

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



عنوان کتاب: پرورش گل‌های زینتی و آپارتمانی

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاددانشگاهی)

صاحب امتیاز: موسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Issi.ir

سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از موسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان ستارخان، دربان نو یکم، شماره ۲۳ تلفن: ۵-۶۶۵۵۶۸۰۱

دورنگار: ۶۶۵۵۶۸۱۳

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱
مقدمه	۵
توصیف تولیدات	۱۴
فرایند راه‌اندازی کسب و کار و تولید محصول	۲۱
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۳۶
نیروی انسانی مورد نیاز	۴۷
سرمایه مورد نیاز	۴۸
وضعیت بازار تولیدات	۵۰
شیوه بازاریابی و معرفی محصولات	۵۲
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها	۶۶
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی	۶۶
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند	۶۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۶۸
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۶۹

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغه کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پررنگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راهها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگیهای کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند. امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

قدمت کشت و کار و نگهداری گل‌ها در ایران شاید همزمان با شروع کشاورزی بوده است. با نگاهی به تاریخ و فرهنگ ایران به نظر می‌آید که همواره ایرانیان در زمینه موضوعات مرتبط با گل‌ها جایگاه خوب و ارزنده‌ای داشته‌اند.

شاید قدیمی‌ترین گلخانه‌های موجود در ایران که در حال حاضر هم فعال هستند قدمتی در حدود ۷۵ - ۷۰ سال دارند. در حقیقت اهمیت اقتصادی این رشته، سابقه طولانی در ایران دارد. زمانی که بسیاری از کشورها نامی در زمینه پرورش گل و گیاه نداشته‌اند کشور ما با داشتن گلخانه‌های خوب و قابل قبول در زمان خود وضعیتی مناسب داشته است. کشت و کار پرورش گل‌های زینتی در ایران بعنوان یک رشته اقتصادی، سابقه‌ای به قدمت احداث گلخانه‌ها ندارد اما از زمان‌های گذشته، گلخانه‌دارها کار تکثیر و پرورش گیاهان را برای سرگرمی و گذران اوقات فراغت انجام می‌دادند.

امروزه به دلیل نیاز روز افزون بازار و خواست افراد جامعه و بدلیل محدود شدن فضای زندگی مردم این وضعیت کاملاً تغییر کرده است. بطوری که در سال‌های اخیر احداث گلخانه‌های نسبتاً مجهز و کارآمد به منظور کشت و

پرورش و تکثیر گیاهان زینتی و نیز توسعه اقتصادی پیشرفت زیادی داشته است.

ایران یکی از خواستگاه‌ها و زادگاه‌های طبیعی گیاهان زینتی از جمله لاله، سنبل، زنبق، سیکلمه و برخی از درختچه‌ها و تعداد زیادی از درختان میوه بشمار می‌آید و در منابع علمی دنیا اسناد و مدارک مربوط به این موضوع موجود است. ولی از نظر اقتصادی و صادرات گل و گیاه هنوز موقعیت مناسبی در سطح دنیا ندارد هر چند به لحاظ موقعیت جغرافیایی و آب و هوایی و قرار گرفتن در کنار کشورهای پرمصرف گل و گیاه، می‌تواند قطب تولیدی مهمی در این زمینه باشد.

عمده کشورهای مهم تولید کننده و مصرف کننده گل و گیاه به شرح

زیر می‌باشند:

۱. هلند	۲. ایتالیا	۳. آلمان
۴. سوئیس	۵. دانمارک	۶. بلژیک
۷. سوئد	۸. ژاپن	۹. انگلستان
۱۰. استرالیا	۱۱. فرانسه	۱۲. اسپانیا
۱۳. آمریکا		

این در حالی است که ایران در مقایسه با هلند از لحاظ موقعیت جغرافیایی و آب و هوایی و همچنین وضعیت نیروی کار، از موقعیت مناسب‌تر و ارزان‌تری برخوردار است.

رشته‌ها و زیر شاخه‌های متعددی در رابطه با گلکاری یا Flowerly Culture وجود دارد. یکی از این موارد استفاده از اندام‌های گیاهان زینتی می‌باشد. از لحاظ موقعیت مصرفی گیاهان، زینتی را به سه دسته تقسیم می‌کنند:

گیاهان یک ساله یا Plants Annual: گیاهان زینتی که بعنوان گل‌های فضای سبز استفاده می‌شوند. این گیاهان معمولاً مقاوم به سرما نیستند و دوره زندگی نسبتاً کوتاهی دارند. مانند گل اطلسی و آهار.

گل‌های دائمی یا Plants Perennial: گیاهانی که بیش از یک سال در فضای آزاد قابلیت رشد و نمو دارند. مانند گل تاج‌الملوک، داودی و زنبق‌های دائمی.

گیاهان آپارتمانی یا Indoor Plants: گیاهانی که فقط در فضای محدود آپارتمان‌ها و گلخانه‌ها قابل نگهداری هستند. مانند برگ انجیلی و فوتوس.

انواع گلکاری (Flowers culture)

✓ گیاهان گلدار گلدانی یا Plant Pot؛ گیاهانی که در فضای مستور آپارتمان رشد و نمو می‌کنند و بخش زینتی آنها همان گل است. مانند گل حنا، سیکلامن ایرانی، آزالیا و...



✓ گل‌های شاخه بریده یا Flowers Cut؛ گروه بسیار بزرگی از گیاهان زینتی در این رده هستند. تعداد زیادی از گیاهان زینتی بعنوان بخش‌های بریده شده و جدا از پایه مادری قابل عرضه به بازار هستند. نظیر انواع میخک، ژربرا، رز و ارکید.

بسته به نوع بازار و سلیقه خریداران تقریباً همه گیاهان Flower Cut شبیه بهم عرضه می‌شوند. اینطور که برآورد نشان می‌دهد معمولاً میخک، رز و ژربرا، سه محصول رده اول تا سوم گل‌ها شناخته شده‌اند.

✓ درختان، درختچه‌ها و پیچ‌های زینتی یا **Trees, Shrubs and Climbers**؛ این مجموعه در کشت و کار گیاهان زینتی جایگاه ارزنده‌ای دارد و ایران می‌تواند در این قسمت موقعیت خوبی کسب کند.

پرورش گیاهان زینتی آپارتمانی

امروزه به دلیل زندگی ماشینی و فاصله گرفتن انسان‌ها از طبیعت، نوعی خلاء در روح و روان انسان‌ها به وجود آمده است. رشد جمعیت، ساخت و ساز آپارتمان‌ها، گسترش برخی مشکلاتی که منشاء آنها روانی است، همه و همه نیاز ورود به طبیعت را به منازل دوچندان کرده است. از سوی دیگر حس زیبایی دوستی در انسان‌ها، باعث شده که بسیاری از منازل، آپارتمان‌ها، رستوران‌ها و موسسات مختلف، به نگهداری گل و گیاه زینتی گرایش پیدا کرده و اغلب در گوشه و کنار سالن‌ها، اطاق‌ها، دفاتر کار، محلی برای نگهداری گلدان یا گل‌های بریده در نظر می‌گیرند.

در یک تعریف اجمالی، فن گلکاری رشته‌ای از علم باغبانی است که جنبه‌های عمل آوردن و پرورش گیاهانی را که بنحوی از گل، شکل عمومی گیاه و یا میوه آنها از نظر زینتی استفاده می‌شود، مورد بحث قرار می‌دهد. برای آشنایی بیشتر با فن و هنر گلکاری، مطالب علمی و عمومی را در دو

قسمت جداگانه تحت عنوانین: گلکاری عمومی و گلکاری خصوصی مورد بحث قرار می‌دهیم.

گلکاری عمومی

در این بخش، کلیات اصول علمی که برای تربیت و پرورش گیاهان لازم است صحبت می‌شود. اطلاعات عمومی در زمینه روش‌های کاشت و تکثیر گیاهان، چگونگی و زمان کشت، وسایل مورد نیاز باغبانی، سازگاری گیاه با محیط، شناسایی شرایط لازم محیط برای کاشت گیاه از قبیل: حرارت، خاک، هوا، رطوبت، مواد غذایی، بیماری‌ها و آفات گیاهی و روش‌های کنترل و مبارزه با بیماری‌ها و آفات از جمله مسائلی هستند که پرورش دهنده گل باید از آنها مطلع باشد.

گلکاری خصوصی

در این بخش درباره هر نوع گیاه زینتی یا گل مورد نظر از جنبه‌هایی که در بحث گلکاری عمومی به آن اشاره شد به طور جداگانه بحث می‌کند و عبارت دیگر در این قسمت روش‌های بکار بردن مبانی علمی و عملی در طرز کشت و پرورش گیاهان و گل‌های مشخصی را مورد بحث قرار می‌دهد. با توجه به مباحث گفته شده، این سوال پیش می‌آید که گل‌ها و گیاهان

در کجا و توسط چه کسانی پرورش می‌یابند؟

موسسات و مراکز پرورش گل و گیاه شامل سه دسته کلی می‌شوند:

- **موسسات تولیدی گل و گیاه**

این موسسات هرکدام به وسائل تهیه گل‌ها و گیاهان خاصی که پرورش می‌دهند مجهز هستند برای مثال: یک موسسه فقط گل اُرکیده عمل می‌آورد یا موسسه‌ای گل میخک تهیه می‌کند.

در این موسسات گلخانه‌ها دارای تجهیزات زیاد با دریچه‌های متعدد برای تهویه می‌باشند. در مرکز دیگری گیاهان زینتی گرمسیری عمل می‌آورند که دارای گلخانه‌هایی با حرارت و رطوبت زیادتری می‌باشد. همچنین گلخانه‌هایی برای پیش رس کردن پیازهای گل، تکثیر نباتات زینتی و تهیه گل بریده از قبیل: رُز و گلابیول در اختیار دارند. این موسسات به زمین فراوان و آب کافی برای خزانه کاری احتیاج دارند. در این مراکز کارشناسان کار آزموده و کارگران متخصص بدون مشورت مداوم با مدیر موسسه کارهای خود را انجام می‌دهند.

یعنی یک نفر کارگر توانمند، می‌داند چه موقع نهال را بکارد، چه وقت پیوند بزند، خاک گلدان‌ها را چه موقعی تعویض کند و آبیاری را چه اندازه و در چه موقع انجام دهد.

• **موسسات عمومی و شهری**

مثل شهرداری‌ها که مسئول اداره پارکهای عمومی، میدان‌ها، درختان خیابان‌ها و بلوارها، سایر مکان‌های شهری و عمومی می‌باشند. این موسسات نیز بنوبه خود از امکانات ضروری برای تکثیر و کاشت و داشت گیاهان و درختان زینتی استفاده می‌نمایند.

• **افراد علاقمند**

افراد علاقمند یا به عبارت دیگر افراد غیرحرفه‌ای که در باغ، باغچه یا محیط بسته خانه و آپارتمان خود گل‌ها را می‌کارند و نگاهداری می‌کنند. امروزه عمل آوردن گلدان‌های گل در منزل یکی از بهترین سرگرمی‌هاست که علاوه بر جنبه سرگرمی آن می‌توان به نقش اقتصادی پرورش و فروش این گونه از گل‌ها و گیاهان در محیط خانواده اشاره کرد. گیاهان زینتی مخصوصاً در فصل زمستان قسمت عمده تزئینات داخلی منزل را تشکیل می‌دهند.

بعلاوه پرورش نباتات در منزل برای کسانی که باغی در اختیار ندارند و می‌خواهند فعالیت‌های گلکاری داشته باشند حائز اهمیت است.

حتی برای کسانی هم که باغی در اختیار دارند و علاقمند به پرورش گل هستند این موضوع قابل توجه است.

با وجودی که منزل برای پرورش و نگهداری گل‌ها محل مناسبی نیست، معه‌ذا مردم به نگهداری گل در منزل علاقمندند.

برای پرورش گل‌ها و گیاهان آپارتمانی می‌بایست علاوه بر علاقمندی به این رشته، اطلاعاتی در خصوص نگهداری از گل‌ها، پرورش آنها، شرایط آب و هوایی، طول دوره روشنایی، میزان رطوبت آب و خاک و... دانست. همچنین قبل از راه‌اندازی این فعالیت به صورت یک حرفه، لازم است که طرح کسب و کاری را جهت ارزیابی از میزان پیشرفت و کسب درآمد اقتصادی تهیه نمود.

پیداست شما به عنوان کسی که می‌خواهید کسب و کار کوچکی در منزل برای خود راه‌اندازی کنید، در ابتدا نمی‌توانید به فکر فروش محصولات خود به صورت عمده و یا در بازارهای جهانی باشید، اما به طور کلی برای آغاز هر کسب و کار اقتصادی، شناخت بازار و مصرف‌کنندگان شما لازم و ضروری است. ورود به بازار هر چند در ابتدا سخت است، اما پس از ورود و تصمیم‌گیری جهت توسعه کسب و کار خود، آنچه موجب ماندگاری شما در بازار می‌شود عواملی همچون کیفیت و میزان محصول در واحد سطح، زودرس یا دیررس بودن گل، هزینه تولید، روش‌های بسته‌بندی و مواردی از این قبیل خواهد بود.

توصیف تولیدات

عمل آوردن گیاهان در گلدان مثل فن آشنایی است. همانطوری که برای تهیه غذای مطبوع باید از اصول مشخصی پیروی کرد، در پرورش گیاهان هم باید مبانی علم گلکاری را آموخت تا موفقیتی بدست آورد.

در پرورش گل‌ها و گیاهان باید به میزان سازگاری آنها با محیط داخلی منزل، باغ و باغچه توجه داشت. مفهوم سازگاری یا تطابق با محیط عبارت از واکنش مناسب موجود زنده نسبت به شرایط محیطی است.

به عنوان مثال: دسته‌ای از گیاهان با بعضی از شرایط محیطی از قبیل: خاک، رطوبت، روشنایی و خشکی هوا سازگارتر و کم‌توقع‌ترند و در قبال تغییرات آنها غالباً عکس العمل مناسب دارند. در صورتی که ارقام دیگر حساس‌ترند و در صورت تغییرات زیاد شرایط زیستی، از بین می‌روند.

گل‌هایی که پرورش دهندگان به بازار عرضه می‌کنند، بدواً از طبیعت جمع‌آوری شده‌اند و مهم آنست که ما محیط زیست طبیعی این گیاهان را بشناسیم.

البته بسیاری از گل‌ها بتدریج خود را با محیط جدید سازگار می‌کنند ولی آن کیفیت و مرغوبیت و احتمالاً استفاده‌ای را که با توجه به شناخت سازگاری با محیط زیست حاصل می‌شود به دست نمی‌آورند.

پس در درجه اول باید احتیاجات گیاهانی را که می‌خواهیم در منزل پرورش دهیم بشناسیم و به مشتریانمان آموزش دهیم.

به عنوان مثال گل‌های سیکلامن، بنفشه آفریقایی، سرخس‌ها و آفاندررا و گیاهان خانواده آناناس که جنگلی هستند، محیط مرطوب لازم دارند. کاکتوس و سایر نباتات به اصطلاح گوشتی که بافت ضخیم داشته و بیابانی هستند و در مناطق خشک و گرم و در روشنائی شدید عمل آمده‌اند، به هیچوجه امکان رویش در باغ و باغچه را ندارند ولی احتمالاً اگر بخواهید در منزل آنها را نگهداری کنید، بخصوص در فصل زمستان باید به آنها خیلی کم آب داده و آنها را در محل روشن، نزدیک پنجره قرار دهید، هرچند در این مورد نیز استثناهائی وجود دارد.

تفکیک گیاهان رطوبت دوست و خشکی پسند بخصوص برای تولیدکنندگان و گل فروشان حائز اهمیت است.

زیرا در گلخانه‌ها و مغازه‌های گل فروشی محیط مرطوب آماده است و نباید این دو نوع نبات باهم نگهداری شوند (یعنی گیاه رطوبت دوست و گیاه خشکی پسند) چون بافت‌های انواع کاکتوس و نباتات گوشتی در محیط مرطوب نرم می‌شوند و وضع طبیعی خود را از دست می‌دهند.

بعضی از گل‌ها، سایه پسندند و بعضی به تغییرات شب و روز حساسند. اگر دسته‌ای از گل‌ها مثل گل داودی را که مخصوص مناطق جنوبی هستند

و در روزهای ۱۲ ساعته گل می‌کنند، به مناطق شمالی ببرند که در تابستان طول روز به ۱۶ ساعت می‌رسد، گل نمی‌کنند. مگر اینکه طول روز کوتاه شود.

به عبارت دیگر این دسته از گیاهان در اوائل مهر که طول روز کوتاه می‌شود گل می‌کنند.

ذکر این مطالب، ضمن تاکید بر لزوم توجه به شرایط مناسب جهت انتخاب گل و گیاه مورد نظر جهت رشد، تکثیر و سپس فروش آن؛ این مطلب را خاطر نشان می‌کند که شما به عنوان تولید کننده، اگر فضای وسیعی را در دسترس ندارید، گل‌ها و گیاهانی را انتخاب نمایید که تا حدودی از لحاظ ویژگیهای آب و هوایی به شرایط یکسانی نیاز داشته باشند.

در این قسمت ما در این طرح کسب و کار فرضی از میان تنوع گل‌های آپارتمانی و زینتی چند نمونه گل و گیاه، **کاکتوس و فیکوس بنجامین**، **شمعدانی و کاج** را انتخاب نموده‌ایم و لذا در ابتدا درباره ویژگی این دو گیاه توضیحات مختصری را ارائه می‌دهیم.

کاکتوس‌ها (cactus)

در بین گیاهان بیشماری که در روی زمین می‌رویند، گروهی به علت کم نیاز بودن به آب و داشتن شکل ویژه و روش زندگی مخصوص بخود، سادگی

نگهداری و پرورش و در عین حال داشتن زیبایی خاص و گل‌های بسیار دلفریب، لطیف و زیبا، دارای امتیازات بسیار ارزنده‌ای می‌باشند. این گیاهان با ذخیره کردن آب و مواد غذایی بیشتر در بافت‌های خود، قابلیت بردباری و سازگاری زیاد داشته و مخصوصاً در برابر خشکی و کم‌آبی بسیار مقاوم هستند. اکثر این گیاهان را کاکتوس‌ها و یا دیگر گیاهان گوشتی تشکیل می‌دهند.



نگهداری و پرورش، مراقبت و تکثیر کاکتوس‌ها نیز بسیار آسان است و این خود باز هم امتیاز بزرگی برای آنها به شمار می‌رود.

وجود حرارت مرکزی (شوفاژ) در منازل و آپارتمان‌ها نیز محیط بسیار مساعدی در منازل و آپارتمان‌ها برای نگهداری و پرورش این قبیل گیاهان بوجود آورده است.

تجربه نشان داده است که اکثر گیاهان گوشتی و کاکتوس‌ها را می‌توان در شرایط منزل و آپارتمان بخوبی نگاهداشته و وادار به گل دادن نمود. تکثیر غالب کاکتوس‌ها به وسیله کاشتن بذر است ولی می‌توان گونه‌هایی از آنها را به وسیله قلمه زدن و پیوند زدن نیز زیاد کرد.

فیکوس بنجامین

شامل انواعی مانند بنجامین سبز، ابلق، سیلور، زعفرانی، آمستر، شیداء،



پرتقالی و مینیاتوری است. این گیاه به مکانی پر نور نیاز دارد که بهترین محل برای آن پنجره‌های جنوبی و نور غیر مستقیم از پشت پرده است. آبیاری این گیاه در تابستان باید هفته‌ای دوبار و در زمستان هفته‌ای یک بار باشد. بنجامین در تابستان، یک روز در میان، احتیاج

به اسپری آب روی برگ‌هایش دارد تا رطوبت نسبی آن تأمین شود.

کاج مطبق (آرائوکاریا)

گیاهی است دارای برگ‌های سوزنی که ساقه‌ها به صورت طبقه طبقه



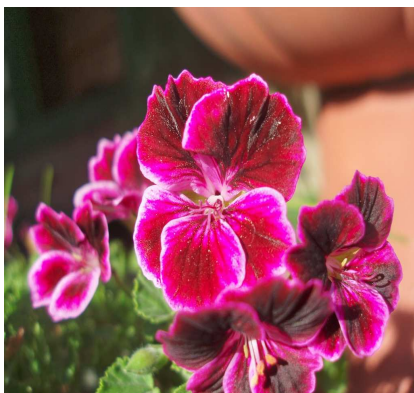
رشد نموده و جلوه زیبایی به گیاه می‌دهد. ارتفاع این گیاه تا ۶ متر هم می‌رسد. این گیاه به نور غیر مستقیم نیاز دارد. حداقل دمای مورد نیاز آن در شب ۱۰ تا ۱۲ درجه و در روز حداکثر ۱۸ تا ۲۲ درجه است. این گیاه به طور متوسط در تابستان هر هفته ۲ الی ۳ بار و در

زمستان هر هفته یک بار به رطوبت دهی نیاز دارد. همچنین در تابستان هفته‌ای ۳ بار و در زمستان ده روز یک بار آبیاری می‌شود. راههای کاشت و تکثیر آن نیز از طریق کاشت بذر و یا قلمه از جوانه انتهایی به طول ۱۵ تا ۲۰ سانتی متر در فصل پاییز است.

گل شمعدانی (Pelargonium)

شمعدانی انواع مختلفی دارد و از گل‌هایی است که سابقه کشت آن در ایران بسیار طولانی است و هر کجا که آب و هوا اجازه کشت آن را می‌داد

کاشته می‌شد. شمعدانی گیاهی دائمی و مقاوم نسبت به سرما و سایه است. در زمستان که تابش آفتاب ضعیف است گل نمی‌دهند و در تابستان بهتر



است در سایه نگهداری شوند. خاک مناسب شمعدانی خاکی است که کمی سنگین باشد. بطور خلاصه از اردیبهشت تا مهر ماه، هر ماه یک مرتبه باید کود تجارتي به

شمعدانی داده شود و در زمستان از کود دادن باید خودداری کرد. در هر حال در تابستان موقعی که بوته شمعدانی گل دارد به آب نسبتاً زیادی احتیاج دارد. در روزهای کوتاه زمستان و در حرارت کم، آب دادن را برای چند هفته باید قطع کرد. شمعدانی، گلخانه مرطوب را دوست ندارد. ولی نباید محیط هم بیش از حد خشک باشد. آنها به نور شدید احتیاج کمتری دارند. حرارت مطلوب برای شمعدانی بین ۱۳ - ۱۸ درجه سانتیگراد است.

ردیف	نام گل	سایز و اندازه گل و گلدان	قیمت (ریال)
۱	کاکتوس	در اندازه‌های کوچک، متوسط و بزرگ	از ۵۰۰۰ تا ۷۰۰۰۰-۱۰۰۰۰۰ (متغیر)
۲	کاج مطبق	سایز کوچک گل در گلدان‌های متوسط تا سایز بزرگ گل در گلدان‌های بزرگ	۳۰۰۰۰ تا ۱۵۰۰۰۰
۳	بنجامین	گلدان‌های متوسط تا بزرگ	۱۲۰۰۰۰ تا ۳۰۰۰۰۰
۴	شمعدانی	گلدان‌های کوچک تا گلدان‌های بزرگ	۷۰۰۰۰ تا ۳۰۰۰۰۰

این قیمت‌ها مربوط به خرده فروشی می‌باشد. (سال ۱۳۸۹)

فرآیند راه‌اندازی کسب و کار و تولید محصول

این بخش به ۳ مرحله تقسیم می‌شود:

🔗 قبل از راه‌اندازی کسب و کار

🔗 راه‌اندازی کسب و کار

🔗 پس از راه‌اندازی کسب و کار

الف: قبل از راه‌اندازی کسب و کار

۱- انجام مطالعات اولیه

برای شروع یک کسب و کار می‌بایست آن را از سه جنبه اقتصادی، مالی و فنی مورد تجزیه و تحلیل و بررسی قرار دهید و میزان سودآوری و دسترس بودن و قابل اجرا بودن پروژه را از نظر فنی و اقتصادی اندازه‌گیری کنید. در حقیقت باید به دو سوال پاسخ دهید:

۱- آیا این طرح قابل اجرا است؟ (Does it works?)

۲- آیا این طرح سودآور است؟ (Does it make Profit?)

این مطالعات، مانع از اتلاف منابع می‌شود. واضح است هر چه کسب و کار شما بزرگتر باشد مطالعات و بررسی‌های اولیه شما نیز وسیع‌تر خواهد بود. اما از آنجا که پرورش گیاهان آپارتمانی یک کسب و کار خانگی محسوب می‌شود اهمیت این بخش تا حدی است که شما را با بازار محصول، مصرف‌کنندگان، فروشندگان، قیمت محصول، شیوه‌های تولید، روش‌های عرضه و... این محصول که قبل از شما توسط افراد دیگر انجام می‌شده است نیز آشنا می‌کند.

مطالعه بازار: بررسی اینکه بازار این محصول شامل چه گروه‌هایی است؟ آیا شما برای گل فروشان محله و منطقه خود گل پرورش و تولید می‌کنید یا برای مصرف‌کنندگان نهایی؟ مغازه‌داران حاضرند گل‌های شما را خریداری

کنند؟ چه گل‌هایی بیشترین فروش و تقاضا را دارد؟ چه گل‌هایی نایاب است و مشتریان خاصی دارد؟ (در حقیقت قبل از انتخاب محصول خود می‌بایست علاوه بر مواردی که قبلاً گفته شد، در مورد پذیرش آن محصول نیز تحقیق نمایید)، آیا می‌توانید محصولات خود را از طریق غیر از آنچه دیگران می‌فروشند، بفروشید یا خیر؟

برای این کار پیشنهاد می‌شود گل‌فروش‌های منطقه خود را شناسایی کنید و سپس تحقیقاتی از آنها به عمل آورید. چنانچه آن گروه حاضر به همکاری با شما نشوند و شما همچنان به ادامه کار علاقه داشتید؛ می‌توانید با تولید تعداد محدودی از گل‌ها و گیاهان شروع کنید و سپس به دنبال یافتن مشتری‌ها باشید. این اقدام ممکن است در ابتدا خیلی سودآور نباشد، اما از آنجا که شما نیز هزینه زیادی صرف آن نکرده‌اید، خیلی برای شما بار مالی به دنبال نخواهد داشت. مضاف بر اینکه موجب شده است تا شما در کار خود تا حدودی ماهرتر شوید و با مشکلات کار به صورت محدود آشنا شوید.

این بررسی‌ها و تحقیقات می‌تواند به صورت شفاهی، مشاهده و یا طرح سوالات کتبی انجام گیرد. واضح است که هر چه کسب و کار شما گسترده‌تر و تازه‌تر باشد، انجام تحقیقات بازاریابی پیچیده‌تر و جزئی‌تر است. نمونه‌ای از سوالاتی که می‌توانید به منظور شناسایی نیازهای مشتریان و در نتیجه تصمیم برای انتخاب نوع محصولات خود بپرسید در ادامه می‌آید.

- ۱- برای تزئین منزل خود از چه وسایلی استفاده می‌نمایید؟
- ۲- آیا در منزل خود از گل‌ها و گیاهان زینتی استفاده می‌کنید؟
- ۳- گیاهان برگ دار را می‌پسندید یا گیاهان گلدار؟
- ۴- تا چه حد به نگهداری گیاهان آشنا هستید؟
- ۵- در محیط کار هم از گل‌ها و گیاهان استفاده می‌کنید؟
- ۶- آیا تاکنون به عنوان هدیه برای دیگران از گلدان‌های تزئینی آپارتمانی استفاده کرده‌اید؟ از چه گل‌هایی؟
- ۷- چه نوع گلدان‌هایی (جنس گلدان) را بیشتر می‌پسندید؟
- ۸- چیزی که در مورد گل‌ها دوست ندارید را بگویید؟
- ۹- چقدر حاضرید برای گل‌ها و گیاهان هزینه کنید؟
- ۱۰- در صورتی که بخواهید گلدانی تهیه کنید به گل‌فروشی‌ها مراجعه می‌کنید، یا نمایشگاه‌ها و بازارچه‌های بزرگ عرضه کننده گل؟

این سوالات و مشابه این سوالات به شما در انتخاب گل‌ها، گلدان‌ها،

شیوه‌های فروش، قیمت و... کمک می‌نمایند.

شما می‌توانید این سوالات را در نمایشگاه‌ها، در همسایگان خود،

مجمع‌ها و یا شهرک‌های بزرگ از افراد بپرسید. همچنین چنانچه وبلاگ یا

سایتی دارید می‌توانید یک برنامه نظرسنجی کوچک در آن پیاده کنید.

تالارهای گفتگو، کلوب‌های اینترنتی و هر آنجا که می‌دانید طیف وسیعی از مشتریان بالقوه شما، مثلاً زنان مراجعه می‌کنند، فضای مناسبی جهت دستیابی به پاسخ سوالات شما و در نتیجه مشخص نمودن خصوصیات، ویژگی‌ها و بازار مصرف احتمالی شماست.

مطالعه فنی: در این زمینه می‌بایست اطلاعاتی راجع به شیوه‌های تولید محصول خود جمع‌آوری کنید. شما که قصد فعالیت حوزه تولید گل و گیاه را دارید، از قبل باید دانش فنی در خصوص شیوه‌های کاشت و داشت این محصول، مراقبت از آنها، شیوه‌های تکثیر گونه‌هایی که انتخاب کرده‌اید، دوره زمانی که هر گیاه جهت بارور شدن طی خواهد کرد، وسایلی که جهت پاکسازی هوا به آنها نیاز هست، وسایل گرمایشی و سرمایشی مورد استفاده و مواردی از این قبیل را بررسی و مطالعه کنید.

مطالعه مالی و اقتصادی: بعد از تحقیقات درمورد بازار و شیوه‌های تولید محصول لازم است در مورد میزان سرمایه‌ای که جهت راه‌اندازی کار لازم دارید را مشخص کنید. در کسب و کارهای خانگی به دلیل اینکه از فضای موجود منزل استفاده می‌شود و نیاز به تجهیزات زیادی هم ندارد به سرمایه‌گذاری زیادی نیاز ندارند. هر چند لازم است به منظور مدیریت همان سرمایه اندک نیز حساب شده عمل نمایید.

همچنین در مورد قیمت نهایی محصول انتخاب شده نیز تحقیقاتی به عمل آورید تا بتوانید تا حدودی میزان سود و حاشیه سود خود را مشخص نمایید.

۲- انتخاب نوع محصول

در این بخش با بررسی تحقیقات انجام شده، نوع محصول مورد نظر خود را انتخاب نمایید. در انتخاب گل‌ها و گیاهانی که می‌خواهید پرورش دهید به ویژگی‌های زیر دقت نمایید:

- شرایط آب و هوایی (نور، رطوبت، دما) مساعد جهت رشد و پرورش
- میزان تقاضای بازار برای گل و گیاه مورد نظر
- فضای مورد نیاز جهت نگهداری و تولید آن

۳- انتخاب نام تجاری

برای اینکه بتوانید برای کسب و کار خود مجوز لازم را دریافت نمایید لازم است برای آن نام تجاری مناسبی انتخاب کنید. نام، به شما کمک می‌کند تا بتوانید با مشتریان ارتباط برقرار کرده و خود را به آنها شناسانید. در انتخاب نام تجاری، بهتر است اصول و ضوابطی را رعایت نمایید.

- بهتر است نام تجاری دارای معنای مناسب باشد و تا حدودی بتواند ماهیت کار را نشان دهد. برای مثال برای فعالیت‌های مرتبط با پرورش گل‌ها و

گیاهان انتخاب نامی همچون «پیک صبا»، «کالسکه»، «شهدینه» نام‌های مناسبی محسوب نمی‌شوند، چرا که ذهن شنوندگان را به کسب و کارهای دیگر سوق می‌دهند.

- نام تجاری باید چیزی درباره فواید و ویژگی‌های کالا را برساند.

- بیان نام تجاری باید ساده و در صورت امکان کوتاه باشد. البته گاهی اسامی بلند نیز مؤثر واقع می‌شوند.

- ترجمه نام تجاری به زبان‌های بیگانه باید آسان باشد.

- نام تجاری باید قابلیت ثبت و حمایت قانونی داشته باشد. نام تجاری که به نحوی به حریم نام‌های تجاری موجود تجاوز کند را نمی‌توان ثبت کرد.

برای انتخاب نام و نشان کسب و کار می‌توانید از دوستان، آشنایان و گاهی مشتریان بالقوه خود استفاده نمایید. گاهی با انتخاب چندین نام و نظرخواهی از مشتریان می‌توانید این کار را انجام داده و یا با طرح یک مسابقه و تشویق افراد به ارائه بهترین نام و دریافت جایزه می‌توانید به نام تجاری مطلوبی دست پیدا کنید.

همچنین شما می‌توانید نام تجاری خود را ثبت نمایید. هر چند، ثبت نام تجاری الزامی نیست.

انتخاب فضای مورد نیاز جهت تولید محصول

در کسب و کارهای خانگی، اغلب از فضای منزل جهت تولید محصول یا ارائه خدمت استفاده می‌شود.

اما در فعالیت اقتصادی تولید و تکثیر گل‌ها و گیاهان، می‌بایست به این نکته توجه داشت که لازم است فضایی مجزا در خانه یا محل سکونت خود به این امر اختصاص دهید. فضاهایی همچون گلخانه‌های کوچک خانگی، حیاط، بالکن، پاسیو، پارکینگ مجزا و یا اتاقی که فقط برای این کار در نظر گرفته شده باشد. بهترین شیوه آن است که در حیاط خود گلخانه‌ای کوچک درست کنید که تمام شرایط لازم برای رشد و نمو این گیاهان فراهم شود. هر چند راه‌اندازی گلخانه، تا حدودی هزینه‌های اولیه شما را زیاد می‌کند، اما در بلندمدت داشتن گلخانه‌ای کوچک به نفع شما خواهد بود. (در ادامه در مورد انواع گلخانه و پوشش‌های آن به صورت مختصر مطالبی آورده شده است، هر چند برای دستیابی به اطلاعات کاملتر می‌توانید به کتابهای مختلفی که در این زمینه وجود دارد مراجعه نمایید و یا از نزدیک از گلخانه‌ای بازدید به عمل بیاورید.)

تجهیز فضا و خرید لوازم مورد نیاز و مواد اولیه

لازم است بعد از در نظر گرفتن فضا، وسایل و لوازم مورد نیاز جهت تولید و پرورش گل‌ها و گیاهان را تهیه نمایید. چنانچه در حیاط محل سکونت خود، فضای گلخانه‌ای لازم را در اختیار ندارید، می‌توانید در ابتدا از باغچه استفاده کنید و سپس در زمان مناسب با خرید مواد اولیه همچون بذر، خاک غنی شده و مواد تقویتی و ابزاری همچون بیلچه، وآبپاش، قیچی باغبانی و... کار خود را شروع کنید.

نکته: به خاطر داشته باشد که برای شروع فعالیت، همیشه لازم نیست به دنبال امکانات کامل و بی عیب و نقص باشید، گاهی با وسایل موجود نیز می‌توانید کار را آغاز کنید.

اما در صورتی که بخواهید از ابتدا با وسایل کامل کار خود را شروع کنید، می‌توانید یک گلخانه کوچک را درست کنید. مواد اولیه مورد نیاز شامل بذر یا پیاز گل‌های مورد نظر، خاک (ترکیبی از ماسه، شن و برگ‌های خشک)، کمپوست و کودهای حیوانی و نباتی، انواع سموم متناسب با گل‌ها و گیاهان انتخابی، گلدان‌ها (سفالی، پلاستیکی و یا فلزی) و... می‌باشد.

ترکیب بهترین چیدمان

چنانچه بخواهید از حیاط، گلخانه، پاسیو و بالکن استفاده نمایید، می‌بایست مکان نگاهداری گل‌ها، مکان نگهداری وسایل، کودها، سموم و موقعیت و شکل سکوها (چنانچه از سکو استفاده می‌نمایید) را مشخص کنید. ترکیب یک چیدمان خوب، ضمن نظم‌دهی به فعالیت شما، باعث سرعت در روند انجام کارها نیز می‌شود.

ب: راه‌اندازی کسب و کار

پس از فراهم آوردن مقدمات کار، می‌بایست فعالیت خود را شروع نمایید. این مرحله خود مستلزم انجام اقدامات ذیل می‌باشد:

۱- تولید گیاه

۱-۱- کشت گل‌ها و گیاهان

کاشت گیاه به چند صورت بذر، غده، ریشه، نهال و قلمه صورت می‌گیرد. برای این منظور ابتدا محل بستر کشت را که از پرلیت و یا ماسه و یا توأم آن‌ها پر شده است را با محلول غذایی بسیار رقیق و حتی با آب تنها کاملاً خیس نموده آنگاه بذر را کاشته و روی آن‌ها با همان مواد مصنوعی بستر ۲ تا ۳ سانتیمتر بپوشانید. اگر قرار است غده، ریشه، نهال یا قلمه کاشته شود محل آن‌ها را کمی گود کرده تا براحتی در جای خود مستقر شود. از جعبه‌های ۶۰×۴۰×۱۵ می‌توانید جهت کاشت بذر استفاده نمایید. در این

روش ترکیبی از ۱/۳ خاک برگ و مقداری ماسه یا شن و مقداری خاک باغچه و مقدار کمی کود حیوانی الک شده را با هم کاملاً مخلوط کرده و پس از ضد عفونی کردن، بستر کشت آماده می‌باشد. (برای آشنایی بیشتر و جزئی‌تر با روش‌های مختلف کشت می‌توانید منابع موجود در این زمینه را مطالعه نمایید.)

برای آبیاری بذر و یا نهال‌های کاشته شده گل‌ها می‌توان چند روزی آنها را تا استقرار کامل با آب تنها آبیاری نمود و همین شیوه را می‌توان برای کاشت بذر و نهال سبزیجات بکار بست، با این تفاوت که با شروع رشد رویشی آنها بخصوص در مورد گیاهان نور پسند، می‌بایست آوند کشت را در محلی مستقر نمود که از نظر تابش نور مشکلی نداشته باشد و حداقل نور مورد نیاز روزانه به گیاهان کاشته شده بتابد یا از نور مصنوعی استفاده گردد. از روش‌های دیگر کشت می‌توان به روش **تراریوم** اشاره کرد. تراریوم از نظر معنی، باغ **مینیاتوری** در یک جام می‌باشد. تراریوم کلکسیونی از گیاهان کوچک است که در ظرفهای محدود و شفاف رشد می‌کنند. به عبارت دیگر، باغ کوچک و خانگی است که در ظرف شیشه‌ای نگهداری می‌شود. درست کردن تراریوم که با سرخس و یا دیگر گیاهان کوچک پر می‌شود یک راه عملی و جالب برای داشتن منظره‌ای مینیاتوری در خانه می‌باشد.

روش درست کردن تراریوم

برای تهیه تراریوم ابتدا ظرف مورد نظر را انتخاب کرده، آن را تمیز و خشک می‌کنیم. یک لایه سنگریزه داخل ظرف می‌ریزیم. سعی می‌کنیم مقدار بیشتری از سنگریزه‌ها به یک سمت دیواره ظرف متمایل باشند. این کار به زهکشی بهتر کمک می‌کند.

گاهی قبل از لایه سنگریزه، لایه نازکی از خزه در ته ظرف قرار می‌دهند.

سپس در مرحله بعد، برای جذب بوهای ناخوشایندی که موقع آبیاری

ایجاد می‌شود لایه نازکی از زغال روی لایه سنگریزه‌ها می‌ریزیم.

قرار دادن یک لایه مواد غیرطبیعی روی زهکش، لایه‌ای را ایجاد می‌کند

که از فرو نشستن خاک و از بین رفتن توانایی آن برای زهکشی جلوگیری

می‌کند. مواردی مثل پارچه‌های پرده‌ای فایبر گلاس، جوراب‌های زنانه نایلونی

یا پرده دور انداختنی، موارد خوبی هستند. چون دارای خلل و فرج کافی برای

عبور آب هستند که هم خاک و ذرات را نگه می‌دارند و هم زود فاسد نمی‌شوند.

در مرحله بعد، به مقدار کافی خاکی تمیز و استریلیزه شده که تقریباً ۱/۵

تا ۱/۴ حجم ظرف را پر می‌کند، اضافه می‌کنیم. برای دادن جلوه بیشتر به

تراریوم، خاک را بطور مسطح در ظرف نمی‌ریزیم، بلکه آن را شیبدار و تپه

مانند می‌ریزیم تا گیاهان در سطوح مختلف قرار گیرند. (برای آشنایی بیشتر

با این روش می‌توان به کتاب تکثیر و پرورش و نگهداری گل‌های آپارتمانی،

نوشته محمدرضا فعلی و سعید صاحب فصولی و وبلاگها و سایت‌های موجود در این زمینه مراجعه نمایید.)

۲-۱- عملیات داشت

تنظیم دوره آبیاری؛ برای جذب عناصر غذایی توسط گیاه، محیط ریشه بایستی همیشه مرطوب بوده و این رطوبت با مواد غذایی مورد نیاز گیاه همراه باشد. در اینصورت جمع آب و مواد غذایی بصورت محلول غذایی تهیه شده و به محیط ریشه‌ها منتقل می‌گردد. اینکه این محلول غذایی در چه دفعاتی به محیط ریشه برسد بستگی به روش تهیه بستر دارد.

۳-۱- هرس کردن

هرس به معنای حذف قسمتی از اندامهای رویشی (ریشه، ساقه، برگ) گیاه به منظور به دست آوردن فرم مطلوب و جوان نمودن، می‌باشد. هرس ریشه‌ای نیز به منظور تحریک ریشه به تولید تارهای کشنده جدید، از بین بردن ریشه‌های پیر و از کار افتاده و پوسیده، انجام می‌شود. هرس کردن به منظور فرم‌دهی به شاخه، یکی از شیوه‌هایی است که شما می‌توانید با اجرای آن، گل‌ها را زیباتر و خاص‌تر به نمایش درآورید. همین موضوع گاهی منجر به یافتن مشتریان جدیدی می‌شود.

۱-۴- آماده نمودن گیاه برای عرضه و فروش

زمانی که از جعبه کاشت به منظور تکثیر گل‌ها و گیاهان استفاده می‌کنید، قبل از فروش آنها به مصرف‌کننده، می‌بایست آنها را به گلدان‌ها و یا قالب‌های خواسته شده (اکواریوم، ظرف شیشه‌ای و...) منتقل نمایید.

۲- تبلیغات و فروش

شما می‌بایست برای کسب و کار خود، تبلیغات کنید. در این کسب و کار می‌توانید به شیوه‌های زیر تبلیغات را انجام دهید.

تهیه پوستر و اطلاعیه تبلیغاتی و نصب آن در محیط‌هایی که مشتریان بالقوه در آنجا زندگی می‌کنند؛ مثل شهرک‌ها و مجتمع‌های مسکونی و...

چاپ آگهی در صفحات نیازمندی روزنامه‌های همشهری، ایران و...

همچنین راه‌اندازی سایت اینترنتی

نکته: ایجاد و راه‌اندازی سایت اینترنتی، علاوه بر تبلیغات محصول شما و ایجاد فضایی جهت پاسخگویی به نیازها و مشکلات مشتریان شما، در صورتی که بتواند بازدید کنندگان بسیاری را به خود جلب کند، زمینه‌ای برای تبلیغات محصولات دیگر و در نتیجه منبعی جهت کسب درآمد برای شما خواهد شد.

ج: پس از راه‌اندازی کسب و کار

پس از تولید محصولات و فروش آنها به منظور تداوم در فعالیت خود می‌بایست اقداماتی را به انجام برسانید. این اقدامات به شرح زیر است:

نظرسنجی از مشتریان و حفظ ارتباط با مشتریان: ارزیابی نظرات مشتریان از جمله اقداماتی است که همواره می‌بایست مورد توجه قرار گیرد. امروزه تنوع و گستردگی ارائه خدمات و محصولات، امکان انتخاب را برای افراد فراهم نموده‌اند، لذا آنچه موجب وفاداری مشتری به محصولات شما و در نتیجه بقای شما در بازار خواهد شد، توجه و احترام به سلیقه مشتریان و مصرف‌کنندگان شماست. نظر سنجی از مشتریان ضمن کمک به ارتقای محصول موجود شما، این امکان را برای شما فراهم می‌آورد تا محصولات آینده خود را نیز شناسایی کنید.

برنامه‌های توسعه محصول: تک محصولی بودن هر چند ممکن است موجب شهرت و افزایش توانمندی کسب و کار در یک محصول شود، اما توسعه و افزایش محصولات و خط تولید و خدمات شما، درآمد بیشتری را برای شما فراهم می‌نماید. در فعالیتهایی که با سلیقه و زیبایی در ارتباط است، ارائه محصولات متنوع می‌تواند حس تنوع‌طلبی مشتریان را برانگیزد و آنها را تشویق به مصرف نماید.

در کنار محصولات اصلی خود می‌بایست همواره به دنبال افزایش محصولات و یا خدماتی باشید که می‌توانید در کنار محصول خود ارائه دهید، به عنوان مثال، ایجاد کلینیک مشاوره گل‌ها و گیاهان، فروش محصولات جانبی پرورش گل و گیاه در کنار فروش محصولات اصلی و...

امروزه با در نظر گرفتن نقش گیاهان دارویی در زندگی افراد، می‌توانید در کنار گل‌های زینتی، اقدام به پرورش گیاهانی با مصارف دارویی بنمایید.

امکانات و تجهیزات مورد نیاز

برای راه‌اندازی این کسب و کار بسته به اینکه از چه فضا و روشی بخواهید استفاده نمایید، به وسایل و ابزار متعددی نیاز دارید. در ادامه وسایل مورد نیاز برای روش‌های مختلف به تفکیک معرفی می‌شوند، اما لوازم گلکاری به طور عمومی شامل موارد ذیل می‌باشند:





بیل: مخصوص شخم و گودبرداری

بیلچه: برای خارج کردن نشاء گل و سبزی از خزانه و کاشت مجدد برای

وجین و نرم کردن خاک و دادن خاک روی بوته‌ها

شن کش: برای جمع آوری سنگ و کلوخ و بازمانده‌های گیاهی از سطح

خاک و همچنین هم سطح کردن زمین و ایجاد شیار برای پاشیدن بذر است

(این دستگاه در صورت نیاز خریداری شود)

قیچی باغبانی: برای کوتاه کردن شاخه‌ها، تهیه قلمه، هرس و...

جعبه کاشت: برای کشت بذر و قلمه

میخ نشاء: یک جسم فلزی مخروطی نوک تیز با دسته خمیده برای کاشت نشاء

آب پاش: جهت آبیاری

تکیه گاه: برای گیاهان رونده نخ و طناب

کیسه‌های پلاستیکی: جهت کاشت و نگهداری موقت گیاهان

گلدان: رایج‌ترین وسیله کشت گیاهان زینتی است. انواع گلدان بر اساس

جنس آن شامل پلاستیکی، سفالی، فیبری، پیتی و فلزی می‌باشد. همچنین

گلدانها بر اساس اندازه به استکانی ۵-۷ سانتی‌متر، نشائی ۱۰-۱۲ سانتی متر،

فرنگی ۱۴-۱۵ سانتی متر، خیاری ۱۷-۲۰ سانتی متر، لب شتری ۲۲-۳۰

سانتی متر طبقه‌بندی می‌شوند.

از میان گلدان‌های فوق، نوع فلزی آن به علت پوسیدگی و
تجمع مواد مضر برای گیاه توصیه نمی‌شود.

اما چنانچه شما در منزل محل مناسبی نداشته باشید و بخواهید برای این

منظور گلخانه‌ای را درست نمایید، می‌بایست وسایل دیگری نیز آماده نمایید.

در ادامه ابتدا در مورد گلخانه، انواع آن و سپس لوازم مورد نیاز در آن

توضیحاتی ارائه می‌شود:

۱- کشت در گلخانه

گلخانه یا Green house به فضای محدودی اطلاق می‌شود که قابلیت کنترل شرایط محیطی مناسب را برای رشد گیاهان از نواحی مختلف در طی فصول مختلف یک سال داشته باشد. بر این اساس از جمله عملکرد گلخانه، فراهم کردن شرایط محیطی لازم و مورد نیاز محصولی معین است.

برای درست کردن گلخانه توجه به نور و روشنایی یکی از ملاک‌های مهم



می‌باشد. موقعیت گلخانه باید به صورتی باشد که بیشترین مقدار نور را دریافت نماید. اولین انتخاب برای موقعیت گلخانه به صورت نمای جنوبی یا جنوب شرقی می‌باشد.

انواع پوشش گلخانه

پوشش شیشه‌ای: استفاده از پوشش شیشه‌ای در گلخانه‌ها باعث جذب نور و روشنایی بیشتر می‌شود. درز بین شیشه‌ها و قالب‌های فلزی اکثرأً مقداری هوا را از خود عبور می‌دهند. به همین دلیل پوشش شیشه‌ای دائماً تهویه

مختصری در گلخانه ایجاد نموده و به علت خارج کردن رطوبت اضافی، کمتر از پوشش پلاستیکی عرق می‌کند. امروزه گلخانه با پوشش شیشه‌ای از پرهزینه‌ترین انواع گلخانه‌ها است.

پوشش‌های پلاستیکی: می‌تواند از جنس پلی استر، پلیوینیل کلراید (P.V.C) پلی وینیل فلوراید (P.V.F) باشد. از مزایای این پوشش‌ها عدم نیاز به اسکلت‌های سنگین و کاهش هزینه گرم کردن تا حدود ۴۰ درصد نسبت به گلخانه‌های شیشه‌ای یک لایه است. عیب پوشش‌های پلاستیکی، دوام کم آنهاست چرا که اشعه ماورای بنفش خورشید باعث شکنندگی و تیرگی پلاستیک می‌شود. همچنین عیب دیگر این پوشش‌ها این است که در زمستان اگر هوای گلخانه سردتر باشد، با برخورد هوای مرطوب داخل گلخانه، قطرات بخار آب بر روی آنها تشکیل می‌گردد که با پیوستن به هم بزرگ شده و با چکیدن قطرات بر سطح برگ‌ها باعث بالا رفتن رطوبت سطح برگ و ایجاد بیماری‌های قارچی می‌گردند و از طرفی با ریزش قطرات بر کف گلخانه‌ها باعث افزایش رطوبت بستر خاک‌ها و کاهش میزان اکسیژن خاک می‌شوند که تداوم این امر می‌تواند منجر به کاهش جذب عناصر غذایی و کاهش رشد عمومی گیاه شود. راه‌حل این مشکل استفاده از اسپری محلول مواد شوینده در آب است که بر روی سطح داخلی پوشش می‌پاشند که البته این مواد خیلی زود پاک می‌شوند.

پوشش دولایه: امروزه عملاً تمام گلخانه های مدرن دارای پوشش پلاستیکی از سیستم هوای فشرده بین دولایه استفاده می کنند. دولایه پلاستیک که یکی از آنها مستقیماً روی سطح خارجی ورقه دیگر قرار می گیرند و توسط بالشتکی از هوای فشرده از یکدیگر جدا می شوند.

تجهیزات و ادوات مورد نیاز در گلخانه‌ها

سکوها: سکو بخشی از فضای گلخانه و جایگاهی است برای قرار گرفتن گلدان‌ها یا کشت گیاهان در بسترهای بالاتر از سطح زمین. سکوها همواره در سطحی بالاتر از کف گلخانه‌ها قرار می گیرند. این عمل ضمن جلوگیری از گسترش عوامل آلوده کننده و بیماری زای گیاهی به تهویه بهتر و گرم شدن زودتر بستر کمک می کند. جنس سکوها عموماً تخته‌های چوب، آلومینیوم و یا بتنی است که نوع چوبی آن ارزاتر و البته کم دوام تر است.

سیستم حرارتی و خنک کننده: شامل کولر و بخاری می باشد که بسته به فضای محیط و نیاز گیاهان انتخاب و نصب می شود. همچنین به منظور خنک نمودن گلخانه‌ها می توان از سیستم آب پوشال استفاده نمود.

سیستم‌های حرارتی نیز به دوشکل شوفاژ هوای گرم (هیترهای فن دار) یا شوفاژ آب گرم (لوله‌های آب گرم که از مکان‌های مختلف عبور می کنند) وجود دارد.

هر چند گلخانه‌ای که شما درست می‌کنید ممکن است بسیار کوچک باشد، اما می‌توانید در صورت عدم دسترسی به این تجهیزات، از بخاری‌های سنتی نیز استفاده نمایید. البته استفاده از این بخاری‌ها باعث می‌شوند دود حاصله به داخل گلخانه نفوذ کند و با ناقص سوختن آنها دود و یا منوکسید کربن (CO) تولید شده منجر به از بین رفتن کل محصول گلخانه شود. استفاده از گاز پیک نیک و یا نمونه‌های دیگر بخاری گازی که بدون دودکش هستند فقط برای مدت کوتاهی (چند ساعت) مناسب هستند و نمی‌توان در طولانی مدت از آنها استفاده کرد.

اسکلت ساختمان: بسته به موقت یا دائم بودن گلخانه و همچنین مبلغ هزینه شده، متفاوت می‌باشد. انواع اسکلت‌های مورد استفاده معمولاً چوبی، لوله‌ای و یا خریایی می‌باشند.

شاسی: شاسی عبارت است از ساده‌ترین و ارزاترین وسیله حفاظت و کشت بذر گیاهان حساس به سرماست. در واقع شاسی‌ها یک گلخانه کوچک هستند که ساختمان آن به صورت جعبه‌ای است و دارای سقفی شیبدار است.

۲- کشت به صورت تراسیوم

ظرف نگهداری گیاه: ظرف‌ها باید طوری انتخاب شوند که بزرگی آن برای احاطه دو یا چند گیاه کافی باشد. مثل تنگ ماهی، ظرف شیشه‌ای شکلات،

آکواریوم، ظرف‌های شیشه‌ای مربا یا بطری بزرگ. برای افراد مبتدی، پیشنهاد می‌شود که یک ظرف بزرگ و در باز مانند آکواریوم و هر ظرف تمیز می‌تواند برای ساختن تراریوم استفاده شود. کوزه، بطری و آکواریوم ظرف‌هایی هستند که بطور معمول مورد استفاده قرار می‌گیرند. طراحی‌های دیگر مانند بلوک‌های



شیشه‌ای می‌توانند به دکور منزل زیبایی ببخشند.

ظرف باید شفاف باشد، زیرا ظروف رنگی و یا کدر، نور را کاهش می‌دهند و در رشد گیاه دخالت می‌کنند.

زغال چوب: از زغال چوب برای جذب بوی نامطبوع ظرف استفاده می‌گردد. **سیم یا انبرک:** با سیم‌هایی که در ابتدا دارای قلاب می‌باشند گیاه را به داخل ظرف انتقال داده، همچنین پس از مدتی به دلیل کدر شدن شیشه از داخل می‌توان با مقداری پنبه که بر روی سیم قرار می‌دهیم، دیواره شیشه‌های دهانه باریک را پاک نمود. از انبرک جهت کندن علف‌های هرز و یا جمع‌آوری برگ و شاخه‌ها استفاده می‌شود.

تیغ تیز: تیغ تیز به انتهای نی وصل شده و برای بریدن برگ‌های پژمرده و یا هرس گیاه مورد استفاده قرار می‌گیرد.

پارچه پرده‌ای فایبرگلاس: این مواد برای جلوگیری از فرو نشستن خاک و از بین رفتن توانایی آن برای زهکشی استفاده می‌شوند. گفتنی است می‌توان به جای این پارچه از جوراب نایلونی زنانه نیز استفاده کرد. در کنار وسایل فوق، چوب، قاشق یا بیلچه‌های خیلی کوچک، قیف و قیچی نیز نیاز دارید که در بالا به آنها اشاره شده است.

در ادامه لوازم ضروری و اولیه که برای راه‌اندازی این کسب و کار لازم است را به همراه قیمت تقریبی آنها در جدولی آورده شده است.

۱- در شرایطی که گلخانه، پاسیو و یا مکان مناسب برای تکثیر گیاهان در اختیار دارید، لوازم مورد نیاز به شرح ذیل می‌باشند:

ردیف	تجهیزات	تعداد	مبلغ (ریال)
۱	بیل	۱	۱۰۰۰۰۰
۲	بیلچه	۱	۱۰۰۰۰۰
۳	شن کش	۱	۱۵۰۰۰۰
۴	قیچی باغبانی	۱	۷۰۰۰۰
۵	جعبه کاشت	۱۰	۲۰۰۰۰۰
۶	آب پاش	۱	۵۰۰۰۰
۷	گلدان (در اندازه‌های مختلف و جنس‌های متفاوت)	۵۰	۷۰۰۰۰۰
	مجموع	-	۱۳۷۰۰۰۰

۲- در شرایطی که نیاز به ساخت گلخانه خانگی داشته باشید، سرمایه بیشتری برای راهاندازی کسب و کار خود نیاز خواهید داشت. برای این کار علاوه بر لوازم فوق به مواد اولیه ذیل بسته به نوع پوشش گلخانه خود نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	تعداد	مبلغ (ریال)
۱	مواد اولیه ساخت (شیشه، پلاستیک، لوله‌های پلی اتیلن، چوب، لوله و....)★	-	۷۰۰۰۰۰۰
۲	پوشال	-	۱۰۰۰۰۰
۳	هواکش	۱	۷۵۰۰۰
۴	هیترهای فن‌دار	۱	۳۵۰۰۰۰۰
۵	کولر	۱	۳۲۰۰۰۰۰
۶	رطوبت سنج	۱	۷۰۰۰۰
مجموع			۱۳۹۴۵۰۰۰

★ در این جدول پوشش در نظر گرفته شده برای گلخانه، پوشش پلاستیکی و اسکلت چوبی است و قیمت در نظر گرفته شده، برای این مواد می‌باشد. همچنین تخته‌های چوبی برای سکوها نیز در این قسمت محاسبه شده است.

۳- چنانچه بخواهید از روش کشت تراریوم نیز استفاده نمایید به وسایل فوق، این موارد را نیز اضافه نمایید.

ردیف	تجهیزات	تعداد	مبلغ (ریال)
۱	ظروف شیشه‌ای	۱۵	۵۳۰۰۰۰
۲	لوله پلاستیکی یا قیف	۲	۳۰۰۰۰
مجموع			۵۶۰۰۰۰

لوازم و تجهیزات اداری

از آنجا که عمده فعالیت‌های این کسب و کار از طریق کار در گلخانه صورت می‌گیرد، نیاز چندانی به وسایل و تجهیزات اداری ندارید. اما چنانچه بخواهید برخی از محصولات خود را از طریق اینترنت به فروش برسانید و یا با برخی از مشتریان خود ارتباطات اینترنتی داشته باشید به برخی لوازم زیر نیاز دارید. همچنین اگر بخواهید، می‌توانید دستورالعمل نگهداری از گل‌ها و محصولات خود را (از قبیل، شرایط نگهداری، میزان رطوبت، نور، آب و...) به صورت یک یادداشت یک صفحه‌ای جهت کمک به خریدار در اختیار او قرار دهید. این امر به پیشبرد فروش شما کمک می‌کند.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۷۵۰۰۰۰۰
۲	چاپگر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰۰
۵	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۱۲۵۰۰۰۰۰۰

علاوه بر تجهیزات فوق برای راه‌اندازی کسب و کار، به مواد اولیه نیز نیاز دارید. این موارد به شرح ذیل می‌باشند:

ردیف	مواد اولیه	تعداد	مبلغ (ریال)
۱	خاک مناسب (ترکیبی از شن، ماسه، برگ، ...)	۱۵	۵۳۰۰۰۰
۲	کمپوست و کود	۲	۳۰۰۰۰
۳	بذر و پیاز گل‌ها	-	۳۰۰۰۰۰
	مجموع	-	۸۶۰۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار تولید و تکثیر گل‌ها و گیاهان در منزل، کسب و کار کوچکی است که یک نفر با داشتن مهارت، علاقه و دانش لازم می‌تواند به تنهایی از عهده آن برآید و نیازی به استخدام شخص دیگری ندارد. اما در صورت گسترش کسب و کار خود و یا در شرایط فصلی می‌توانید از کارگران و افراد به صورت پاره وقت و یا روزانه کمک بگیرید. چنانچه شما در راه‌اندازی این کسب و کار از دانش و تجربه لازم برخوردار نیستید، حتماً در دوره‌های آموزشی مرتبط شرکت نموده و مهارت‌های لازم را کسب نمایید.

تحصیلات و تخصص	تعداد	سمت	ردیف
فردی که در دوره‌های پرورش گل‌ها و گیاهان و آفات و بیماری‌های گیاهان شرکت کرده باشد.	۱	مسول تکثیر و نگهداری	۱
جهت کمک در امر تهیه خاک و کود مناسب برای گلدان‌ها	۱	کارگر (پاره وقت)	۲

پرورش گل‌ها و گیاهان، اگر چه در ابتدا ساده به نظر می‌رسد، اما فعالیتی است که به صبر و حوصله و دقت بسیاری نیاز دارد. چرا که در صورت عدم توجه و رسیدگی‌های مداوم، ممکن است به آفات و بیماری‌های گل‌ها و گیاهان به آنها مبتلا شوند، گرفتار شوید.

سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد که می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی تأمین کنید. البته بعضی از ابزار معرفی شده در اکثر منازل موجود می‌باشد. با وجود آن در این بخش ما وسایل ابتدایی این کسب و کار را همراه با هزینه‌های در گردش برای ۶ ماه محاسبه می‌نماییم در صورتی که بخواهید هر یک از شیوه‌های کشت گلخانه‌ای و یا تراریوم را به برنامه‌های تکثیر گل‌ها و گیاهان خود اضافه نمایید، می‌توانید موارد مورد نیاز در بخش

تجهیزات را با هزینه های در گردش اضافه نموده تا بتوانید به طور تقریبی میزان سرمایه مورد نیاز را تأمین نمایید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۳۷۰۰۰۰	هزینه تجهیزات (اولیه)	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۱۵۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (برای شش ماه)
۱۲۵۰۰۰۰۰	هزینه اداری	
۸۶۰۰۰۰	مواد اولیه	
۱۰۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۳۰۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۹۱۷۳۰۰۰۰۰	مجموع	

در ابتدای کسب و کار خود، شما می‌توانید برخی هزینه‌های غیر ضروری را حذف نمایید.

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی (www.lssi.ir) مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید. مثلاً اگر خودتان سایت‌تان را طراحی کنید و یا از وبلاگ‌های رایگان استفاده کنید هزینه شما کاهش می‌یابد. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

وضعیت بازار تولیدات

چنانچه گفته شد، گل و تقاضای گل در ایران بازار گسترده‌ای دارد. امروزه شکل آپارتمان نشینی، امکان استفاده از فضای سبز را برای افراد محدود کرده، از سوی دیگر آلودگی هوا در بسیاری از شهرهای بزرگ، نیاز به استفاده از هوای تازه را برای افراد بیش از پیش آشکار ساخته است، لذا ایجاد

فضاهای کوچک سبز در منازل و یا پرورش و تکثیر گیاهان در منزل یکی از راه‌هایی است که ضمن تأمین بخشی از این نیاز، حس زیبایی دوستی انسانها را برانگیخته و نگهداری از آنها، لطافت روح استفاده کنندگان را به دنبال خواهد داشت.

از طرفی وضعیت آب و هوایی ایران از جمله عواملی است که زمینه را برای توجه به این رشته فراهم می‌نماید.

بر اساس آمارهای موجود در سال ۱۳۸۱، مجموع استان‌های کشور ۱۷۹۹۲۹۷۷ متر گلخانه‌های شیشه‌ای و پلاستیکی راه‌اندازی کرده‌اند. مجموع گلدان‌ها و درختچه‌های زینتی، تعداد تقریبی ۱۷۵۰۰۰۰۰۰ عدد بوده است. در این سال تولیدکنندگان ثبت شده در این حوزه، ۱۴۳۲ نفر بوده است. بزرگترین شهر تولید کننده گل‌ها و گیاهان، شهر محلات در ایران است.

با توجه به ویژگی‌هایی که گفته شد، به نظر می‌رسد ورود به این بازار، حتی اگر در ابتدا به سهم بزرگی از بازار نیز نیندیشید، زمینه خوبی برای کسب و کار خواهد بود.

شیوه بازاریابی و معرفی محصولات

بازاریابی یا بازاریابی چرخه‌ای است از برنامه‌ریزی و اجرای قیمت‌گذاری، ترویج یک ایده، کالا و یا خدمت که با قصد جلب رضایت افراد یا رفع نیاز سازمانی صورت می‌پذیرد. در حقیقت بازاریابی، امر حساب شده و فکورانه‌ای است که نتیجه آن طرح‌ها و اقداماتی است که مردم را وادار کند تا محصول شما را به مقدار بیشتر و در دفعات بیشتری بخرند، به نحوی که منجر به کسب درآمد بیشتر شما گردد. برای موفقیت در فروش لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید.

فعالیت بازاریابی زمانی شروع می‌شود که کالا هنوز در حد یک ایده است و قصد دارید آن را به یک کالا یا یک خدمت تبدیل نمایید.

در واقع همان بخشی که با عنوان مطالعات بازاریابی در بخش فرآیند تولید ذکر شد. مطالعات اولیه که به تحقیقات بازار معروف است، چنانچه گفته شد به بررسی وضعیت محصول از نظر فنی و مالی می‌پردازد. در مورد کسب و کارهای کوچک این بخش خیلی مفصل صورت نمی‌گیرد و شما با اجرای این بررسی‌ها فقط باید از میزان تقاضا و بازار محصول و همچنین شیوه‌های تولید آن آگاهی پیدا کنید.

مهمترین تصمیمات بازاریابی بیشتر در پی جلب رضایت مشتری و شناخت رفتار و نیاز وی است. شما ممکن است با توجه به خواست مشتری، نوع گل‌ها، شیوه فروش و ارائه خدمات خود را تغییر دهید.

مفهوم بازاریابی به طور خلاصه در ۴ سوال زیر آمده است:

- ۱- چه خدماتی را ارائه کنید (Product)
- ۲- به چه قیمتی و به چه نحوی دریافت کنید (Price)
- ۳- از چه فوننی برای افزایش فروش استفاده کنید. (Promotion)
- ۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

بطور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

- ۱- شناخت بازار (بازارشناسی)
- درباره شناخت بازار در بخش مطالعات اولیه در راه‌اندازی کسب و کار توضیح داده شد.
- ۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف
- در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

۱- برخی بدنبال خدمات ارزان‌تر هستند. ۲- برخی خدمات اختصاصی می‌خواهند. ۳- برخی بدنبال خدمات متمایز هستند. ۴- برخی از مخاطبان شخصی و برخی شرکتی هستند، در نتیجه نحوه خرید آنها متفاوت است.

تقسیم‌بندی بازار عبارت است از فرایند جداسازی و تقسیم مشتریان بالقوه به گروه‌های معین که باید نوع بازاریابی مشخصی برای هر کدام از آنها اعمال شود.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کنید و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است را به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که تمامی گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف می‌باشد و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود چرا که توانایی شما محدود است و رقابت شدید است و شما نمی‌توانید در تمام بخش‌های بازار هدف فعالیت کنید. به یاد داشته باشید مهمترین درس بازاریابی برای شرکتهای کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از مشتری‌های متفرقه نه بگویید وگرنه نمی‌توانید رضایت مشتریان

خود را فراهم کنید در نتیجه مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند و بازار خود را از دست می‌دهید.

۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا بدنبال این هستید که رتبه دوم را داشته باشید و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهم کوچک و جزئی بازار می‌خواهید برسید. همچنین می‌خواهید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص می‌کند که شما چه استراتژی و برنامه‌ای را باید داشته باشید تا به اهداف خود برسید.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

استراتژی بازاریابی یعنی روش رسیدن به جایگاه بازاریابی. در حقیقت به آن معنی است که پس از روشن کردن اهداف خود و تعیین جایگاه خود در بازار، چگونه به این اهداف باید برسید. شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

◀ استراتژی رهبری قیمت

در این استراتژی می‌توانید برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به شکل کاملاً محسوس و

فاحشی پایین‌تر باشد. البته، وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که بتوانید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون اینکه از کیفیت آن کم شود، از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. یا حاشیه سود خود را کمتر در نظر بگیرید. چنانچه در نظرسنجی‌های خود متوجه شدید که بسیاری از افراد، در خرید گل‌ها و گیاهان زینتی، به فاکتور قیمت نیز توجه دارند و اکثراً بدنبال محصولاتی با قیمت پایین‌تر هستند، می‌توانید از این استراتژی استفاده کنید. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند از جای دیگری با قیمت پایین‌تری تهیه کنند دیگر از شما خرید نخواهند کرد.

◀ استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی، می‌بایست به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه کنید تا از محصولات مشابه متمایز گردد و باعث شود تا محصول شما منحصر به فرد شود. معمولاً در این استراتژی قیمت محصول بیشتر از قیمت رقبا خواهد بود و محصول کاملاً متمایز می‌باشد. به عنوان مثال در کنار محصولات خود خدماتی از قبیل مشاوره در زمینه گل و گیاه خریداری شده و همچنین مشاوره نگهداری تا یک ماه پس از خرید، می‌تواند به شما در متمایز بودن کمک کند. اما در انتخاب این استراتژی نیز می‌بایست به نتایج حاصله از نظرسنجی از مشتریان بالقوه، توجه نمایید. چنانچه مشتریان شما نیازی به

استفاده از خدمات راهنمایی نداشته باشند، اجرای این روش، فقط از نظر ایشان دریافت پول اضافی است و در نهایت منجر به انصراف آنها از خرید می‌شود.

← استراتژی تمرکز

این استراتژی در مورد تمرکز بر بازاری مشخص و محدود است، به عنوان مثال تمرکز بر فروش گل‌دان‌هایی با کشت تریوم برای مدارس (چون این گل‌دان‌ها و این نوع کشت شیوه مناسبی برای آموزش بخش‌های مختلف گیاهان در مدارس است).

۱- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی تعیین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هر یک از اجزا آمیخته بازاریابی تعیین می‌شود. اجزا آمیخته بازاریابی عبارتند:

- ✓ محصول یا خدمات (Product)
- ✓ قیمت (Price)
- ✓ پیشبرد فروش (Promotion)
- ✓ توزیع (Place)

با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی هر یک اجزا آن را به تفصیل بررسی

می‌کنیم:

محصول و تولید (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه محصولاتی را تولید و چه خدماتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. انواع محصولات شما در این کسب و کار عبارتند از:

- تکثیر گل‌های آپارتمانی و زینتی در انواع مدل‌ها و سایزهای مختلف

- ارائه مشاوره‌های ضروری نگهداری از گل‌ها و گیاهان

- فروش پیاز و بذره‌های گل‌ها و گیاهان

- فروش خاک و کودها و داروهای تقویتی مورد نیاز گیاهان

توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه، بازاریابی محصول می‌باشد.

چنانچه خدمات شما از نظر نوع خدمات و یا کیفیت ارائه خدمات متناسب با

خواست مشتریان نباشد برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد، پس در ابتدا

تحقیقات خود را به نحو کاملی انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان خود را

تعیین نمایید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تأثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آنقدر پایین باشد که مشتری را جذب کند و آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارتی مشتری بدنبال قیمت هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تضمین می‌شود.

بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید.

۱- قیمت تمام شده هر واحد

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده هر واحد: قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده بدست می‌آید. به عنوان مثال اگر مجموع هزینه‌های شما برای ۵۰ گلدان کاکتوس کوچک، ۱۰۰۰۰۰ ریال باشد، قیمت هر گلدان کاکتوس، سائز کوچک آن، ۲۰۰۰ ریال خواهد بود.

این قیمت کف محصولات شما خواهد بود یعنی اگر شما قیمت خدمات خود را کمتر از ۲۰۰۰ ریال تعیین کنید ضرر خواهید کرد. اگر برابر ۲۰۰۰

ریال تعیین کنید هیچ سودی حاصل نمی‌کنید. در این روش قیمت‌گذاری، معمولاً به قیمت پایه، درصدی اضافه می‌شود و به عنوان قیمت نهایی اعلام می‌شود. مثلاً با اضافه کردن ۳۰ درصد سود، قیمت گلدان کوچک کاکتوس در حدود ۲۶۰۰ ریال خواهد بود. هر چند ممکن عملاً این روش قیمت‌گذاری در این کسب و کار پیاده نشود چون هزینه ضایعات در این کسب و کار، مخصوصاً فروش گل‌های بریده بسیار زیاد خواهد بود که می‌بایست در تعیین قیمت به این مورد نیز توجه شود.

قیمت رقبا: تعیین قیمت براساس رقبا یکی از روش‌های دیگر است. چون شما برای عرضه محصولات، شرایط متفاوت با شرایط معمول دارید، سعی کنید تا این تمایز را در قیمت نیز نشان دهید. به هر حال قیمت فاکتور مهمی است که در تصمیم‌گیری مشتریان نقش به‌سزایی دارد. تعیین قیمت پایین‌تر موجب می‌شود، تعداد مشتریان بیشتری جذب نمایید. بخاطر داشته باشید همیشه کاهش قیمت به نفع شما نیست. چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کند و مشتریان شما را جذب کند. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کار آفرین است چرا که شما مجبورید قیمت‌های خود را بشکنید و از سود خود کم کنید.

گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید، بدین ترتیب از جنگ قیمتی جلوگیری کرده‌اید و چنانچه بازار مناسب باشد با رقبایتان پیمان‌های همکاری تجاری ببندید و سود حداکثری حاصل کنید. البته اگر تعداد رقیب محدود باشد و گرنه ایجاد یک همکاری تجاری با رقبای امکان‌پذیر نخواهد بود. گاهی اوقات ممکن است شما مجبور شوید با رقیب دیگری که از شما بزرگ‌تر است (مثلاً گل فروشان منطقه)، برای فروش محصولاتتان مذاکره و سپس همکاری نمایید، در آن صورت مجبورید که به وی محصولات خود را به قیمتی پایین‌تر از آنچه به مشتریان شخصی خود می‌دهید، بفروشید.

گزینه سوم، این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر، ارزش خدمات خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبای ارائه کنید. هر چند در ابتدای ورود شما به بازار این نوع قیمت‌گذاری توصیه نمی‌شود.

نکته آخر در خصوص بحث قیمت نحوه پرداخت‌ها است. شما می‌توانید پرداخت اعتباری یا پرداخت نقدی را تعریف کنید. به این ترتیب مشتریان با شرایط مختلف را جذب کنید. در فروش اعتباری دقت کنید که ریسک بازگشت سرمایه وجود دارد یعنی ممکن است مشتری بدهی خود را پرداخت نکند. برای کاهش ریسک باید از اعتبار و خوش‌حسابی مشتری اطمینان حاصل کنید. برای این منظور از تکنیک‌هایی استفاده کنید که این شرایط را فراهم کند.

ترویج (promotion)

منظور از ترویج، نحوه ارائه اطلاعات به مشتری، ترغیب وی به خرید و یا تشویق خرید مجدد از محصول شما می‌باشد. این فعالیت‌ها فقط برای آن نیست تا شما محصولات خود را بفروشید، بلکه در صورتیکه قصد توسعه و تنوع محصولات خود را داشته باشید، می‌توانید از طریق ترویج، احساس نیاز و علاقمندی را در مشتریان خود ایجاد نمایید.

۱. تبلیغات

۲. پیشبرد فروش

۳. روابط عمومی

۴. بازاریابی مستقیم

۱. تبلیغات

تبلیغات شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت شما باید تبلیغ کنید. وسایلی که می‌تواند به شما در تبلیغ محصول یا خدمت شما کمک کند، شامل مواردی همچون مجلات، روزنامه‌ها، پست مستقیم، رادیو، تلویزیون، تبلیغات محیطی و شبکه‌های اطلاع‌رسانی الکترونیک می‌باشد.

هر کدام از این رسانه‌ها دارای مزیت‌ها و معایبی هستند که انتخاب آنها با کالا یا خدمتی که قصد تبلیغ آن را دارید ارتباط مستقیم دارد. به عنوان مثال، آگهی‌های محلی و شبکه‌های اطلاع‌رسانی الکترونیک، وسیله تبلیغاتی مناسب برای معرفی و فروش محصول شما می‌باشد. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار گران است و برای کسب و کارهای کوچک مقدر نیست. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورتی که از اثر بخشی آن اطمینان داشته باشید باید اقدام کنید اما تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است.

۲. پیشبرد فروش

فعالیت‌هایی است که به طور کوتاه مدت، افراد را به خرید محصولات شما تشویق می‌کند.

برگزاری مسابقات سرگرمی‌ها، قرعه‌کشی، جوایز و هدایا، نمونه رایگان، ارائه یک کالا همراه با یک کالای دیگر به عنوان هدیه، سررسید و تقویم و دیگر موارد تبلیغاتی.

انتخاب این موارد نیز به محصول شما بستگی دارد. شما می‌توانید از روش جوایز، نمونه رایگان، موارد تبلیغاتی و برگزاری مراسم آشنایی استفاده کنید. روش‌های دیگری که می‌تواند در فروش شما موثر باشد، دادن نمونه‌ای از گل‌ها و گیاهان به افراد به صورت آزمایشی می‌باشد.

۳. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه یا تراکت مناسبی را تهیه کنید و برای آدرس‌هایی که تمایل به دریافت این نوع تبلیغات هستند ارسال کنید (یا ایمیل کنید) و یا در محل تردد مخاطبان خود آنها را پخش کنید.

۴. بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌شود که بطور غیرمستقیم باعث شهرت و اعتبار شما می‌شود و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم دارد و میزان فروش به کندی افزایش می‌یابد ولی تاثیرگذاری آن پایدارتر است. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است. برگزاری میهمانی، در این روش با برگزاری مراسم آشنایی، محصولات خود را معرفی و به فروش برسانید.

توزیع یا دسترسی (place)

منظور از توزیع، رساندن کالا و محصول به دست مشتریان می‌باشد. در بعضی بازارها، توزیع به صورت مستقیم صورت می‌گیرد، یعنی واسطه‌ای وجود ندارد و تولیدکننده، کالای خود را به مشتری نهایی می‌فروشد.

هنگام تصمیم‌گیری درباره روش‌های توزیع محصول، می‌بایست به موارد زیر توجه داشت:

اندازه بازار در نحوه توزیع موثر است، اگر بازار هدف، در ناحیه جغرافیایی مشخصی باشد، کانال‌ها و روش‌های توزیع نیز کوتاه است و بین توزیع‌کننده و مصرف‌کننده، تعداد اندکی واسطه وجود دارد یا اصلاً وجود ندارد.

ویژگی‌های محصول در انتخاب شیوه‌های توزیع نیز موثر است، به عنوان مثال عواملی مثل فاسد شدن، فصلی بودن و غیره نیز بر گستره توزیع تأثیرگذار است.

فعالیت‌های رقابتی نیز در نحوه توزیع اثرگذار است، برخی از تولیدکنندگان مایلند کالاهای خود را دقیقاً در همان مکان‌هایی عرضه کنند که رقبای محصولات خود را عرضه می‌کنند. موقعیت و اندازه کسب و کار نیز نقش زیادی در انتخاب کانال‌های توزیع دارند، به عنوان مثال کسب و کاری که در اندازه‌های کوچک به تولید محصول می‌پردازد، نمی‌تواند محصولات خود را در بازارهای بین‌المللی به فروش برساند.

در این کسب و کار، فروش بیشتر به صورت حضوری و چهره به چهره انجام می‌شود. ممکن است در صورت توافق با فروشندگان و مغازه‌داران منطقه، فروش به صورت عمده انجام شود. در بقیه موارد فروش به صورت خرده‌فروشی صورت می‌پذیرد.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

بیشترین مخاطراتی که تولید و تکثیر گل‌ها و گیاهان زینتی با آن مواجه است، مسئله آفات و بیماری‌های گیاهان است که ممکن است ضایعات محصول شما را افزایش دهد.

از آنجایی که گل‌ها و گیاهان موجوداتی زنده هستند، لذا نسبت به شرایط محیطی، تغذیه‌ای و آب و هوایی حساس می‌باشند، در این شرایط کوچکترین بی‌دقتی در نگهداری و حفظ گیاهان موجب پایین آمدن کیفیت محصول و یا از بین رفتن آنها خواهد شد.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- توصیه می‌شود قبل از راه‌اندازی این کسب و کار، حتماً مهارت و دانش لازم در خصوص تکثیر، نگهداری و حفظ گل‌ها و گیاهان را کسب نمایید. لازم است در مورد انواع بیماری‌ها و آفات که گیاهان با آن مواجه می‌شوند، اطلاعاتی کسب نمایید. برای این منظور می‌توانید در دوره‌های آموزشی که در این رابطه برگزار می‌شود شرکت نمایید.
- در ایجاد کسب و کار، همواره تحقیقات بازار را به صورت ضمنی انجام دهید تا از تنوع نیازها و تغییر سلیقه مشتریان خود آگاه شوید و متناسب با این تغییرات، محصولات خود را توسعه دهید.

- دستورالعمل و روش نگهداری گیاه را به مشتریان آموزش دهید، به همین منظور این کار را به صورت شفاهی و یا چاپ برگه یک صفحه‌ای می‌توانید انجام دهید.
- به روش‌های حفظ و نگهداری مشتری تسلط پیدا کنید تا بتوانید مشتریان وفاداری داشته باشید. افزایش خدمات پس از فروش محصول یکی از راه‌هایی است که می‌تواند به شما در این کار کمک کند. همچنین ارائه خدمات جانبی و یا مشاوره نگهداری، خوش رویی و صداقت در برخورد از دیگر مواردی است که موجب حفظ و تداوم خرید مشتری از شما خواهد شد.
- راه‌های ارتباط خود را با مشتری افزایش دهید، به عنوان مثال ارائه یک خط تلفن، ایجاد یک وبلاگ و یا مواردی از این قبیل، از راه‌هایی است که مشتریان را بیشتر به شما پیوند می‌دهد.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- وزارت جهاد کشاورزی
- موسسه تحقیقات آفات و بیماری‌های گیاهی
- سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کشور
- سازمان محیط زیست
- بانک‌ها و موسسات اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- **گلفروشی‌ها:** چه به صورت مغازه کوچک و محلی، چه به صورت بازارهای بزرگ عرضه انواع گل‌ها، از مراکزی هستند که شما به نحوی می‌توانید با آنها در ارتباط باشید و همکاری نمایید.
- **فروشنندگان لوازم ابزار باغبانی:** فروشنندگان لوازم ابزار باغبانی، به دلیل ارتباط با بخشی از علاقمندان و فعالیت در حوزه گل و گیاه، می‌توانند زمینه را برای شناسایی و معرفی مشتریان به شما فراهم نمایند.
- **گیاه پزشکی و کلینک‌های درمان آسیب‌های گیاهی**
- **سازندگان و فروشنندگان تجهیزات سرمایه‌ای همچون گلخانه و لوازم مورد نیاز آن:** این افراد به دلیل شغل خود با بسیاری از رقبای شما ارتباط دارند و شما از طریق این افراد می‌توانید با رقبای کوچک و بزرگ خود آشنا شده و در صورت لزوم در بعضی زمان‌ها با آنها فعالیت شراکتی انجام دهید.

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- تکثیر و پرورش و نگهداری گل‌های آپارتمانی، نوشته محمدرضا فعلی و سعید صاحب فصولی، مرکز نشر سپهر، سال ۱۳۸۹.
- پرورش گل‌ها و گیاهان زینتی در باغ، خانه و آپارتمان (پژوهشی در زندگی گیاهان)، پری‌ناز مرعشی، حسن نوبریان
- فصلنامه پژوهشی و سازندگی در زراعت و باغبانی
- فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی
- نشریه خبری پیام جهاد کشاورزی
- ماهنامه تازه‌های کشاورزی (ماهنامه خبری، تحلیلی و آموزشی در زمینه کشاورزی، صنایع غذایی، دام، طیور و آبزیان)
- نشریه آفات و بیماری‌های گیاهی از وزارت جهاد کشاورزی
- پرورش گل‌های زینتی در منزل، نویسنده مرین عاملی
- تکثیر، پرورش و نگهداری گل‌های آپارتمانی، مؤلفین محمدرضا فعلی، سعید صاحب فصولی

<http://www.azaleasharifi.com>

<http://demo.khalilan.com>