیس ارگان‌هایی برای جمع‌آوری، بسته‌بندی و عرضه بعضی از محصولات کشاورزی به منظور تضمین و تثبیت قیمت‌های خرید نمود که این سازمان‌ها شامل سازمان مرکزی تعاون روستایی، اتاق اصناف، شورای عالی تضمین حداقل قیمت محصولات کشاورزی و دامی، مرکز بررسی قیمت‌ها و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان بود که اکثر این سازمان‌ها تاکنون اقدام به ادامه گسترش وظایف محوله می‌نمایند و به نوعی می‌توان دهه ۱۳۴۰ را سرآغاز ایجاد سازمان‌های بزرگ انجام سیاست‌های تنظیم بازار بخش کشاورزی ایران در نظر گرفت. بعد از انقلاب اسلامی تا سال ۱۳۶۸ به دلیل وقوع جنگ تحمیلی، سیاست‌های جدیدی برای حمایت از بخش کشاورزی به‌کار گرفته نشد، تا این که از سال ۱۳۶۸ با تصویب قانون تضمین خرید محصولات اساسی زراعی (شامل گندم، جو، ذرت دانه‌ای، برنج، چغندر قند، پنبه و ش، سیب‌زمینی، پیاز، حبوبات و دانه‌های روغنی) حمایت دولت، شکلی قانونمند یافت و بدین ترتیب با به‌کارگیری ابزار حمایتی قیمت تضمینی در کنار پرداخت یارانه به نهاده‌ها پیگیری شد. در سال ۱۳۷۲ با اصلاح قانون مذکور برخی محصولات باغی نظیر سیب، کشمش، خرما، انجیر، مرکبات و برکه زردآلو تحت پوشش سیاست تضمین خرید قرار گرفت.

با شروع برنامه تعدیل و آزادسازی اقتصادی، قیمت نهاده‌های مورد نیاز کشاورزان به طور گسترده‌ای افزایش یافت و علیرغم پرداخت یارانه به این نهاده‌ها، به دلیل کنترل قیمت محصولات کشاورزی توسط دولت در آن سال‌ها، در واقع به جای حمایت، کشاورزان پرداخت مالیات پنهان را نیز متحمل شدند. به‌طور کلی در قوانین برنامه‌های دوم، سوم و چهارم توسعه اقتصادی کشور، تداوم پرداخت یارانه به نهاده‌های انواع کود، سم و بذر اصلاح شده، تأکید شده است. ضمن آن که از طریق بیمه محصولات، پرداخت تسهیلات با نرخ سود حمایت شده، همچنین پرداخت خسارت به کشاورزان در صورت وارد آمدن خسارت‌های مختلف

و خرید تضمینی برخی از محصولات مدنظر دولت بوده است.

## ۲. سیاست‌های تنظیم بازار سیب درختی

طی سال‌های اخیر تنظیم بازار میوه یکی از چالش‌های مهم دستگاه‌های مسئول بوده و با وجود برخی اقدامات، هنوز بازار این محصولات در ایام خاص (ایام عید) شاهد نوسانات فراوانی می‌باشد. به طوری که بی‌ثباتی در بازار و افزایش قیمت میوه در روزهای پایانی سال و ایام عید چشمگیرتر از سایر مواقع سال است. در سال ۱۳۸۴ برای جلوگیری از تکرار مشکلات سال‌های قبل در زمینه تامین میوه ایام عید، دستگاه‌های متولی چند راهکار از جمله ذخیره‌سازی، سیاست تعرفه‌ای و نظارت برای تنظیم بازار میوه بویژه سیب‌درختی، پرتقال و نارنگی اتخاذ نمودند که در این بخش ضمن ارزیابی آنها، مشکلات فراروی این سیاست‌ها نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

### ۱-۲. بررسی طرح ذخیره‌سازی

طرح ذخیره‌سازی سیب درختی و پرتقال از جمله سیاست‌های اتخاذ شده برای تنظیم بازار این محصولات در ماه‌های آخر سال بوده که از اوائل دهه ۱۳۸۰ مد نظر دولت قرار گرفته است. براین اساس هر سال دولت با کمک تعاونی‌های تولیدی اقدام به خرید مقدار مصوب مد نظر از محصولات تولید داخل با اعطای تسهیلات به تعاونی‌های مربوطه انجام داده است.

باتوجه به این طرح، تعاونی‌های طرف قرارداد، باید در فصل برداشت، به میزان مشخصی میوه مورد نیاز ایام عید را خریداری نمایند (این رقم در بیشتر سال‌های دهه ۱۳۸۰ حدود ۵۰ هزار تن بوده است). در نهایت بعد از درجه‌بندی و بسته‌بندی محصولات، آنها را در سردخانه‌ها برای عرضه در زمان مقرر نگهداری نمایند. بنابراین شیوه خرید در واقع نوعی خرید تدارکاتی [۱] بوده است و مشابه آن در کشور اندونزی در بازار برنج اجرا گردیده، با این تفاوت که در این کشور زمانی که قیمت برنج در بازار و در نواحی عمده تولید کاهش می‌یافته، دولت برای حمایت از تولیدکنندگان، میزان مشخصی از محصول (به لحاظ تن و بودجه) را در قیمت کف خریداری می‌نموده است. که این امر موجب تثبیت قیمت‌ها در بازار و حمایت از کشاورزان در آن کشور می‌شده است. اما در

ایران دولت به منظور حمایت از مصرف‌کنندگان در دسترسی به محصولاتی با قیمت کمتر اقدام به ذخیره‌سازی نموده است. چراکه ورود تقاضای زیاد در شرایطی که مؤلفه‌های بازار وظیفه خود را انجام می‌دهند، موجب افزایش قیمت خواهد شد. خرید سیب درختی در شرایطی که بازار توانایی جذب آن را نداشته و قیمت آن سیر نزولی پیدا نماید، برای حمایت از تولیدکنندگان ضروری است، در غیر این صورت دخالت دولت در بازار به نابسامانی بیشتر آن خواهد انجامید. [۲] از سوی دیگر با وجود ۲/۷ میلیون تن تولید سیب‌درختی، ذخیره‌سازی حدود ۵۰ هزار تن چه میزان به تنظیم بازار این کالاها کمک می‌نماید؟ به عبارت دیگر ۱/۸ درصد تولید داخلی بر چه اساسی مبنای ذخیره‌سازی قرار گرفته است.

دومین مسئله‌ای طرح ذخیره‌سازی میوه، مشکل پرداخت تسهیلات توسط بانک مرکزی به تعاونی‌های تولیدی بر اساس نرخ سود تسهیلات کشاورزی است که در سال‌های انجام این طرح، یکی از چالش‌های طرح بوده است. زیرا بانک‌ها تمایلی به پرداخت تسهیلات با نرخ سود تسهیلات بخش کشاورزی نداشته‌اند. سومین مشکل طرح، وجود مراکز بسته‌بندی، درجه‌بندی و سردخانه جهت نگهداری محصولات خریداری شده است. این قسمت از طرح مستلزم وجود سردخانه‌های مناسب است و فقدان آن هزینه طرح را افزایش داده است. چهارمین مشکل طرح ذخیره‌سازی بحث کاهش دخالت و تصدی‌گری دولت در بازار است. بر اساس قانون برنامه سوم و چهارم توسعه کشور و جهت‌گیری این قوانین مبنی بر تولید رقابتی و کاهش دخالت‌های دولت در امر تصدی‌گری، ضرورت اجرای طرح خرید و ذخیره‌سازی میوه را با توجه به هزینه‌های اجرای آن به چالش کشیده است. به نظر می‌رسد طرح ذخیره‌سازی میوه به عنوان راهکار اصولی برای حل مشکلات تنظیم بازار میوه نبوده و استفاده از آن به صورت موقت توجه دست‌اندرکاران قرار گرفته است.

ضمن آنکه چندین سال انجام این طرح با مسائل و مشکلاتی روبه‌رو بوده که عمده‌ترین آنها عبارتند از:  
- کیفیت پایین بعضی از محصولات خریداری شده (به

خصوص سبب زرد).

- فقدان بسته‌بندی و درجه‌بندی مناسب.

- فقدان مراکز عرضه مستقیم در بعضی از استان‌ها.

- فقدان نظارت مناسب در زمان خرید و عرضه کالاها.

- عدم برنامه‌ریزی مناسب در مورد برآورد میزان واقعی تولید و نیاز مصرفی در ایام عید و تناسب میزان ذخیره‌سازی با پیش‌بینی تولید.

## ۲-۲. بررسی سیاست مناسب تعرفه‌ای و تسهیل شرایط واردات

بر اساس این سیاست برای حمایت از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، در اسفند ۱۳۸۴ (زمان پایان برداشت مرکبات و سیب‌درختی داخلی) حقوق ورودی این اقلام از ۳۰ درصد به صفر درصد کاهش یافت. دلایل اتخاذ این سیاست عبارتند از:

۱- میوه در سبد کالاهای حمایتی دولت قرار ندارد.

۲- قیمت‌گذاری (قیمت تضمینی) این محصولات فاقد ضمانت اجرایی لازم است و دولت خریدی بر اساس این قیمت‌ها انجام نداده است.

۳- اعمال حقوق ورودی بالا برای واردات این محصولات در زمانی که کشور با کمبود کالا مواجه است توجیه اقتصادی ندارد.

بر این اساس از اسفندماه سال ۱۳۸۴ نرخ تعرفه از ۳۰ به صفر درصد کاهش یافت. هر چند این سیاست، ابزار مناسبی برای ایجاد تعادل در بازار است و بسیاری از کشورها مانند کره جنوبی، انگلستان، لهستان، تایوان و مکزیک از سیاست تعرفه‌های فصلی برای تنظیم بازار استفاده می‌کنند، اما به دلیل پاره‌ای از مشکلات این سیاست چندان کارساز نبود. از جمله این مشکلات می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

بررسی‌ها نشان می‌دهد خرید ایام عید پروسه‌ای حداکثر یک ماه است و زمان یک ماهه برای انجام واردات میوه با توجه به مشکلات بهداشتی و بهداشت نباتی زمان بسیار اندکی است. بنابراین چون محموله‌های وارداتی نیازمند تاییدیه‌های لازم از سوی سازمان حفظ نباتات کشور است، واردات با تاخیر انجام

می‌شود. لذا زمان مناسب برای انجام واردات در موفقیت این سیاست در تنظیم بازار بسیار ضروری می‌باشد.

یکی از مشکلات این سیاست، مشخص نبودن میزان واردات مورد نیاز جهت تنظیم بازار است. بنابراین لازم است دولت از تعرفه فصلی مناسب برای کنترل میزان واردات به کشور استفاده کند که این اتفاق در سال ۱۳۸۴ رخ نداد. چنانکه در بهار و حتی تابستان میوه‌های وارداتی در بازار به وفور وجود داشت که به دلیل زمان طولانی نگهداری از کیفیت پایینی نیز برخوردار بودند.

## ۲-۳. کنترل و نظارت بر بازار اقلام پرمصرف مردم در ایام خاص

نظارت مناسب بر سیستم توزیع کالاها (عرضه، تقاضا و روند قیمت‌ها) یکی از سیاست‌هایی بود که وزارت بازرگانی در ایام عید نوروز و از سال ۱۳۸۴ شروع نموده و تاکنون ادامه داشته، همواره سعی نموده به نحو مطلوبی در سطح کشور انجام دهد. توجه به این نکته ضروری است که اگر نظارت همراه با اهرم‌های اجرایی باشد می‌توان شاهد تنظیم بازار مناسب بود. در این زمینه لازم است هر استان به فراخور میزان تقاضای میوه در مورد تامین آن راهکارهایی ارائه نماید.

## ۳. بررسی اثرات سیاست‌های تنظیم بازار دولت بهبود نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی

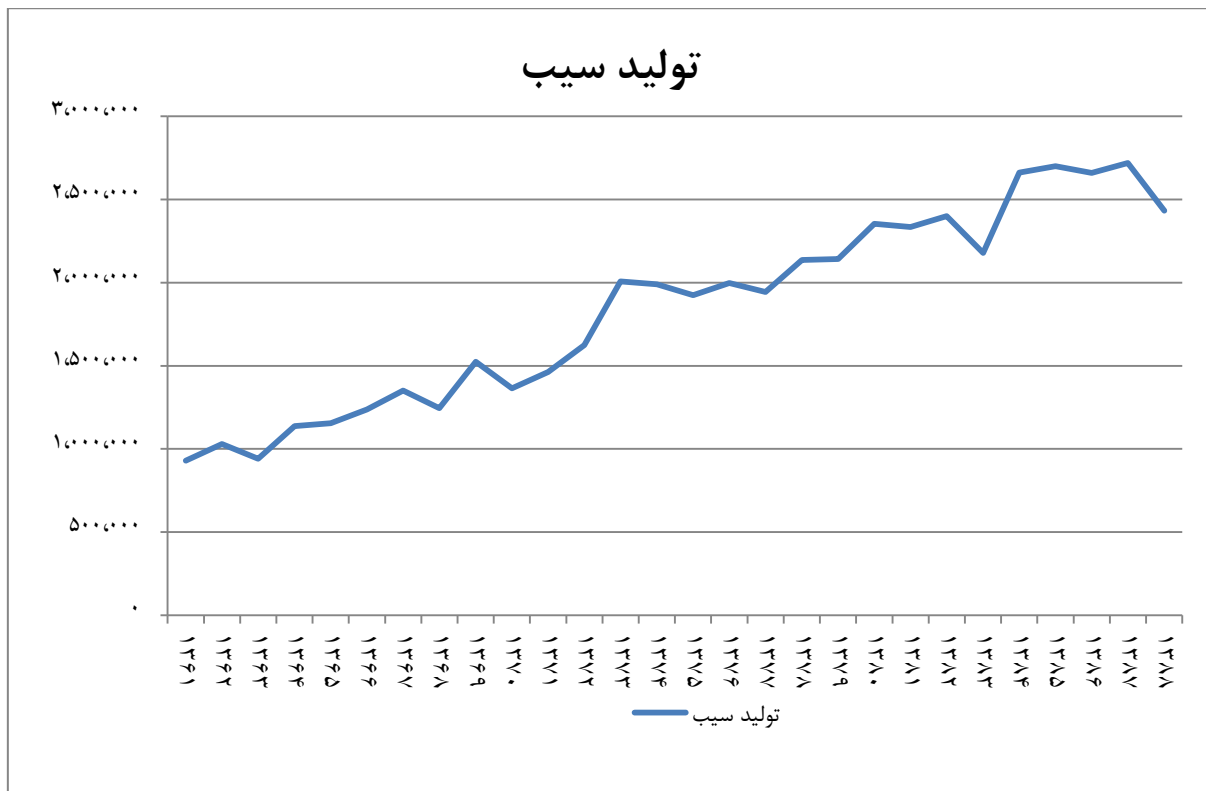
### ۳-۱. بررسی اثرات سیاست‌های تنظیم بازار دولت بر روند تولید سیب درختی

تولید سیب درختی در ایران تحت تاثیر عوامل مختلفی از جمله تشویق دولت از طریق سیاست‌های توسعه باغ‌های محصولات کشاورزی از حدود یک میلیون تن در سال ۱۳۶۱ به یک و نیم میلیون تن در سال ۱۳۶۹ افزایش یافت. در آن سال‌ها عمده سیاست‌های حمایتی دولت از تولید سیب درختی، پرداخت تسهیلات بانکی با نرخ سود ارزان برای ایجاد باغ‌های مختلف از جمله باغ سیب، همچنین بازسازی و به‌سازی باغ‌ها، ارائه کمک‌های مشاوره‌ای برای آشنایی کشاورزان و باغداران با روش‌های علمی باغداری، ارائه گونه‌های نهال‌های مناسب با

توجه به شرایط آب و هوایی مناطق مختلف کشور، اعطای انواع ماشین‌آلات کشاورزی، کود و سم به قیمت حمایت شده و ایجاد محدودیت در واردات محصولات باغی از سایر کشورها بوده است. این سیاست‌ها در سال‌های دهه‌های ۱۳۶۰، ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ از طرف دولت برای گسترش سطح باغات کشور و افزایش عملکرد تولید در واحد سطح پیگیری شده است. البته در برخی سال‌ها باتوجه به تغییر شرایط درآمدی دولت همچنین وقوع حوادث غیر مترقبه همچون سیل و خشک سالی، سیاست‌های حمایتی دولت نیز شدت و ضعف داشته است. در این بین استفاده از بیمه محصولات کشاورزی و پرداخت بخشی از حق بیمه محصولات و همچنین اعلام نرخ خرید تضمینی محصولات از دیگر سیاست‌های دولت برای افزایش تولید محصولات کشاورزی از جمله سیب درختی بوده است. این سیاست‌ها عمدتاً به صورت مستقیم در جهت افزایش سطح باغات سیب همچنین افزایش تولید آن بوده‌اند. اما در این سال‌ها سیاست‌هایی نیز برای افزایش تولید این محصولات به صورت غیر مستقیم اعمال شده است. از آن جمله می‌توان به ارائه تسهیلات ارزان قیمت برای سرمایه‌گذاری در احداث واحدهای فرآوری مرتبط با سیب درختی همچون کارخانجات تولید مربا، کمپوت، آب میوه، کنسانتره، بسته‌بندی، میوه خشک‌کنی و... همچنین حمایت از صادرات میوه تازه و محصولات فرآوری شده سیب درختی اشاره داشت. در هر حال اقدامات گسترده دولت در تنظیم بازار سیب درختی از یک سو در جهت افزایش تولید این محصول مهم و از سوی دیگر در جهت افزایش بازار مصرف در داخل و خارج از کشور متمرکز بوده

است. ضمن آنکه در دهه ۱۳۸۰ اقدامات دولت در تنظیم بازار میوه از جمله سیب درختی به حمایت از مصرف‌کنندگان در دسترسی به محصول با کیفیت و قیمت مناسب به خصوص در ماه‌های آخر سال و ایام عید نوروز، نیز در سیاست‌ها دولت جای گرفت. برای این منظور دولت اقدام به اتخاذ سیاست ذخیره‌سازی این محصول از تولیدات داخل و وارداتی نمود. در این زمینه باتوجه به پیش‌بینی کارشناسان و خبرگان بازار میوه، دولت هر سال اقدام به تخصیص منابع مالی برای خرید و ذخیره‌سازی سیب درختی و عرضه آن به قیمت مناسب مصوب در مناطق مختلف کشور نموده است. همچنین در برخی سال‌ها با استفاده از تعرفه فصلی در زمانهایی که تقاضا برای مصرف این محصول افزایش زیادی داشته، نرخ تعرفه را کاهش داده و مجدداً در زمان برداشت محصول نرخ تعرفه را افزایش داده است.

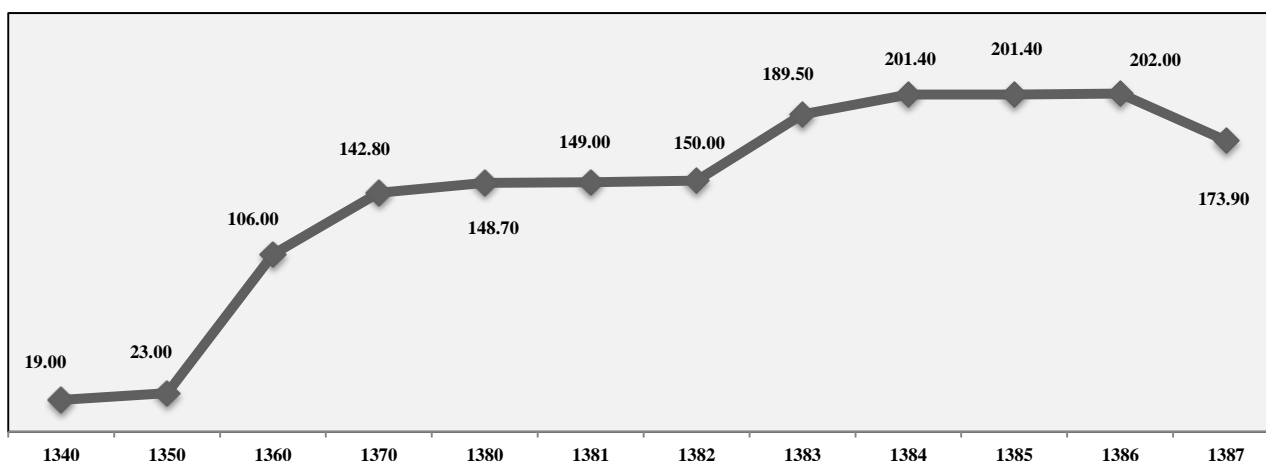
در کل اتخاذ سیاست‌های مختلف توسط دولت در سال‌های گذشته موجب افزایش تولید محصول سیب درختی از حدود ۹۰۰ هزارتن در اواخر دهه ۱۳۵۰ به بیش از ۲۷۰۰ هزارتن در ۱۳۸۸ شده است. بدین ترتیب دولت موفق شده از طریق افزایش سطح باغات سیب درختی کشور به همراه افزایش عملکرد تولید این محصول، تولید سیب درختی در کشور را حدود سه برابر در طی سی سال نماید. ضمن آنکه سیاست‌های دولت تنها مربوط با افزایش عرضه این محصول نبوده و اقداماتی نیز در جهت افزایش تقاضا برای این محصول در بازارهای داخلی و جهانی انجام داده است. به طوری‌که در حال حاضر ایران یکی از قطب‌های مهم تولید محصول سیب درختی در جهان است.



نمودار ۱- روند تولید سیب درختی ایران در سال‌های ۱۳۶۱ تا ۱۳۸۸

ایران و جهان، عملکرد تولید محصول سیب در ایران نیز افزایش یافته و این خود ناشی از تغییر جهت‌گیری سیاست‌های تنظیم بازار دولت در ارائه حمایت‌های اطلاعاتی و فنی به باغداران و کشاورزان در جهت استفاده مطلوب‌تر از خاک، آب، کود، سم، ماشین‌آلات و... غیره برای تولید گونه‌های بهتر سیب در کشور است. در هر حال دولت علاوه بر حمایت از افزایش کمیت تولید محصول سیب اقدام به اتخاذ سیاست‌هایی برای افزایش کیفیت محصولات تولیدی نموده است. همچنین اگرچه وضعیت فعلی در نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی و فرآورده‌های آن با وضعیت مطلوب فاصله دارد اما با توجه به رشد خوب تولید این محصول به خصوص افزایش عملکرد تولید، می‌توان اذعان داشت که جهت‌گیری دولت در سیاست‌گذاری در افزایش عرضه محصول سیب درختی در ایران در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی مناسب بوده است.

افزایش تولید محصول سیب درختی در ایران از طریق افزایش سطح باغات سیب کشور و همچنین افزایش عملکرد تولید محصول صورت گرفته است. سطح زیر کشت باغات سیب ایران از ۱۹ هزار هکتار در دهه ۱۳۴۰ به ۱۰۶ هزار هکتار در سال ۱۳۶۰ و به حدود ۱۴۳ هزار هکتار در سال ۱۳۷۰ افزایش یافته است. در طول سال‌های دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ سطح زیر کشت باغات سیب ایران با نرخ رشد کمتر از دهه‌های قبل به حدود ۲۰۰ هزار هکتار در اواخر دهه ۱۳۸۰ رسیده است. در هر حال مقایسه روند رشد تولید و سطح زیر کشت سیب درختی ایران در سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۸۸ نشان می‌دهد که در ابتدا رشد تولید این محصول عمدتاً مربوط به افزایش سطح زیر کشت بوده اما در دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ رشد سطح زیر کشت سیب کاهش داشته و رشد تولید محصول سیب بیشتر مربوط به افزایش عملکرد تولید بوده است. به این ترتیب همراه با رشد فنآوری در

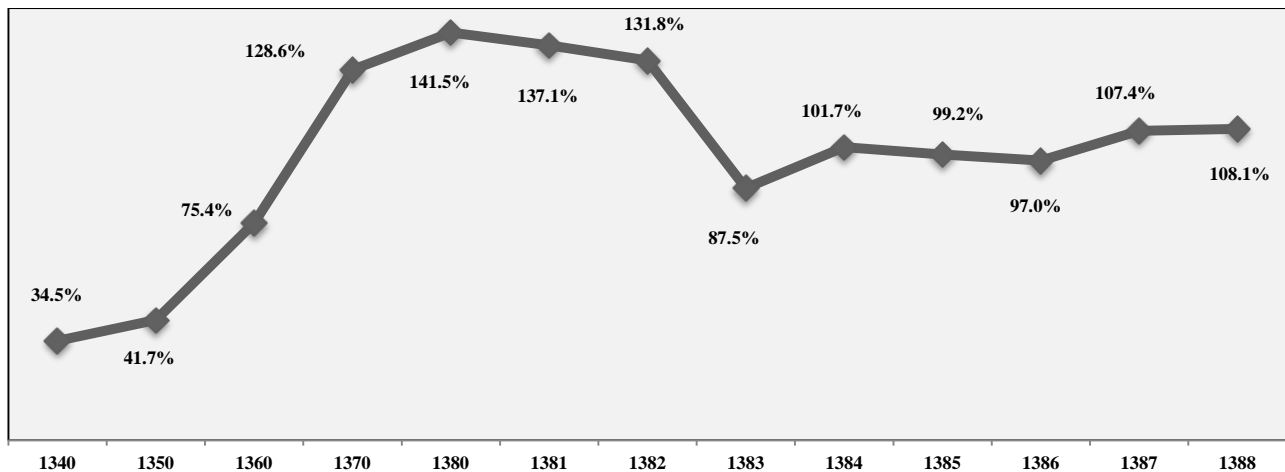


نمودار ۲- روند سطح زیر کشت سیب درختی ایران در سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۸۷ (هزار هکتار)

تولید سیب درختی در جهان قرار می‌گیرد. به این ترتیب سیاست‌های دولت در افزایش تولید سیب درختی ایران موجب افزایش تولید این محصول و قرارگیری ایران در رتبه سومین تولیدکننده سیب درختی در جهان گردیده است. براین اساس می‌توان اذعان داشت که سیاست‌های دولت برای افزایش تولید که تلفیقی از سیاست‌های مختلف که به صورت مستقیم و غیر مستقیم در افزایش تولید موثر بوده‌اند، موفق بوده است. لازم بذکر است عمده سیاست‌هایی که به صورت مستقیم موجب افزایش سطح باغات و همچنین افزایش عملکرد تولید شده است عبارتند از ارائه تسهیلات برای ایجاد و بازسازی باغات سیب، ارائه کود، سم، نهال، ماشین آلات و... به قیمت یارانه‌ای همچنین بیمه باغات در برابر حوادث بوده است. سیاست‌هایی که به صورت غیر مستقیم در افزایش تولید موثر بوده‌اند، بیشتر مربوط افزایش تقاضای این محصول و فرآورده‌های آن در بازارهای داخلی و جهانی بوده است.

مقایسه روند رشد عملکرد تولید سیب درختی در واحد سطح در ایران و جهان در سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۸۸، ملاک خوبی برای ارزیابی اقدامات و سیاست‌های دولت در تنظیم بازار سیب درختی توسط دولت است. شایان ذکر است در دهه ۱۳۴۰ عملکرد تولید سیب درختی در ایران کاملاً سنتی و حدود یک سوم متوسط عملکرد تولید سیب درختی در جهان بوده است. اما در سال‌های بعد از یک طرف با توجه به روند رشد عملکرد تولید سیب درختی ایران که رشد بسیار بالایی دارد و از طرف دیگر روند رشد عملکرد تولید سیب در جهان که رشد نزولی داشته، موجب می‌شود که در نهایت در اوایل دهه ۱۳۶۰ عملکرد تولید سیب درختی ایران از عملکرد جهانی بیشتر شود. این روند تا اواسط دهه ۱۳۷۰ ادامه داشته و تا اوایل دهه ۱۳۸۰ رشد عملکرد تولید سیب درختی ایران در سطح بالاتر از جهان ثابت بوده است. در طول سال‌های دهه ۱۳۸۰ اگرچه روند رشد عملکرد تولید سیب درختی ایران نوساناتی داشته اما در نهایت در اواخر دوره عملکرد تولید سیب درختی ایران مجدداً در سطح بالاتر از متوسط عملکرد



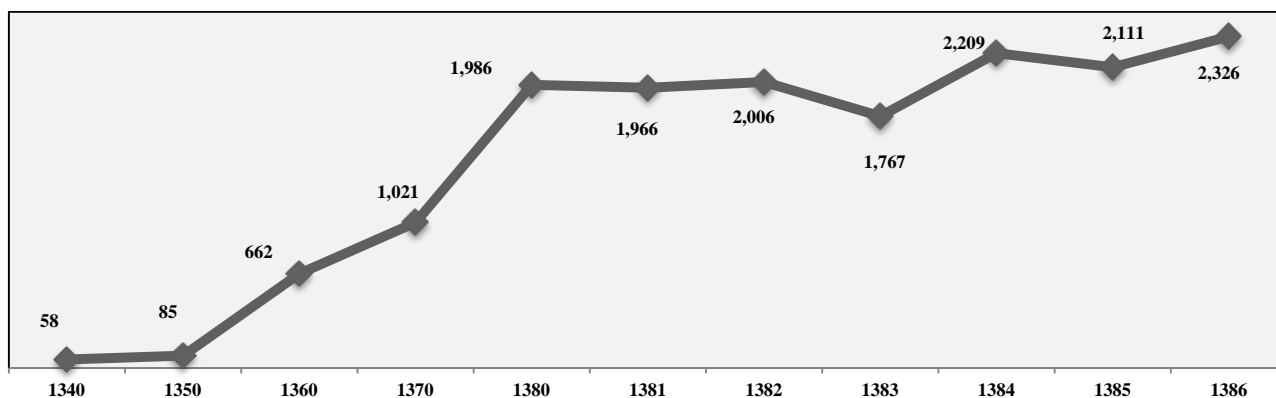


نمودار ۳- روند عملکرد تولید سیب درختی در ایران در مقایسه آن با عملکرد جهان در فاصله سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۸۸

لازم به توجه است که همراه با افزایش مصرف کل سیب، جمعیت کشور نیز افزایش زیادی داشته براین اساس در جهت مشخص شدن، افزایش واقعی مقدار مصرف سیب، باید از شاخص‌های مناسب برای این منظور استفاده شود. در این ارتباط مقدار مصرف سرانه سیب درختی در طول دوره، شاخص مناسبی برای نشان دادن مقدار واقعی افزایش روند مصرف این محصول اساسی و مهم است. مصرف سرانه سیب درختی در ایران از کمتر چهار کیلوگرم در سال‌های دهه ۱۳۴۰ و تا اواسط دهه ۱۳۵۰ بوده که با افزایش درآمدهای نفتی کشور و بهبود وضعیت معیشتی مردم به حدود ۱۵ کیلوگرم در اواسط دهه ۱۳۶۰ افزایش یافت. در سال‌های بعد روند رشد مصرف سرانه این محصول کند گردید، به طوری که در اواسط دهه ۱۳۷۰ مصرف سرانه این محصول به حدود ۱۷ کیلوگرم در سال افزایش یافت. در سال‌های اواخر دهه ۱۳۷۰ و اوائل دهه ۱۳۸۰ با توجه به افزایش رشد تولید این محصول، افزایش درآمد عموم مردم و به خصوص انعکاس گسترده نقش و اهمیت مصرف سیب در تغذیه سالم، مصرف سرانه سیب رشد زیادی داشته و از حدود ۲۰ کیلوگرم به حدود ۳۰ کیلوگرم تا اواسط دهه ۱۳۸۰ افزایش داشته است. در طول سال‌های بعد اگرچه مصرف آن نوسانات کمی داشته اما در نهایت به حدود ۳۳ کیلوگرم در اواخر دوره مورد بررسی رسیده است.

### ۳-۲. بررسی اثرات سیاست‌های تنظیم بازار دولت بر روند مصرف سیب درختی

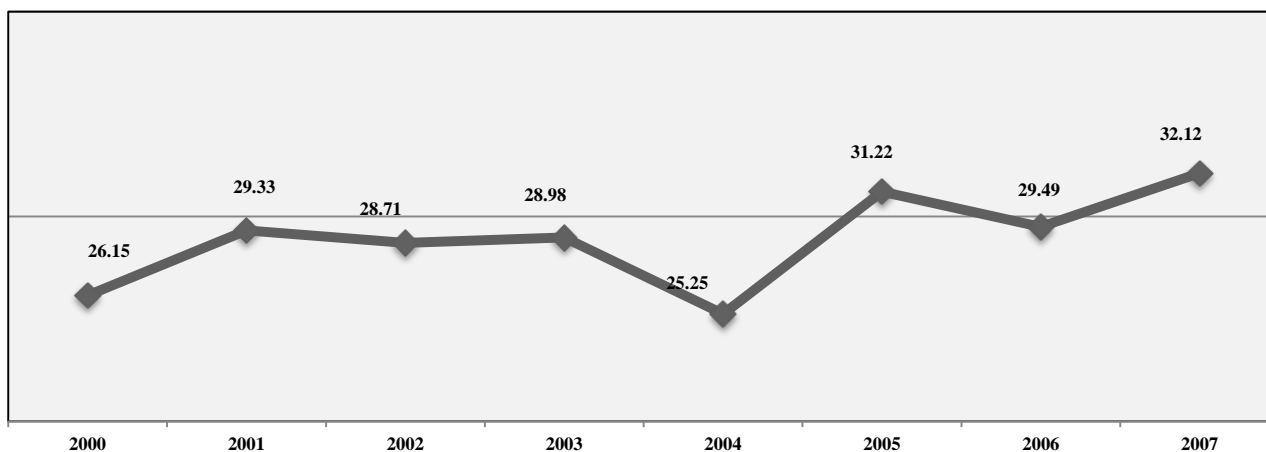
اقدامات و سیاست‌های دولت در تنظیم بازار سیب درختی، علاوه بر تولید این محصول بر روند مصرف آن به شکل‌های مختلف در دوره سال‌های مورد بررسی تاثیر گذاشته است. البته باید توجه داشت که تقاضای عموم مردم برای مصرف سیب درختی و فرآورده‌های آن در سال‌های اخیر با توجه به پیشرفت علوم تغذیه و مشخص شدن نقش و اثر مصرف این محصول بر سلامتی افراد، افزایش زیادی داشته است. در این بین دولت علاوه بر اعمال سیاست‌های اقتصادی، اقدامات زیادی برای تامین مالی مطالعات و تحقیقات و اطلاع رسانی نتایج آن به عموم مردم، در افزایش اقبال مردم به مصرف این محصول نقش و اهمیت زیادی داشته است. روند رشد مصرف سیب در دوره مورد بررسی همانند روند رشد تولید این محصول از حدود ۶۰۰ هزار تن در اوائل دهه ۱۳۶۰ به حدود ۱۵۰۰ هزار تن در اواسط دهه ۱۳۷۰ افزایش یافته و در آخر دوره به حدود ۲۴۰۰ هزار تن افزایش یافته است. شایان ذکر است مصرف سیب درختی اگرچه به صورت میوه تازه صورت می‌پذیرد اما این محصول برای تولید محصولات فرآوری شده همچون آب سیب، کنستاتره، کمپوت، مربا و... مصرف زیادی دارد. همچنین با توجه به آمار سایت اینترنتی فائو، در برخی کشورها گونه‌های بی کیفیت را برای مصارف دام نیز استفاده می‌نمایند.



نمودار ۴- روند مصرف سیب در ایران در سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۸۶ (هزارتن)

کشاورزان و باغداران گردید اما این امر بنوعی کشاورزان و باغداران را در جهت توجه به کیفیت و قیمت محصول در بازار باتوجه به درجه‌بندی، بسته‌بندی و ذخیره‌سازی و همچنین رقابت آشنا کرد. در هر حال سیاست‌های تنظیم بازار سیب درختی دولت در افزایش مصرف این محصول و فرآورده‌های آن موثر بود و با گسترش تعامل با بازارهای جهانی امروزه سیب درختی از جمله محصولاتی است که در تمام طول سال در بازار عرضه می‌شود. به این ترتیب در ماه‌هایی که تولید محصولات باغات کشور به بهره برداری می‌رسند، بخشی از آن به بازارهای هدف صادر و در ماه‌هایی که تولیدی در کشور صورت نمی‌پذیرد، نیاز بازار از طریق واردات تامین می‌گردد. در هر حال اگرچه تعامل با بازار جهانی در صورت عدم اتخاذ سیاست‌های مناسب می‌تواند زیان‌هایی به تولید سیب کشور وارد سازد اما اگر این موضوع بخوبی هدایت و کنترل شود منشاء بهبود کیفیت و قیمت تولیدات داخلی و در نهایت حمایت از مصرف‌کنندگان و همچنین گسترش رقابت سازنده در کشور خواهد گردید.

شایان ذکر است سیاست‌های مربوط به افزایش مصرف سیب تا قبل از دهه ۱۳۸۰ بیشتر مربوط به افزایش سرمایه‌گذاری در ایجاد واحدهای تولیدی فرآوری و بسته‌بندی سیب درختی برای عرضه در بازار داخلی و بازار جهانی بوده که در دهه ۸۰، دولت تامین و توزیع میوه‌های پر مصرف آخر سال از جمله سیب درختی عموم مردم را مد نظر قرار داد. این سیاست از طریق ذخیره‌سازی تولیدات داخلی و ارائه مجوز واردات از بازارهای جهانی پیگیری شده است. برای این منظور اگرچه در ابتدا دولت بیشتر به دنبال ذخیره‌سازی و توزیع سیب درختی بین مردم در ایام آخر سال از تولیدات داخلی نمود اما در برخی سال‌ها باتوجه به افزایش قیمت محصولات داخلی، اقدام به کاهش تعرفه واردات در جهت تامین کسری مورد نیاز بازار از بازارهای جهانی نموده است. در این ارتباط دولت اقدام به استفاده از تعرفه فصلی در واردات سیب درختی نمود. بدین ترتیب که نرخ ۴۵ درصد تعرفه واردات سیب درختی را در برخی ماه‌های سال به چهار درصد کاهش دادند. این امر موجب واردات مقدار زیادی سیب درختی به کشور در ابتدای سال گردید و موجب نارضایتی



نمودار ۵- روند مصرف سرانه مصرف سیب درختی در ایران در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷ (کیلوگرم بر سال)

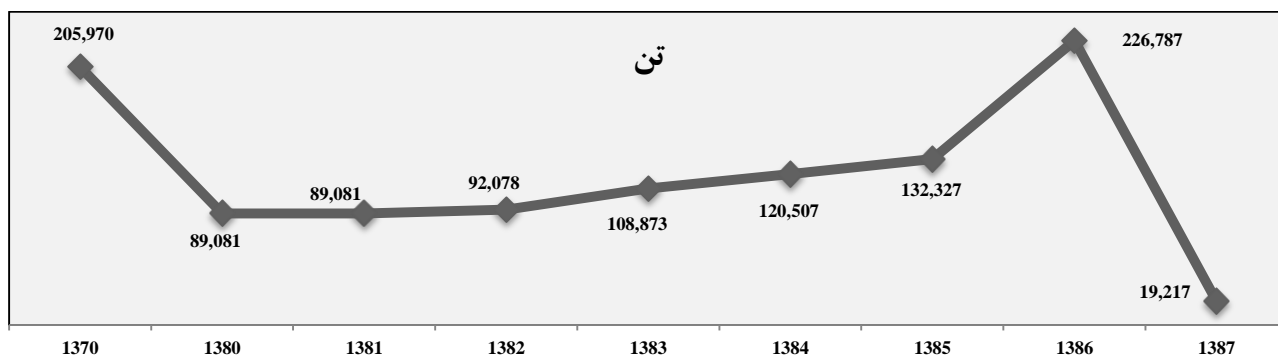
سازندگی صادرات این محصول افزایش زیادی یافت و ایران در رتبه دهم صادرات سیب درختی جهان قرار گرفت. در دهه ۱۳۷۰ صادرات سیب درختی همراه با نوساناتی بوده و اگرچه به بیش از ۲۰۰ هزارتن افزایش یافت اما در نهایت به کمتر از ۱۵۰ هزارتن رسید. در ابتدای دهه ۱۳۸۰ ایران در جایگاه ۱۳ صادرات سیب قرار گرفت و روند صادرات این محصول صعودی و حتی بالاترین مقدار صادرات سیب درختی ایران مربوط به این دوران بوده است. در نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ روند صادرات سیب درختی ایران نزولی و بشدت کاهش یافت و در نهایت ایران در سال ۱۳۸۷ مجدداً در جایگاه ۲۹ صادرکنندگان سیب درختی در جهان قرار گرفت. در این بین صادرات فرآورده‌های مرتبط با سیب همچون آب سیب و کنستاتره آن در این دوران روند افزایشی همراه با نوسان داشته البته اگرچه در آمار گمرک مقدار واردات این محصولات به ایران ناچیز و صفر اعلام گردیده اما در بازار محصولات وارداتی زیادی مشاهده می‌شود که از طریق قاچاق وارد کشور و در نظام توزیع به صورت گسترده در واحدهای خرده‌فروشی عرضه می‌شود. در این زمینه قابل ذکر است علی‌رغم عدم تولید حتی یک کیلوگرم سیب درختی در کشور امارات متحده عربی اما چندین مارک تجاری آب میوه و کنستاتره که فرآورده‌های سیب درختی نیز در آن می‌باشد، در بازار ایران عرضه و تبلیغ می‌گردد. به‌طوریکه در مناطق مختلف تهران تابلو تبلیغاتی عرضه آب سیب مارک تجاری کشور امارات متحده عربی مشاهده می‌شود.

### ۳-۳. بررسی اثرات سیاست‌های تنظیم بازار دولت بر روند تجارت سیب درختی

مقدار تولید سیب درختی در ایران بیشتر از مقدار مصرف داخلی آن در سال‌های مورد بررسی بوده براین اساس همواره بخشی از تولیدات کشور به سایر کشورها صادر شده و در سال‌های اخیر نیز در برخی ماه‌ها بخشی از نیاز داخلی از محل واردات تامین شده است. البته این امر تنها مربوط به میوه تازه سیب نبوده و فرآورده‌های تولیدی از این محصول نیز از جمله محصولات صادراتی و وارداتی به کشور در سال‌های اخیر بوده است. ضمن آنکه با توجه به مزیت نسبی ایران در تولید محصول سیب درختی و به تبع آن فرآورده‌های تولیدی از آن، امکان صادرات بیشتر و کسب درآمد بیشتر از این محصول مهم وجود دارد. البته باید توجه داشت که روند تجارت سیب درختی و فرآورده‌های آن در دوره مورد بررسی، تفاوت زیادی با روند تولید و مصرف این محصولات داشته است. به‌طوریکه علی‌رغم رتبه سوم در تولید سیب درختی، جایگاه و رتبه ایران در صادرات این محصولات بسیار پایین‌تر بوده است. لازم به ذکر است در سال ۱۳۸۷ ایران در رتبه ۲۹ صادرکنندگان سیب درختی جهان قرار داشته درحالی‌که در رتبه سوم تولید این محصول در این سال قرار داشته است. صادرات سیب درختی ایران اگر چه در اوائل دهه ۱۳۶۰ جایگاه مناسبی در جهان نداشت و در سال ۱۳۶۴ در جایگاه ۲۹ جهان قرار گرفته بود اما در اواخر این دهه با شروع دوران

بازارهای جهانی وضعیت مناسبی ندارد. البته در اوائل دهه ۱۳۷۰ به ۱۳۸۰ نسبت وضعیت صادرات این محصولات بهتر از سالهای اخیر بوده است. براین اساس لازم است با اتخاذ سیاستهای تجاری مناسب زمینه بهبود جایگاه ایران در صادرات این محصولات در حد رتبه و جایگاه تولیدی این محصولات میسر گردد.

در کل وضعیت صادرات سیب درختی و فرآورده‌های آن از ایران مناسب نمی‌باشد و علی‌رغم اقدامات مناسب و خوب دولت در بهبود تولید و مصرف داخلی این محصولات در ایران اما سیاستهای مربوط به توسعه بازارهای خارجی این محصولات مناسب نبوده است. در این بین ایران باتوجه به جایگاه بالایی که در تولید این محصولات در جهان دارد اما در بین بازیگران



نمودار ۶- روند مقدار صادرات سیب از ایران در سالهای ۱۳۷۰ الی ۱۳۸۷



نمودار ۷- روند ارزش صادرات سیب از ایران در سالهای ۱۳۷۰ الی ۱۳۸۷

ارزش صادرات آب سیب تداوم داشته و ارزش کل صادرات آب سیب و میوه سیب در یک سطح بوده‌اند.

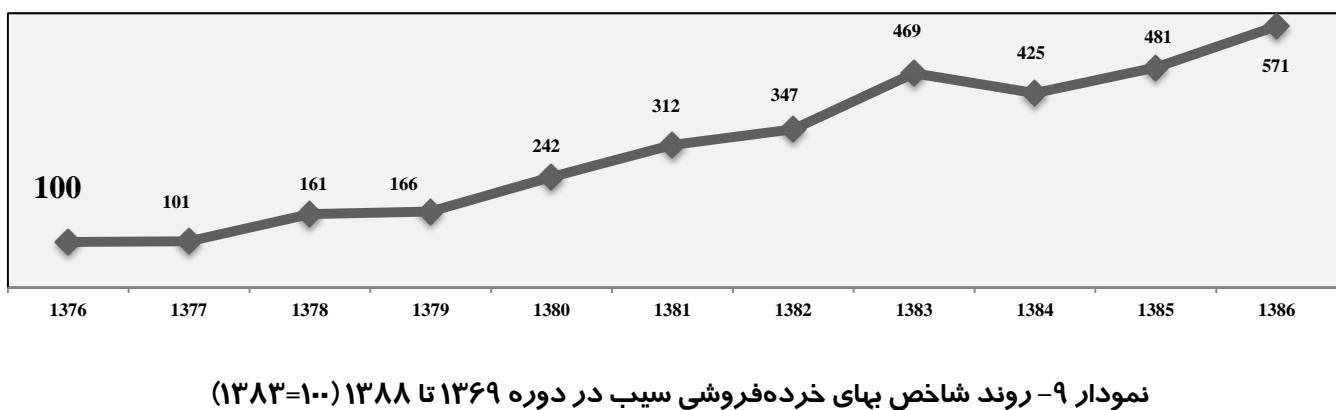
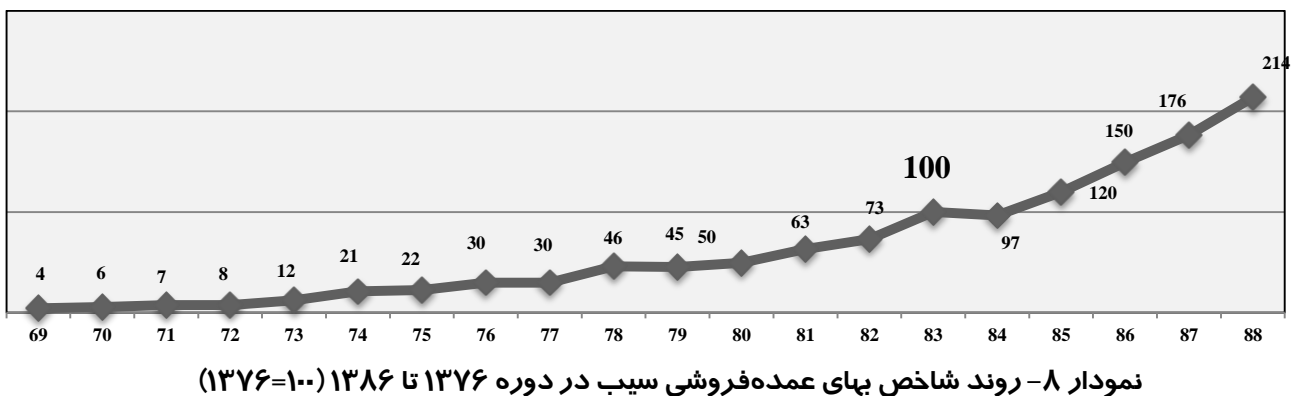
#### ۴-۳. بررسی اثرات سیاستهای تنظیم بازار دولت بر روند قیمت سیب درختی

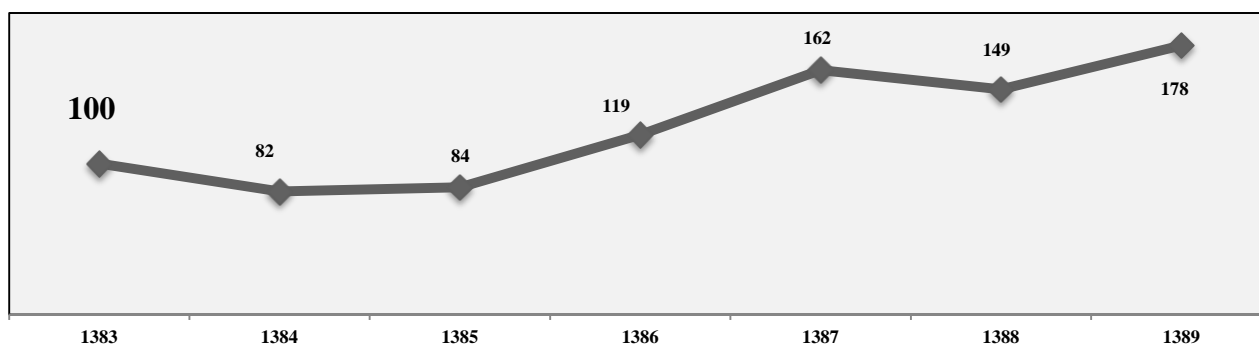
روند شاخص قیمت تولیدکننده، عمده‌فروش و شاخص قیمت خرده‌فروشی سیب درختی در نمودار (۸) تا (۱۰) آورده شده است. همان‌گونه که در این نمودار مشخص است، در دوره مورد بررسی در ابتدای دوره تفاوت قیمت تولیدکننده، عمده‌فروش و خرده‌فروشی سیب درختی کم بوده و به مرور با افزایش این سه

باید توجه داشت که روند صادرات سیب درختی و فرآورده‌های آن از نظر ارزش دلاری آن کمی متفاوت با روند مقدار صادرات این محصول در دوران مورد بررسی بوده است. روند ارزش صادرات سیب درختی تا اواسط دهه ۱۳۸۰ صعودی و از سال ۱۳۸۵ به بعد روند ارزش صادرات این محصول بشدت نزولی شده است. به‌طوریکه ارزش صادرات این محصول در سال ۱۳۸۶ در حد ۱۳۶۵ کاهش یافته است. یعنی ارزش دلاری صادرات سیب درختی را که در طی بیش از ۲۰ سال، به مرور و کم‌کم به ۸۰ میلیون دلار افزایش یافت، به یکبار به کمتر از ۱۰ میلیون دلار کاهش یافت. البته بعد از سال ۱۳۸۵، روند صعودی

عرضه این محصولات تعداد زیادی واسطه تحت نام‌های سلف خر، بنکدار، عمده‌فروش و خرده‌فروش فعالیت دارند. به این ترتیب ساختار نظام توزیع محصولات کشاورزی در ایران، به صورت سنتی و با کمترین استفاده از ابزار و روش‌های نوین فعالیت، محصولات تولیدی کشاورزان را با کمترین قیمت ممکن خریداری و با انجام درجه‌بندی و بسته‌بندی غیر استاندارد و دستی همچنین دست به دست شدن زیاد محصولات توسط واسطه‌ها و استفاده از وسایل حمل و نقل غیر استاندارد، آنها را با قیمت بالایی نسبت به قیمت خرید از کشاورزان در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند. در این بین مصرف‌کنندگان برای امکان انتخاب محصول مورد نیازش (جدا کردن) با توجه به کیفیت و تعداد مورد نیازشان، باید قیمت بیشتری با چانه زنی با فروشندگان، پرداخت نمایند.

شاخص، تفاوت آنها بیشتر می‌شود. به طوری که در اواخر دوره تفاوت این سه شاخص قیمت، افزایش یافته است. لازم به ذکر است یکی از مشکلات ساختاری نظام توزیع کالاها و خدمات در ایران، تفاوت زیاد بین قیمت خرید کالاها و قیمت محصولات کشاورزی از کشاورزان و تولیدکنندگان و قیمت عرضه این محصولات به مصرف‌کنندگان نهایی می‌باشد. به این ترتیب از یک طرف تولیدکنندگان و کشاورزان علی‌رغم صرف هزینه و زمان زیاد برای تولید محصولات، معمولاً آن را به قیمت بسیار کمی می‌فروشند و از طرف دیگر مصرف‌کنندگان می‌باید محصولات مورد نیازشان را به قیمت بسیار بالایی نسبت به قیمت تولیدکننده، خریداری نمایند. قابل ذکر است توزیع محصولات کشاورزی در ایران عمدتاً به صورت سنتی و بدون رعایت بیشتر استانداردهای لازم به خصوص در زمینه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان انجام می‌گیرد. همچنین در فرآیند تولید تا





نمودار ۱۰- شاخص بهای تولیدکننده سیب از سال ۱۳۸۳ تا ۱۳۸۹ (۱۳۸۳=۱۰۰)

با بالاترین کیفیت و کمترین قیمت، همراه با رعایت همه استانداردهای لازم و ضروری در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، برنامه ریزی و اجرا می‌نمایند. برای این منظور، اولاً سیاست‌های اقتصادی مناسب را اتخاذ می‌نمایند، ثانیاً قوانین، مقررات و دستورالعمل‌های ایجاد، فعالیت، کنترل، نظارت و بازرسی مطلوب فعالان بازار را تدوین و بازنگری می‌نمایند و ثالثاً از طریق ایجاد و یا انحلال نهادها و سازمان‌های ذی‌ربط زمینه نظارت بر فرآیند مربوط را آماده می‌نمایند. به این ترتیب در بازارهای جهانی، بنگاه‌هایی که همه اصول علمی در فرآیند فرآوری، بسته‌بندی، درج‌بندی، حمل و نقل، ذخیره‌سازی و... را در انجام فعالیت‌های مختلف زنجیره تامین انجام دهند، موفق خواهند شد. شایان ذکر است شکل‌گیری فضای رقابتی در بازارهای کشورهای توسعه یافته به دلیل آماده نمودن بستر مربوطه توسط دولتها، موجب گرایش بنگاه‌ها به استفاده از ابزار و روش‌های نوین در انجام فعالیت‌های مختلف از جمله بازرگانی شده است. به این ترتیب مشاهده می‌شود در اکثر کشورها، بخش اعظم فعالیت بازرگانی در زنجیره تامین توسط فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای انجام می‌گیرد. این فروشگاه‌ها به صورت گسترده با حذف واسطه‌ها، اقدام به سفارش خرید کالاها از تولیدکنندگان مختلف از جمله کشاورزان و باغداران براساس استانداردهای مربوطه در این زمینه می‌نمایند. این فروشگاه‌ها که تخصص زیادی در انجام همه فعالیت‌های زنجیره تامین کالاها دارند، کالا‌های خریداری شده از کشاورزان را به صورت علمی و در زمان مناسب چیده، درجه‌بندی، بسته‌بندی، نگهداری، حمل و نقل و در نهایت در شعبات مختلف به مصرف‌کنندگان نهایی

در هر حال وضعیت فعلی نظام توزیع و بازرگانی محصولات کشاورزی در ایران از جمله سیب درختی، به صورتی است که توان حمایت از تولیدکنندگان این محصولات را ندارد. چراکه علی‌رغم رشد مطلوب تولید سیب درختی در دوره مورد بررسی در کشور (کسب جایگاه سوم در تولید سیب درختی در سال ۱۳۸۸)، محصولات تولیدی عمدتاً در بازار داخلی به صورت سنتی و همانند گذشته با ۱۰ درصد ضایعات (متوسط سهم ضایعات سیب در جهان بین ۷ تا ۸ درصد از تولید است) به مصرف‌کنندگان عرضه می‌شود. ضمن آنکه محصولات سیب درختی تولیدی ایران، حضور کمی در بازارهای جهانی را دارند. چراکه عرضه محصولات در بازارهای جهانی نیاز به تخصص، تجربه و رعایت اصول و استانداردهای لازم در برداشت محصول، درجه‌بندی، بسته‌بندی، نگهداری، حمل و نقل و... دارند. همچنین در بازارهای جهانی محصولات مختلف، رقابت زیادی در عرضه محصولات با کیفیت بالاتر و قیمت کمتر و رعایت کلیه استانداردهای لازم، وجود دارد. براین اساس مشاهده می‌شود که علی‌رغم مزیت، توان و امکان مقدار زیادی صادرات سیب درختی، به دلیل ساختار سنتی و کوچک بنگاه‌ها از یک طرف و همچنین نظام ناکارآمد بازرگانی و توزیع سیب درختی در کشور از طرف دیگر، جایگاه صادرات سیب درختی در ایران بسیار کم است. لازم بذکر است پیش نیاز عرضه کالاها و خدمات در بازارهای جهانی، فعالیت مناسب در بازارهای داخلی مشابه با بازارهای جهانی می‌باشد. براین اساس، کشورها برای حضور قدرتمند در بازارهای جهانی، فضای فعالیت بنگاه‌های مختلف در بازار داخلی را در جهت رقابت برای کسب سود با انجام فعالیت‌ها

افزایش سود و درآمدشان، اقدام به توسعه بازار فعالیت شان از بازارهای داخلی به بازارهای جهانی می‌نمایند.

## جمع‌بندی و ملاحظات

عمده‌ترین سیاست‌های تنظیم بازار سیب درختی توسط دولت در سال‌های اخیر به شرح موارد ذیل بوده است:

- ۱) تعیین نرخ تضمینی خرید انواع سیب درختی.
- ۲) ارائه تسهیلات برای گسترش سطح باغات کشور به خصوص باغات سیب درختی.
- ۳) تخصیص بودجه برای ذخیره‌سازی سیب درختی برای عرضه در ایام آخر سال از محل محصولات تولیدات داخل.
- ۴) استفاده از نرخ تعرفه فصلی برای واردات سیب در ماه‌هایی که مقدار تولید محصول در کشور ناچیز و صفر است.

با توجه به سیاست‌های فوق‌الذکر دولت برای بهبود نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی، فرآورده‌های آن، می‌توان اذعان داشت که بخش اعظم برنامه‌های دولت برای افزایش تولید محصول با توجه به اهداف مدنظر از توفیق مناسبی برخوردار بوده اما در زمینه بازرگانی داخلی و خارجی این محصولات، دولت موفق نبوده است. به‌طور کلی هدف عمده دولت در سیاست‌های به‌کار گرفته شده برای تنظیم بازار سیب درختی و فرآورده‌های آن از یک طرف افزایش تولید داخلی این محصولات بوده و از طرف دیگر افزایش رعایت استانداردهای معمول در فرآیند درجه‌بندی، بسته‌بندی، ذخیره‌سازی، حمل و نقل و در نهایت عرضه این محصولات به مصرف‌کنندگان در طول سال بوده است. بررسی روند تولید سیب درختی، نشان از دستیابی به اهداف افزایش تولید در این زمینه بود. اما در ارتباط با بهبود کیفیت و استاندارد شدن فرآیند زنجیره تامین سیب درختی، متأسفانه همچنان این فرآیندها به‌صورت سنتی و با کمترین استفاده از ابزار و روش‌های نوین انجام می‌گیرد.

سیاست‌های مختلف به‌کار گرفته شده توسط دولت برای افزایش تولید سیب درختی کشور توانسته به اهداف متعالی دولت در این زمینه دست‌یابد و در حال حاضر نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی کشور عمدتاً از محل تولیدات داخلی تامین

عرضه می‌نمایند. در این فرآیند اولاً تعداد زیادی واسطه حذف می‌گردد، ثانياً محصولات به‌صورت کاملاً علمی با استفاده از ابزار و روش‌های نوین در زمان و هزینه کمتر و رعایت همه استانداردها، آماده عرضه به مصرف‌کنندگان می‌شوند، ثالثاً امکان خرید به قیمت مناسب و به مقدار و کیفیت مد نظر برای همه مصرف‌کنندگان در فضای استاندارد در شعبات فروشگاه‌های زنجیره‌ای آماده است. به این ترتیب محصولات باتوجه به کیفیت به قیمت بیشتر از حالت سنتی از کشاورزان خریداری و با صرف حداقل هزینه در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرد. این چنین ساختار و عملکردی در نظام تهیه، تدارک و عرضه کالاها و خدمات در اکثر کشورهای جهان دایر است. اما در مقابل همان گونه که اذعان گردید، ساختار و عملکرد فعالان نظام تهیه، تدارک و عرضه در ایران به‌صورت سنتی و کمترین استفاده از ابزار و روش‌های نوین فعالیت انجام می‌گیرد. که ساختار و عملکرد فعالان کاملاً برعکس شرایط مطلوب و بهینه در سایر کشورها شکل گرفته است. براین اساس برای بهبود نظام تهیه، تدارک و توزیع کالاها و خدمات در ایران نیز لازم است، طوری برنامه ریزی و سیاست‌گذاری شود که به مرور بنگاه‌های سنتی و کوچک به سمت ایجاد بنگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای که در انجام فعالیت‌های مربوطه در زنجیره تامین کالاها، از اصول و استانداردهای علمی استفاده می‌نمایند، سوق یابند.

در هر حال باید توجه داشت که بخش بازرگانی اهمیت زیادی در بهبود تنظیم بازار سیب درختی و سایر کالاها به خصوص محصولات کشاورزی دارد. براین اساس برای ارتقای جایگاه و سهم صادرات سیب درختی و سایر فرآورده‌های ایران به بازارهای جهانی، همپای جایگاه و رتبه تولید این محصول ایران در جهان و همچنین حمایت از مصرف‌کنندگان آن توسط مصرف‌کنندگان، اقدامات لازم برای شکل‌گیری بنگاه‌های مدرن و زنجیره‌ای در زنجیره تامین و توزیع کالاها و خدمات شکل پذیرد. شکل‌گیری و گسترش فعالیت بنگاه‌های مدرن زنجیره‌ای (گسترش استفاده از علم و همچنین ابزار و روش‌های نوین فعالیت در تولید و بازرگانی کالاها و خدمات) موجب حمایت همزمان هم از تولیدکنندگان و هم از مصرف‌کنندگان می‌شود، بنگاه‌ها برای

می‌شود. این موضوع اگرچه موجب شده که نوسانات مختلف قیمت در بازار جهانی اثرات کمی بر قیمت محصولات تولید شده در داخل کشور داشته باشد اما از طرف دیگر نوسانات تولید داخلی اثرات زیادی بر قیمت در بازار داخلی دارد. از این رو نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی در ایران در مقابل تهدیدهای خارجی شکننده نمی‌باشد اما در مقابل تهدیدات داخلی بسیار شکننده است.

### **عمده‌ترین چالش‌های موجود نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی در ایران**

با توجه به موارد پیش گفته در این گزارش نظام تهیه، تدارک و توزیع انواع سیب درختی کشور دارای مشکلات و چالش‌های فراوانی است که برخی از عمده‌ترین آن‌ها به شرح ذیل است:

مهم‌ترین چالش نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی در ایران، انجام بخش اعظم درجه‌بندی، بسته‌بندی، ذخیره‌سازی، حمل و نقل و در نهایت عرضه محصول به مصرف‌کنندگان به صورت سنتی و با کمترین استفاده از ابزار و روش‌های نوین همچون سایر کشورها به خصوص کشورهای توسعه یافته است. به این ترتیب مشاهده می‌شود علی‌رغم تولید مقدار زیادی محصول سیب درختی در بخش کشاورزی، به دلیل فعالیت تعداد زیادی واسطه به صورت سنتی، عموماً محصول تولیدی کشاورزان به قیمت ارزان خریداری و با چندین برابر قیمت خرید از تولیدکنندگان، سیب درختی به مصرف‌کنندگان عرضه می‌شود. در این شرایط سود و درآمد واسطه‌ها و عرضه‌کنندگان خیلی بیشتر از تولیدکنندگان و باغداران سیب است.

دومین چالش اساسی در نظام تهیه، تدارک و عرضه سیب درختی در ایران عدم توجه به بخش بازرگانی همچون تولید است. براین اساس مشاهده می‌شود که دولت برای افزایش سطح باغات سیب، افزایش عملکرد تولید باغات سیب که نتیجه این دو در افزایش سطح تولید به حدود دو میلیون و هفتصد هزار تن، اقدامات مناسبی انجام داد. اما در زمینه بازرگانی داخلی و خارجی این محصولات اقدامات مناسبی برای ایجاد فضای رقابتی و استفاده از ابزار و روش‌های نوین فعالیت انجام نگرفته است. البته باید توجه داشت که مشکل بخش بازرگانی تنها مربوط به این

محصول نمی‌باشد و بیشتر محصولات کشاورزی و غیر کشاورزی ایران با مشکل حوزه بازرگانی به خصوص نظام توزیع روبرو می‌باشند. در این ارتباط نیز دولت در طرح تحول نظام اقتصادی کشور، طرح تحول نظام توزیع را مد نظر قرار داده است.

سومین چالش اساسی در زمینه نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی، دغدغه تامین و توزیع میوه ایام عید نوروز از جمله سیب درختی توسط دولت است. در سال‌های دهه ۱۳۸۰، به مرور دولت اقدام به مداخله برای تامین و توزیع سیب درختی به قیمت مناسب برای ایام آخر سال مردم وارد گردید. در سال‌های قبل از این دهه، نظام بازار با توجه به مقدار تولید و شرایط آب و هوایی و عرضه و تقاضای بازار، قیمت‌گذاری این محصول صورت می‌گرفت. اما در سال‌های دهه اخیر، با توجه به اقدامات چندین ساله دولت در این زمینه، تامین و توزیع سیب درختی و مرکبات در آخر سال وابسته به اقدامات دولت شده است. به این ترتیب مشاهده می‌شود که علی‌رغم اینکه دولت در سال‌های اخیر انرژی و هزینه زیادی برای اصلاح نظام تهیه، تدارک و توزیع کالاهای یارانه‌ای همچون گندم، آرد و نان صرف نموده، برخی اقدامات نسنجیده موجب وابستگی نظام تهیه، تدارک و عرضه سیب درختی و برخی مرکبات در ایام عید به دخالت مستقیم دولت شده است. این موضوع موجب آن شده که علی‌رغم تولید مقدار زیادی محصول سیب درختی، با توجه به نگاه کوتاه مدت در برخی سال‌ها دولت اقدام به استفاده از ابزار حمایت از واردات سیب درختی برای تنظیم بازار نموده است. در این شرایط مشاهده شده که مقدار واردات در ایام ابتدای سال بقدری بوده که موجب زیان کشاورزان و تولیدکنندگان سیب درختی کشور شده است.

در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی دولت همواره سعی در مدیریت بازار ارز کشور و ثابت نگه داشتن آن داشته و از طرف دیگر همواره نرخ تورم دو رقمی بوده است. این موضوع موجب شده هزینه تولید محصولات در داخل کشور با افزایش هزینه‌های عوامل تولید به خصوص نیروی کار، روند صعودی نسبت به واردات این گونه محصولات از بازار جهانی داشته باشد. بر این اساس نرخ تورم بالا و ثبات نرخ ارز برای واردات یکی از



تهدیدهای اساسی برای افزایش تولید سیب درختی و فرآورده‌های آن در کشور می‌باشد. در نتیجه برای افزایش تولید این محصولات در داخل کشور و استفاده مطلوب از توان تولیدی کشور به جای واردات نیاز به توجه دولت برای جلوگیری از افزایش نقدینگی و نرخ تورم است.

بررسی سیاست‌های تنظیم بازار سیب درختی و فرآورده‌های آن در سایر کشورها نشان می‌دهد که در اکثر کشورها در صورت نیاز به واردات این محصولات سعی در برنامه‌ریزی برای واردات میوه به جای کنسانتره و آب سیب جهت استفاده از ارزش افزوده و اشتغال مربوطه در داخل کشورشان نموده‌اند. بر این اساس در ایران نیز با توجه به ظرفیت‌های بسیار بالای صنایع تولید فرآورده‌های غذایی مرتبط با سیب به خصوص کنسانتره و آب سیب، باید طوری برنامه‌ریزی انجام شود که اولاً مازاد تولید سیب درختی کشور برای تولید فرآورده‌های مرغوب آن استفاده شود و ثانیاً در صورت کمبود عرضه این گونه فرآورده‌ها در بازار داخل، شرکت‌های معتبر خارجی با استفاده از سیب درختی تولید ایران، مجاز به عرضه محصولاتش به بازار ایران باشد.

از جمله چالش‌های دیگر نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی ایران، مازاد عرضه محصول سیب درختی نسبت به تقاضای بازار داخلی و خارجی می‌باشد. بر این اساس لازم است اقداماتی برای افزایش مصرف در بازار داخلی و همچنین گسترش عرضه این محصول به بازارهای جهانی انجام پذیرد. در این ارتباط استفاده از میوه سیب درختی در تغذیه رایگان دانش آموزان، دانشگاهها و سایر مراکز تغذیه وابسته به دولت، موجب افزایش مصرف این محصول با ارزش در سبد مصرفی کشور می‌شود.

چالش‌های جهانی شدن شاید بزرگترین چالش محصولات تولیدی کشور از جمله سیب درختی و فرآورده‌های آن می‌باشد. تسهیل سیاست‌های مربوط به تجارت در بازارهای جهانی برای گسترش حضور شرکت‌های تولیدکننده داخلی در صادرات انواع سیب درختی و فرآورده‌های مورد عرضه در بازارهای جهانی به خصوص در کشورهای همسایه و منطقه می‌تواند موجب افزایش توان تولیدی و رقابتی این شرکت‌ها در بازارهای جهانی گردد.

با توجه به موارد فوق‌الذکر مهمترین چالش‌های نظام تهیه، تدارک و توزیع سیب درختی (تنظیم بازار) در ایران را می‌توان به شرح ذیل تقسیم بندی نمود.

**الف-** یکی از مهمترین چالش‌های تنظیم بازار سیب درختی ایران مربوط به انجام بخش اعظم فعالیت‌ها در زنجیره تامین و توزیع سیب درختی در کشور به صورت سنتی و عدم گسترش استفاده از ابزار و روش‌های نوین در فرآیند درجه‌بندی، بسته‌بندی، حمل و نقل، نگهداری، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی انواع مختلف سیب درختی همچون سایر کشورها می‌باشد.

**ب -** دومین چالش تنظیم بازار سیب درختی ایران مربوط به تمرکز عمده سیاست‌های اتخاذی دولت برای افزایش تولید سیب درختی و فرآورده‌های آن و عدم توجه به شکل‌گیری فضای رقابتی در فرآیند بازرگانی داخلی و خارجی این محصول همچون فرآیند تولید این محصولات است.

**ج -** سومین چالش تنظیم بازار سیب درختی در سالیان اخیر مربوط به گسترش حضور دولت در نظام تهیه، تدارک و عرضه سیب درختی در ایام آخر سال در سال‌های دهه ۱۳۸۰ به ضرر استفاده از تولیدات داخل کشور و افزایش استفاده از محصولات وارداتی برای تنظیم بازار بوده است.

حال با توجه به مشکلات، چالش‌ها و تهدیدهای فوق‌الذکر، در ادامه به صورت مختصر و اجمالی، عمده‌ترین توصیه‌های سیاستی در جهت بهبود وضعیت تولید، تجارت و مصرف سیب درختی و فرآورده‌های آن، که باید مد نظر قرار گیرند، ارائه شده است:

## **توصیه‌های سیاستی (اقدامات لازم برای تنظیم بازار سیب درختی در ایران)**

۱. با توجه به موارد فوق، یکی از مهمترین دلایل وجود برخی نابسامانی‌ها در تنظیم بازار سیب درختی در ایران مربوط به ساختار و عملکرد سنتی، فعالان زنجیره تامین و توزیع سیب درختی است. بر این اساس در جهت بهبود این وضعیت، لازم است اقداماتی برای شکل‌گیری و فعالیت نهادهای مدرن

برای آماده‌سازی سیب درختی تولید کشور، جهت عرضه در بازار داخلی و خارجی با استفاده از ابزار و روش‌های نوین به‌جای فعالان سنتی فعلی صورت پذیرد. البته باید توجه داشت این موضوع تنها مربوط به تنظیم بازار سیب درختی کشور نمی‌باشد و برای بیشتر کالاها و خدمات، باید بستر و فضای رقابتی برای تغییر ساختار و عملکرد فعالان بخش بازرگانی انجام گیرد. در ارتباط با محصول سیب درختی، لازم است برنامه‌ریزی برای اتخاذ سیاست‌های مناسب جهت سوق‌دهی فعالان سنتی زنجیره تامین سیب درختی، برای ایجاد شرکت‌های بزرگ زنجیره‌ای (فروشگاه‌های زنجیره‌ای) محصولات کشاورزی یا به‌صورت عام برای همه کالاها صورت پذیرد.

۲. ایجاد و فعالیت تعاونی‌های عرضه مستقیم محصول به بازارهای مصرف در بین باغداران تولیدکننده سیب درختی از جمله دیگر اقدامات پیشنهادی برای تنظیم بازار سیب درختی می‌باشد. در این زمینه باید در مناطق عمده تولید سیب درختی کشور، در بین باغداران زمینه شکل‌گیری تعاونی‌های برای برداشت، درجه‌بندی، بسته‌بندی، نگهداری، حمل و نقل و در نهایت عرضه مستقیم محصول در بازارهای داخلی از طریق میادین میوه و تره‌بار و در بازارهای جهانی صورت پذیرد.

۳. با توجه به ظرفیت بالای تولید سیب درختی در کشور که بسیار بیشتر از مقدار مصرف داخلی است، باید اقداماتی برای افزایش ظرفیت تولید فرآورده‌های مختلف تولیدی از سیب درختی کشور انجام پذیرد. در این زمینه لازم است حمایت دولت برای نوسازی و بازسازی واحدهای قدیمی و همچنین ایجاد واحدهای جدید با استفاده از فن‌آوری روز دنیا به خصوص استفاده از روش‌های نوین بسته‌بندی صورت پذیرد.

۴. در جهت ساماندهی عرضه سیب درختی در ماه آخر سال (ایام عید نوروز)، لازم است تمهیداتی برای ذخیره‌سازی محصول مناسب در دو تا سه درجه از تولیدات کشور صورت پذیرد. در این ارتباط باید به گونه‌ای اقدام گردد که به مرور فعالان بخش غیر دولتی در یک فضای رقابتی اقدام به ذخیره‌سازی

و عرضه محصول در شرایط استاندارد در ماه‌های مختلف سال فعالیت نمایند.

۵. براساس نظر کارشناسان تغذیه، مصرف روزانه سیب درختی تاثیر زیادی در سلامت افراد جامعه دارد، در نتیجه لازم است دولت در برنامه‌های تغذیه رایگان مدارس، دانشجویان، پادگان‌ها و...، به‌صورت اجباری این محصول را قرار دهد.

۶. حمایت دولت از انجام طرح‌های مطالعاتی توسط محققین به خصوص در دانشکده‌های کشاورزی برای تنوع بخشیدن محصولات و فرآورده‌های تولیدی از سیب درختی و همچنین استفاده از روش‌ها و شیوه‌های مناسب درجه‌بندی و بسته‌بندی محصول سیب درختی تولیدی کشور برای عرضه به بازارهای داخلی و صادراتی.

۷. تجربه سال ۱۳۸۵ در زمینه استفاده از تعرفه فصلی برای واردات سیب درختی مورد نیاز برای عرضه در ماه‌های آخر سال نشان داد که از این ابزار نمی‌توان برای حمایت از مصرف‌کنندگان بخوبی استفاده نمود چراکه اولاً پروسه واردات زمانبر است و محصول وارداتی عمدتاً در چندین ماه بعد به کشور وارد شده همچنین این امر موجب گرایش برای واردات سیب درختی مورد نیاز در بخش زیادی از سال و وارد آمدن ضرر به باغداران کشور شده است. ضمن آنکه محصول وارداتی به قیمت چندین برابر قیمت بازار جهانی عرضه شده است.

۸. الزام واحدهای صنفی عمده‌فروشی و خرده‌فروشی و میادین میوه و تره‌بار به استفاده از ابزار و روش‌های استاندارد در حمل و نقل، نگهداری و توزیع سیب درختی در کشور. ارائه برنامه‌های مختلف برای آگاه‌سازی مصرف‌کنندگان به ارزش‌های غذایی سیب درختی و اثرات آن بر سلامتی افراد و چگونگی مصرف و مزایای آن در رسانه‌های گروهی.

• ارائه استانداردهای مناسب و اجباری برای کلیه فرآیند زنجیره تامین سیب درختی در بازار داخلی نظیر درجه‌بندی، بسته‌بندی، حمل و نقل، ذخیره‌سازی و عرضه محصول به بازار توسط موسسه استاندارد همچون فرآیند صادرات سیب درختی و همچنین تولید و نگهداری

فرآورده‌های سیب درختی و الزام رعایت آن توسط فعالان تولید، تجارت و عرضه این محصولات.

## پی‌نوشت

### 1. Procurement.

۲. دولت هر ساله برای سیب‌درختی و پرتقال قیمت تضمینی اعلام می‌کند ولی میزان خرید بسیار اندک است. علت این امر نیز وجود سلف‌خرهایی است که به دلیل مشکل نقدینگی تولیدکنندگان اقدام به پیش خرید میوه می‌نمایند. در صورتی که دولت برای نوع خاصی از سیب‌درختی و پرتقال (با ویژگی‌های خاص) اقدام به خرید تدارکاتی نماید، علاوه بر کاهش نقش سلف‌خرها تنظیم بازار این محصولات نیز از

نوسانات کمتری برخوردار خواهد بود. نقش تعاونی‌های تولیدی و توزیع در این راستا بسیار پررنگ است. برای نمونه می‌توان به تعاونی پسته کاران اشاره نمود که به دلیل نقش پررنگ آن در مراحل مختلف تولید و توزیع، بازار پسته هیچگاه با چنین نوساناتی روبرو نیست.

## منابع

چراغی، داود، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، «مطالعه پشتیبان تنظیم بازاریب درختی»، ۱۳۹۰.  
گزارش «صد نکته در خصوص تنظیم بازار سیب درختی»، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، مجموعه گزارش‌های تابا، ۱۳۹۰.

