

تحلیل موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران در شهرستان محلات

علی امیری^{۱*}، رسول لوایی آدریانی^۲، سعدی فتح‌الهی گلام بحری^۳، خلیل کلانتری^۴

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تهران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه تهران

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه تهران

۴. استاد دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۲/۶/۱۹ - تاریخ تصویب: ۹۲/۱۲/۲۴)

چکیده

در این تحقیق، موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران در شهرستان محلات تحلیل و بررسی شد. جامعه آماری تحقیق شامل ۴۲۰ نفر از گلکاران محلات بود که صد نفر با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری ساده تصادفی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای بود که روایی آن توسط استادان و کارشناسان مربوط و تعدادی از متخصصان ایستگاه ملی تحقیقات گل و گیاهان زینتی شهرستان محلات تأیید شد. میزان پایایی پرسشنامه با روش آلفای کرونباخ بررسی شد و مقدار آن در بخش تولید (۰/۸۵ = α)، برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات (۰/۸۰ = α) و بازاریابی (۰/۹۱ = α) به‌دست آمد و این مقادیر مناسب بودن ابزار تحقیق را بیان می‌کنند. براساس نتایج تحلیل عاملی، موانع و مشکلات تولیدکنندگان در بخش‌های تولید، برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات، همچنین بازاریابی گل و گیاهان زینتی در هفت عامل اقتصادی، ظرفیت‌سازی برای ارتقای دانش، کمبود امکانات برداشت و فرآوری، مهارت و دانش فنی، مهارت‌آموزی بازاریابی، حمایت دولت از گلکاران و توانمندسازی گلکاران دسته‌بندی شدند.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی، برداشت، تولید، گل و گیاهان زینتی، محلات.

مقدمه

زینتی و برتری نسبی این محصول در مناطق تولید آن به‌ویژه محلات- واقع در استان مرکزی- که یکی از قطب‌های اصلی تولید گل در کشور است، مشکلات فراوان در زمینه تولید، برداشت، بسته‌بندی، فرآوری، صادرات و بازاریابی این محصول وجود دارد (kafi&malakooti, 2002). این مسئله ناشی از مشکلات و تنگناهای تولید و صادرات است. در مسیر تولید گل و گیاهان زینتی در محلات، موانع و مشکلاتی نیز وجود دارد که سبب ناکامی در دستیابی به اهداف برنامه‌های صادراتی می‌شود. بدیهی است شناخت موانع و مشکلات پیش روی گلکاران و ارائه راه‌حل منطقی و راهگشا، ضمن جلب رضایت آن‌ها برای تداوم تولید گل، روند رسیدن به اهداف

فرایند جهانی‌شدن اقتصاد و تجارت با شتاب زیادی درحال شکل‌گیری است و تقریباً بر اقتصاد تمام کشورها تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، افزایش در تجارت از طریق رشد صادرات، نفوذ در بازارهای جهانی و بین‌المللی و رهایی از اقتصاد تک محصولی برای دستیابی به رشد اقتصادی مستمر و پایدار از اهداف اقتصادی همه کشورهای از جمله ایران است. در این راستا، سهم محصولات غیر نفتی، به‌ویژه گل و گیاهان زینتی در بازار تجارت جهانی و صادرات، برخلاف توانایی‌ها و قابلیت‌های بالقوه، چندان چشمگیر نیست (zamanian, 2009). با وجود توانایی‌های بالقوه برای پرورش گل و گیاهان

منتشر کرد، مشکلات مدیریت آب کشاورزی شش مورد معرفی شدند که عبارتند از: مشکلات نهادی و سیاسی، مالی و اقتصادی، مشکلات ناشی از کاهش سرمایه‌گذاری، چالش‌های فناوری منابع آب پاسخگو به تقاضای روبه‌رشد برای آب، مسائل فقر و درآمد روستایی و ابعاد زیست‌محیطی و الزام‌آور پایداری (World bank, 2005). با توجه به این موضوع، به‌نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین عوامل در راستای مشکلات مدیریت آب کشاورزی، به‌ویژه در مناطق روستایی ایران، سرمایه‌گذاری اندک افراد باشد، زیرا به‌علت درآمد ناکافی جمعیت غالب روستاهای ایران، توانایی افراد برای پس‌انداز کردن در راستای سرمایه‌گذاری برای مدیریت آب و استفاده از روش‌های نوین آبیاری، به‌صورت حداقل است. در ادامه و به‌منظور بیان کردن اهمیت صادرات محصولات غیر نفتی، می‌توان عوامل زیادی را نام برد. در این مورد، بررسی مسائل و مشکلات تولیدی و صادراتی گل و گیاهان زینتی در استان مرکزی نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری خارجی، تبلیغات و بازاریابی برای انواع گیاهان می‌تواند در رونق صادرات غیر نفتی مؤثر باشد (taghsimi, 1999). علاوه بر این موضوع، در زمینه موانع تولید و بازاریابی گل و گیاه در استان مازندران مطالعه‌ای انجام گرفت و نتایج نشان می‌دهد با وجود مزیت نسبی تولید، به‌دلیل ضعف بازاریابی، میزان صادرات گل و گیاه چندان چشمگیر نیست (noroozi et al. 2005).

هدف کلی این تحقیق بررسی موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران شهر محلات است که اهداف اختصاصی زیر نیز در قالب آن مد نظر قرار گرفتند:

۱. شناخت ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای گلکاران مورد مطالعه،
۲. شناخت و تحلیل دیدگاه گلکاران در زمینه مشکلات تولید گل و گیاهان زینتی،
۳. شناخت و تحلیل دیدگاه گلکاران در زمینه مشکلات برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات گل،
۴. شناخت و تحلیل دیدگاه گلکاران در زمینه مشکلات بازاریابی گل و گیاهان زینتی.

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است که با روش پیمایشی اجرا شد. جامعه آماری تحقیق ۴۲۰ گلکار محلات است که با استفاده از فرمول کوکران صد نفر به روش نمونه‌گیری ساده تصادفی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌ای بود که براساس اهداف تحقیق در دو بخش شامل

برنامه صادراتی را سرعت می‌بخشد. در این راستا، با بررسی برخی از مطالعات داخلی و خارجی در این زمینه، عوامل بازدارنده و پیش‌برنده درمورد توسعه تولید گل و گیاهان زینتی مشخص شد. محدودیت‌ها و چالش‌های صنعت تولید گل و گیاهان بومی در آفریقای جنوبی توسط Coetzee et al. (2001) بررسی و مطالعه شد. مطالعه آن‌ها نشان داد توسعه تولید گل و گیاهان زینتی بومی آفریقا و حمایت از آن، مستلزم انتقال و استفاده از فناوری‌های نوین تولید و صنعتی کردن آن و همچنین سرمایه‌گذاری در بخش تحقیقات و آموزش تولید این محصول است. به‌نظر می‌رسد نتایج تحقیق این نکته را بیان می‌کند که بدون تغییر نگرش کشاورزان درمورد پذیرش نوآوری در فناوری‌های نوین، توسعه تولید این محصولات امکان‌پذیر نیست. Ozkan (2003) et al. ساختار تولید و مسائل اساسی بازاریابی صادراتی گل و گیاه را در کشور ترکیه مطالعه کردند. نتایج این تحقیق نشان داد تولیدکنندگان این منطقه اغلب به شیوه سنتی به پرورش و تولید گل می‌پردازند و تولیداتشان صنعتی نیست. اغلب واحدهای تولیدی از شیوه یا راهبرد مناسب بازاریابی استفاده نمی‌کنند و سعی دارند خودشان به‌طور مستقیم با واردکنندگان مذاکره کنند، در صورتی که در بسیاری موارد آگاهی کافی از شرایط بازار ندارند. با توجه به این موضوع می‌توان نتیجه گرفت تولیدکنندگان از روش‌های نوین کشت آگاهی کافی ندارند و در زمینه فروش محصولات و بازاریابی مناسب برای تولیداتشان نیز به افزایش اطلاعات و آگاهی لازم نیاز دارند. مروجان می‌توانند در مسیر رفع این نوع مشکلات به‌خوبی نقش ایفا کنند و در راستای افزایش دانش کشاورزان فعالیت داشته باشند. از جمله موانع بخش کشاورزی، تولید در قالب نوعی از نظام‌های بهره‌برداری است که ویژگی اصلی آن پایین بودن بازده آبیاری است (Osareh et al., 2006; Mahdavi, 2000).

در این زمینه، شاهدیم بخش کشاورزی نسبت به سایر بخش‌های مصرف‌کننده آب، با مشکلات بیشتری مواجه است، به‌صورتی که مهم‌ترین چالش بخش کشاورزی در شرایط کنونی تلاش در راستای مصرف آب با بازده بالا در واحد سطح است (Jin&Young, 2001). در این زمینه و برای رسیدن به این هدف، استفاده از روش‌های نوین آبیاری در بخش کشاورزی می‌تواند راهگشا باشد، زیرا کاهش سطح آب‌های زیرزمینی می‌تواند رابطه مستقیمی با کاهش میزان عملکرد محصولات کشاورزی داشته باشد. در نتایج تحقیقی که بانک جهانی

بیشتر گلکاران مورد مطالعه، ۳۸ درصد در زمینه تولید گل‌های آپارتمانی و شاخه‌بریده، ۳۵ درصد در تولید گیاهان باغچه‌ای و شاخه‌بریده و ۲۷ درصد در تولید گل‌های باغچه‌ای و آپارتمانی فعالیت داشتند. ۴۶ درصد از گلکاران مورد مطالعه در دوره‌های ترویجی شرکت کردند و بیشتر این تعداد از میان دوره‌های برگزارشده فقط در یک تا پنج دوره شرکت کردند. شایان ذکر است که ۴۷ درصد از گلکاران مورد مطالعه اعضای خانواده خود را در واحد تولیدی به کار می‌گیرند. ۹۳ درصد تولیدکنندگان، گلکاری را شغل اصلی خود معرفی کردند. همچنین، فقط ۲۸ درصد آن‌ها محصولاتشان را به خارج از کشور صادر می‌کنند که در این میان صادرات به آذربایجان و ارمنستان در اولویت است. ۹۶ درصد از تولیدکنندگان مورد مطالعه عضو اتحادیه گل و گیاه محلات هستند. در این تحقیق، به منظور بررسی موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران، پنجاه مشکل به پاسخگویان ارائه شد و از آنان خواسته شد براساس طیف لیکرت میزان اهمیت هریک از گویه‌ها را به‌عنوان مهم‌ترین موانع و مشکلات تولیدکنندگان مشخص کنند. برای اولویت‌بندی موانع و مشکلات از ضریب تغییرات (CV: Coefficient of Variation) استفاده شد و این اولویت‌بندی در سه زمینه مختلف شامل موانع و مشکلات تولیدکنندگان در بخش تولید گل و گیاهان زینتی، موانع و مشکلات در بخش برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات و موانع و مشکلات تولیدکنندگان در بخش بازاریابی انجام گرفت. بررسی نتایج اولویت‌بندی موانع و مشکلات تولیدکنندگان نشان داد در بخش تولید، «هزینه زیاد تجهیزات گلخانه»، «هزینه زیاد سوخت» و «کمبود آب» به ترتیب از دیدگاه گلکاران به‌عنوان سه مورد از مهم‌ترین موانع و مشکلات در بخش تولید گل و گیاهان زینتی شناخته شدند (جدول ۱).

مشخصات فردی، حرفه‌ای و دیدگاه گلکاران محلات در زمینه موانع و مشکلات تولید گل و گیاهان زینتی طراحی شد. روایی محتوای پرسشنامه براساس نظرهای استادان و کارشناسان مربوطه و تعدادی از متخصصان ایستگاه ملی تحقیقات گل و گیاهان زینتی شهرستان محلات تأیید شد. برای سنجش میزان پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که به ترتیب مقادیر به‌دست‌آمده برای بخش‌های مربوط به تولید ($\alpha=0/85$)، برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات ($\alpha=0/80$) و بازاریابی ($\alpha=0/91$) به‌دست آمد و بیانگر مناسب بودن ابزار تحقیق است. بررسی موانع و مشکلات در سه زمینه ذکرشده انجام گرفت که در زمینه مشکلات تولید ۲۳ گویه، در زمینه مشکلات برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات ۶ گویه و در زمینه موانع بازاریابی ۲۱ گویه و در مجموع ۵۰ گویه براساس پیشینه تحقیق شناخته شد و با استفاده از مقیاس لیکرت اندازه‌گیری شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS 18 تجزیه و تحلیل شدند و به‌این‌منظور از آماره‌های آمار توصیفی فراوانی، میانگین، انحراف معیار، نما، ضریب تغییرات و آزمون‌های آمار تحلیلی مانند تحلیل عاملی اکتشافی نوع R استفاده شد.

نتایج و بحث

طبق نتایج تحقیق، فقط ۹ درصد از آن‌ها دارای تحصیلات عالی بودند. تمام گلکاران مرد بودند و میانگین سن آن‌ها ۳۹ سال بود. بیشتر آن‌ها سابقه کار ده تا بیست سال داشتند. متوسط تعداد قطعات زمین یا گلخانه گلکاران نیز دو قطعه بود و ۷۳ درصد آن‌ها دو تا چهار قطعه زمین یا گلخانه داشتند. مساحت سطح زیر کشت ۶۴ درصد از آن‌ها ۷۰۰ تا ۳۰۰۰ متر مربع بود. در زمینه وضعیت مالکیت زمین، ۵۰ درصد از گلکاران مالک شخصی بودند. از نظر نوع فعالیت

جدول ۱. اولویت‌بندی موانع و مشکلات بخش تولید گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران

اولویت	CV	میانگین	انحراف معیار	موانع و مشکلات بخش تولید
۱	.۱۴۳۲	۴/۴۹	.۱۶۴۳	هزینه زیاد تجهیزات گلخانه
۲	.۱۸۷۳	۴/۵۷	.۱۸۵۶	هزینه زیاد سوخت
۳	.۲۴۸۰	۴/۰۸	۱/۰۱۲	کمبود آب
۴	.۲۸۰۴	۳/۸۹	۱/۰۹۱	دسترسی نداشتن به پایه‌های جدید گل و گیاه
۵	.۲۸۴۲	۴/۰۷	۱/۱۵۷	گرانی کارگر ماهر
۶	.۲۸۶۲	۴/۰۶	۱/۱۶۲	بهره بالای وام

نیز به ترتیب به عنوان اولویت‌های اول تا سوم مشکلات بخش بازاریابی گل و گیاهان زینتی مشخص شدند (جدول ۳).
به منظور دسته‌بندی موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی از روش آماری تحلیل عاملی با رویکرد تلخیص داده‌ها استفاده شد. تعیین و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی، با استفاده از آماره (Kaiser-Meyer-Olkin KMO) و آزمون بارتلت (Bartlett Test) انجام گرفت و همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب‌اند.

همچنین، «نداشتن مهارت لازم برای جلوگیری از افت کیفی محصول»، «کمبود امکانات برای نگهداری محصولات با فسادپذیری بالا»، «دسترسی نداشتن به ماشین‌آلات مناسب برای بسته‌بندی و فرآوری» به ترتیب از دیدگاه گلکاران به عنوان اولویت‌های اول تا سوم در زمینه موانع و مشکلات بخش برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات گل و گیاهان زینتی شناخته شدند (جدول ۲).
«نبود امکان ارسال محصول به بازارهای دورتر»، «درک نکردن تقاضای درحال تغییر بازار برای محصولات سودآورتر»، «تحریم‌های اقتصادی و تأثیر آن بر میزان صادرات»

جدول ۲. اولویت‌بندی موانع و مشکلات بخش برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران

اولویت	CV	میانگین	انحراف معیار	موانع و مشکلات بخش برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات
۱	۰/۲۵۸۰	۳/۷۷	۰/۹۷۳	نداشتن مهارت لازم برای جلوگیری از افت کیفی محصول
۲	۰/۳۲۷۹	۳/۹۳	۱/۲۸۹	کمبود امکانات برای نگهداری محصولات با فسادپذیری بالا
۳	۰/۳۵۵۶	۳/۸۸	۱/۳۸۰	دسترسی نداشتن به ماشین‌آلات مناسب برای بسته‌بندی و فرآوری
۴	۰/۳۶۲۲	۳/۸۴	۱/۳۹۱	نبود انبارهای مناسب برای نگهداری گل و گیاهان زینتی
۵	۰/۴۵۹۱	۳/۲۳	۱/۴۸۳	نبود ماشین‌های مکانیزه برای برداشت
۶	۰/۵۴۹۶	۳/۲۲	۱/۱۷۷	اطلاع نداشتن از فنون جدید برداشت

جدول ۳. اولویت‌بندی موانع و مشکلات بخش بازاریابی گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران

اولویت	CV	میانگین	انحراف معیار	موانع و مشکلات بخش تولید
۱	۰/۲۱۴۵	۴/۳۹	۰/۹۴۲	نبود امکان ارسال محصول به بازارهای دورتر
۲	۰/۲۵۶۰	۳/۹۶	۱/۰۱۴	درک نکردن تقاضای درحال تغییر بازار برای محصولات سودآورتر
۳	۰/۲۵۷۷	۴/۲۴	۱/۰۹۳	تحریم‌های اقتصادی و تأثیر آن بر میزان صادرات
۴	۰/۲۷۰۰	۴/۱۴	۱/۱۱۹	نبود شناخت کافی از شرکت‌های صادرات بین‌المللی گل
۵	۰/۲۹۳۶	۳/۹۶	۱/۱۶۳	دسترسی نداشتن به ماشین‌های حمل و نقل مجهز
۶	۰/۲۹۳۸	۳/۹۲	۱/۱۵۲	اطلاع نداشتن از اصول تبلیغات و شناساندن محصول به بازار مصرف

جدول ۴. مقدار آماره KMO و آزمون بارتلت

Sig	Bartlett Test	KMO	تحلیل عاملی
./۰۰۰	۲۸۴/۵۳۰	./۷۲	موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی از دیدگاه گلکاران در محلات

۵/۳۸۹ به تنهایی تبیین‌کننده ۲۰/۳۶۴ درصد واریانس کل است. هفت عامل مورد نظر در مجموع ۶۷/۶۹۳ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کنند (جدول ۵).

همچنین، برای تعیین تعداد عوامل براساس ملاک کیسر عمل شد. براساس این ملاک، فقط عواملی پذیرفته شدند که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از یک بود. تحلیل عاملی موانع و مشکلات تولیدکنندگان نشان می‌دهد عامل اول با مقدار ویژه

جدول ۵. عوامل استخراج شده با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد واریانس تجمعی آن‌ها

عامل‌ها	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد واریانس تجمعی
۱	۵/۳۸۹	۲۰/۳۶۴	۲۰/۳۶۴
۲	۴/۸۰۱	۱۹/۲۳۲	۳۹/۵۹۶
۳	۳/۳۴۹	۶/۴۴۰	۴۶/۰۳۶
۴	۳/۲۰۰	۶/۱۵۵	۵۲/۱۹۱
۵	۳/۰۲۱	۵/۸۱۰	۵۸/۰۰۱
۶	۲/۵۸۴	۴/۹۷۰	۶۲/۹۷۰
۷	۲/۴۵۶	۴/۷۷۲	۶۷/۶۹۳

جدول ۶. تعیین عوامل مربوط به بررسی موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی، متغیرها و بار عاملی مربوطه

نام عامل	متغیرها	بار عاملی
عوامل اقتصادی	گرانی کارگر ماهر	۰/۹۰۴
	هزینه زیاد سوخت	۰/۸۴۲
	گرانی کود	۰/۸۱۹
	هزینه زیاد تجهیزات گلخانه	۰/۸۱۶
	گرانی سم	۰/۷۲۷
	بهره بالای وام	۰/۷۰۱
	دسترسی نداشتن به پایه‌های جدید	۰/۸۲۲
ظرفیت‌سازی برای ارتقای دانش	قدیمی بودن ادوات و تجهیزات تولید	۰/۷۴۰
	کمبود آب	۰/۶۴۸
	کمبود امکانات برداشت و فرآوری	۰/۹۲۲
مهارت و دانش فنی	کمبود امکانات مناسب برای نگهداری گل و گیاهان زینتی	۰/۸۱۷
	اطلاع نداشتن از فنون جدید برداشت	۰/۹۱۸
	دسترسی نداشتن به ماشین‌آلات مناسب برای بسته‌بندی و فرآوری	۰/۶۸۶
مهارت‌آموزی بازاریابی	نداشتن مهارت لازم برای جلوگیری از افت کیفی محصول	۰/۵۹۶
	نبود امکان ارسال محصول به بازارهای دورتر	۰/۹۱۱
	نبود شناخت کافی از شرکت‌های صادرات بین‌المللی گل	۰/۷۴۳
	نبود دسترسی به ماشین‌های حمل و نقل مجهز	۰/۷۳۰
	درک نکردن تقاضای درحال تغییر بازار برای محصولات سودآورتر	۰/۶۹۹
حمایت دولت از گلکاران	نداشتن آرم مخصوص محصولات برای حمایت از تولیدکننده	۰/۵۲۸
	اطلاع نداشتن از اصول تبلیغات و شناساندن محصول به بازار مصرف	۰/۵۰۹
	کاهش تولید و فروش محصولات در ایام ویژه (مثلاً محرم و صفر)	۰/۸۳۲
	نداشتن استانداردهای تولید و تأثیر آن بر میزان صادرات	۰/۷۵۹
	ناتوانی گلکاران در بازاریابی مستقیم	۰/۷۲۲
توانمندسازی گلکاران	تحریم‌های اقتصادی و تأثیر آن بر میزان صادرات	۰/۶۰۱
	قدرت چانه‌زنی اندک در مذاکره با تجار	۰/۸۱۹
	نبود فروشگاه‌های عرضه مستقیم گل و گیاه برای گلکاران	۰/۷۲۴
	نداشتن کارشناس در ارائه اطلاعات بازاریابی	۰/۷۱۷

عامل‌ها به روش Varimax و نامگذاری عامل‌ها به شرح جدول ۶ است که موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان

اما وضعیت قرارگیری متغیرها در عوامل با فرض واقع شدن متغیرها با بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵، بعد از چرخش

در مرحله برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات گل و گیاهان زینتی باتوجه به اینکه نداشتن مهارت لازم برای جلوگیری از افت کیفی محصول به‌عنوان اولویت اول موانع و مشکلات در بخش برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات گل و گیاهان زینتی شناخته شد، برگزاری کلاس‌های آموزشی- ترویجی و ارائه راه‌حل مناسب به گلکاران در این زمینه از سوی متخصصان کشاورزی می‌تواند راهکار مناسبی باشد. برای نگهداری محصولات با فسادپذیری بالا، وجود پایانه‌های صادراتی گل و گیاه می‌تواند راهبرد مناسبی باشد. نقش واسطه‌ای پایانه‌ها با ایجاد ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان، صادرکنندگان و خریداران خارجی، ضمن کاهش هزینه‌های بازاریابی، امکان رقابت سالم و شفاف را فراهم می‌کند، خاصیت فسادپذیری سریع گل و گیاه را لحاظ می‌کند و در اسرع وقت به آماده‌سازی، بسته‌بندی و صدور این محصول به بازار هدف اقدام می‌کند.

در مرحله بازاریابی گل و گیاهان زینتی، با توجه به اینکه نبود امکان ارسال محصول به بازارهای دورتر به‌عنوان اولویت اول موانع و مشکلات در بخش بازاریابی گل و گیاهان زینتی شناخته شد، وجود پایانه‌های صادراتی گل و گیاه که وظیفه ارائه خدمات مورد نیاز را برای آماده‌سازی و صدور محصولات تولیدی بر عهده دارند می‌تواند راهکار مناسبی باشد.

درکنکردن تقاضای درحال تغییر بازار برای محصولات سودآورتر، به‌عنوان اولویت دوم موانع و مشکلات در بخش بازاریابی گل و گیاهان زینتی شناخته شد. در راستای رفع این مشکل، ارائه اطلاعات مربوط به بازاریابی و فروش محصول تولیدشده از سوی کارشناسان کشاورزی می‌تواند راهکار مناسبی باشد. همچنین، ترویج بازاریابی می‌تواند عامل کلیدی در آگاه‌کردن کشاورزان در زمینه بازاریابی باشد. باتوجه به این موضوع، به‌کارگیری مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری و کاربرد ترویج بازاریابی مانند توانمندسازی گلکاران، مدیریت و فروش محصول و... در زمینه گل و گیاهان زینتی نیز می‌تواند مورد توجه باشد.

زینتی در هفت عامل شامل عوامل اقتصادی، ظرفیت‌سازی برای ارتقای دانش، کمبود امکانات برداشت و فرآوری، مهارت و دانش فنی، مهارت‌آموزی بازاریابی، حمایت دولت از گلکاران و توانمندسازی گلکاران دسته‌بندی شدند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بررسی نتایج اولویت‌بندی موانع و مشکلات تولیدکنندگان گل و گیاهان زینتی نشان داد هزینه زیاد تجهیزات گلخانه و هزینه زیاد سوخت به‌عنوان اولویت‌های اول و دوم موانع و مشکلات در بخش تولید شناخته شدند. کمبود آب نیز در اولویت سوم مشکلات تولیدکنندگان در بخش تولید شناخته شد که این یافته با نتایج تحقیق Jin & Young (2001) مبنی بر مشکل کمبود آب و مهم‌ترین چالش بخش کشاورزی در شرایط کنونی در راستای تلاش برای مصرف آب با بازده بالا در واحد سطح، تطبیق دارد. در این زمینه، Yercan (2003) در بیان نتایج تحقیق خود، پایین‌بودن و ضعف در دانش، مهارت کشاورزان و همچنین نامطلوب‌بودن نگرش را از جمله مشکلات مدیریت صحیح منابع آب و افزایش راندمان مصرف آب کشاورزی می‌داند. همچنین، براساس نتایج تحلیل عاملی، موانع و مشکلات در عواملی به‌شرح زیر دسته‌بندی شد: در بخش تولید، عامل اول اقتصادی و عامل دوم ظرفیت‌سازی برای ارتقای دانش است. در بخش برداشت، بسته‌بندی، فرآوری و صادرات، عامل اول کمبود امکانات برداشت و فرآوری و عامل دوم مهارت و دانش فنی در زمینه تولید است. در بخش بازاریابی، عامل اول مهارت‌آموزی بازاریابی و عامل دوم حمایت دولت از گلکاران و عامل سوم توانمندسازی گلکاران است.

در مرحله تولید گل و گیاهان زینتی، با توجه به یافته‌ها و با توجه به اینکه هزینه زیاد تجهیزات گلخانه‌ای و هزینه زیاد سوخت به‌عنوان اولویت‌های اول و دوم موانع و مشکلات در بخش تولید گل و گیاهان زینتی شناخته شدند، پیشنهاد می‌شود یارانه و حمایت‌های مالی گلکاران از سوی دولت در نظر گرفته شود. همچنین، فراهم‌کردن تسهیلات با سود کم به‌منظور کمک به گلکاران در راستای تأمین نهاده‌های ثابت و متغیر نیز پیشنهاد می‌شود.

REFERENCES

Coetzee, J.H., Eigenhuis, W.J.H. and Littlejohn, G.M. (2001). The South African indigenous flower industry: challenges and limitations, at: www.actahort.org.

Jin, L. & Young, W. (2001). Water use in agriculture in china: importance, challenges, and implications for policy. Journal of water policy, 3, 215-228.

- Kafi, M. Malakoti, M. J., (2003). New perspective in production industry of ornamental flowers and plants relying on balanced nutrition. Sana press. Tehran. (In Farsi)
- Mahdavi, M. (2000). The role of management in optimized using than irrigation water. Proceedings of Tenth congress of Iranian national committee of irrigation and drainage. Tehran. Iran. (In Farsi)
- Norozi, GH., Zamanian, A. R and Hashemian, A. A. (2005). Study barriers of production and marketing in exporting of flowers and plants in the Mazandaran province. Fifth biennial conference of Iran agricultural economic. Sistan and balochestan University, Zahedan. (In Farsi)
- Osare, GH, Moetamedi, B & Eilkhazadeh, H. (2006). Comparison of irrigation efficiency in consolidate and none consolidate lands of irrigation network. Proceedings of National congress on .
- Ozkan, B., M.A. Çelikyurt, O. Karagüzel and F. Akkaya. (2003). Production structure and main marketing problems of export oriented cut flower industry in turkey, at: www.actahort.org.
- Raha, S. K. and N. Sultan. (1995). Marketing of flowers in Daka city. Bangladesh J. Agric. Econ. 18(1):3-56.
- Taghsimi, J. (1999). Take a look at the global market of flowers and plants. Institute of Business Studies and Research, Tehran. (In Farsi)
- World Bank. (2005). Shaping th Future of water for Agriculture: A Sourcebook for Investment in Agricultural Water Management, (1 st Ed). World bank publications, US.
- Yercan, M (2003). Management turning-over and participatory management of irrigation shemes: a case study of Gediz River Basin in Turkey. Agricultural water management, 62(3), 205-214.
- Zamanian, A. R., (2009). Flowers and plants Production and marketing in Iran. Offer an effective strategy through marketing mix model. Commercial studies. 39: 32-48. (In Farsi)

Archive 03