



مجموعه نشریات تجارب دنیا در
بخش کشاورزی و منابع طبیعی

مقایسه گل و گیاهان زینتی در ایران با سایر کشورها

(شماره ۹)

ISBN: 978-964-520-763-0
شابک: ۰-۷۶۳-۵۲۰-۹۶۴-۹۷۸



عنوان: مجموعه نشریات تجارب دنیا در بخش کشاورزی و منابع طبیعی؛ مقایسه گل و گیاهان
زینتی در ایران با سایر کشورها (شماره ۹)
نویسندگان: محمدرضا شفیعی و پژمان آزادی
ویراستار علمی: حسین نوری
مدیر داخلی: شیوا پارسانیک
تهیه شده در: معاونت آموزش و ترویج کشاورزی، دفتر شبکه دانش و رسانه های ترویجی
ناشر: نشر آموزش کشاورزی
صفحه آرا: نرگس بهادر
شمارگان: ۱۰۰۰ جلد
قیمت: رایگان
مسئولیت درستی مطالب با نویسندگان است.

شماره ثبت در مرکز فن آوری اطلاعات و اطلاع رسانی کشاورزی ۵۹۰۸۴ به تاریخ ۹۹/۱۲/۰۳ است.

نشانی: تهران، خیابان آزادی، بین نواب و رودکی، پلاک ۲۰۵، معاونت آموزش و ترویج کشاورزی
تلفن: ۶۶۴۳۰۴۶۵ | تلفکس: ۶۶۴۳۰۴۶۴ | کد پستی: ۱۴۵۷۸۹۶۶۸۱

فهرست

عنوان	صفحه
وضعیت کنونی گل و گیاهان زینتی در ایران	۵
وضع موجود	۶
روند و چشم انداز جهانی صنعت گل	۸
صنعت گل هلند	۱۲
شبکه‌های سازمانی و مشارکتی صنعت گل	۱۳
صنعت گل ترکیه	۱۶
صنعت گل کنیا	۱۹
صنعت گل کلمبیا	۲۱
صنعت گل چین	۲۳
صنعت گل ژاپن	۲۵
صنعت گل بلغارستان	۲۹
صنعت گل اتیوپی	۳۲
صنعت گل اسپانیا	۳۴
گل و گیاهان زینتی ایتالیا	۳۵
جمع بندی و نتیجه گیری	۳۷
منابع	۴۰

وضعیت کنونی گل و گیاهان زینتی در ایران

کشور ایران با برخورداری از شرایط آب و هوایی مناسب و متنوع و آفتاب درخشان، همچنین برخورداری از منابع ژنتیکی بسیاری از گیاهان زینتی و گلخانه‌ای و با در اختیار داشتن نیروی انسانی کارآمد ارزان و منابع انرژی ارزان، یکی از مستعدترین مناطق جهان برای تولید محصولات گلخانه‌ای می‌باشد. تولید گل، پتانسیل بزرگی در اشتغال و درآمد ارزی کشور ما می‌باشد. سطوح نسبتاً بزرگ گلخانه در کشورهای کوچکی نظیر هلند و مقایسه با کشورهای وسیعی مثل آمریکا، حاکی از اهمیت زیاد موضوع بهره‌وری از منابع محدود آب و زمین می‌باشد.

همچنین توسعه کشت‌های گلخانه‌ای در کشورهایی با درآمد ناخالص پائین و نرخ رشد جمعیت بالا (کلمبیا، کنیا، مکزیک و اکوادور) حاکی از نقش گلخانه در ایجاد شغل و درآمد می‌باشد.

با توجه به محدودیت منابع آب در کشور، فشرده‌گی بالا (intensive) تولید محصولات گلخانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در استفاده بهینه از منابع و ایجاد شغل و درآمدهای ارزی ایفا نماید.

در ایران برگزاری مراسم جشن گل و ایجاد باغ‌های گل تقریباً به ۳۰۰۰ سال پیش برمی‌گردد. با این حال، برای اولین بار مزارع گل تجاری کشور و شرکت‌های احداث فضای سبز از ۱۰۰ سال پیش به وجود آمده‌اند.

در دوران سلطنت مظفرالدین شاه از سلسله قاجار (۱۸۹۶-۱۹۰۷)، امپراطور اتریش فرانسیس ژوزف یکی از باغبان‌های خود، لئوپولد پروتیا را به تهران فرستاد تا به کارگران در باغ سلطنتی آموزش دهد. پیش از انقلاب ۵۷، ایران و کشورهایمانند هلند روابط تجاری گسترده‌ای در زمینه گل و گیاه داشتند. تجارت گل پس از انقلاب کاهش یافت به طوری که واردات گل و گیاهان زینتی

ممنوع گردید. این امر سبب شد اتکای بیش‌تری بر تولید داخل صورت گیرد و در نتیجه میزان تولید داخلی افزایش یافت.

از ۱۳۸۰ توسعه گلخانه‌های تونلی فلزی با پوشش پلی اتیلن گسترش روزافزونی داشته و خوشبختانه این صنعت نوپا مراحل تکامل کیفی را نیز با شتاب کم‌تر پیش برده است. در همین حال، استفاده از گلخانه‌های پیشرفته و با تجهیزات نوین نسبتاً آهسته است و در سطح محدود سرمایه‌گذاری جهت ساخت گلخانه‌های کاملاً مجهز و پیشرفته با تکنولوژی روز صورت گرفته است. در شرایط کنونی، یکی از اصلی‌ترین راهبردهای کشاورزی ایران برای برون رفت از غیر اقتصادی بودن و توسعه پایدار همگام با روند جهانی، توسعه کشت‌های گلخانه‌ای می‌باشد که مورد اهتمام جدی دولت واقع شده است و در این راستا انجام مطالعات، برنامه ریزی و احداث بیش‌تر از ۳۰۰ شهرک و مجتمع گلخانه‌ای با سرمایه‌گذاری کلان در کشور آغاز شده است و حتی در برنامه توسعه ششم در نظر است سطح گلخانه‌های کشور به حدود ۵ برابر (۴۸۳۵۵) هکتار افزایش سطح گلخانه) افزایش یابد.

وضع موجود

طبق آمار سال ۱۳۹۷ معاونت تولیدات گیاهی وزارت جهاد کشاورزی در مجموع حدود ۷۷۹۸ هکتار شامل ۲۶۶۶ هکتار گلخانه به تولید گیاهان زینتی اختصاص دارد که حاصل آن تولید بیش از ۲/۶ میلیارد گل شاخه ای، ۱۷۳ میلیون گل گلدانی و آپارتمانی و ۴۷۲ میلیون بوته و ۴۴۹ میلیون درخت و درختچه فضای سبز است و حدود ۸۰٪ این تولیدات به ترتیب در استان‌های تهران، مرکزی، مازندران و خوزستان تمرکز دارد.

بیش از ۶۰ سال از تولید اقتصادی گل و گیاه در کشور می‌گذرد و قدمت

تولید سبزیجات و میوه‌های گلخانه‌ای کم‌تر از نصف گل و گیاه می‌باشد. صادرات گل و گیاه ایران از سال ۱۳۷۰ با حدود ۵۰۰ هزار دلار آغاز و با یک روند صعودی به حدود ۴۰ میلیون دلار افزایش یافته است، در حالی که براساس آمار AIPH (مرکز آمار بین‌المللی گل و گیاه) در سال ۲۰۰۴، در جهان ۳۶۰ هزار هکتار سطح زیرکشت گل و گیاه با ارزش تولیدات بیش از ۶۰ میلیارد دلار بوده است، متأسفانه ایران با داشتن ۱/۵-۲ درصد سطح زیرکشت جهانی کم‌تر از ۰/۱ درصد صادرات جهانی گل را دارا می‌باشد و از سال ۱۳۸۱ روند واردات پایه‌های تکثیری افزایش و نگران‌کننده شده است.

این در حالی است که سالانه ۳۰ تا ۴۰ درصد به سطح زیرکشت محصولات گلخانه‌ای کشور اضافه می‌شود.

گردش اطلاعات نا کارا در بازارهای اصلی، سبب می‌شود در بسیاری از موارد، تقاضای خرید داخلی یا خارجی با وجود گل مورد نظر در گلخانه‌ها یا بازار، تأمین نگردد یا با قیمت غیر واقعی تأمین گردد.

حضور گسترده واسطه‌ها نیز که از نشانه‌های یک بازار نابسامان است سبب این می‌شود که سهم تولیدکننده از قیمت نهایی کاهش یافته و مصرف‌کننده نیز با پرداخت بیش‌تر، گل مورد نظر خود را دریافت نماید.

(بر اساس بررسی‌های انجام شده در بازار کنونی گل سهم تولیدکننده از قیمت نهایی گل ۳۰٪، سهم عمده فروش از قیمت نهایی گل ۲۰٪ سهم خرده فروش از قیمت نهایی گل ۵۰٪ و چنانچه واسطه بین تولیدکننده و مصرف‌کننده بیش از یک نفر شود، سهم‌ها غیر منطقی‌تر می‌شوند...)

دم کارایی شبکه بازاررسانی و خدمات بازاریابی نیز منجر به افزایش حجم ضایعات گل می‌شود.

شوربختانه هنوز حمل گل‌گلدانی و شاخه‌ای با ترولی (قفسه‌های طبقاتی) انجام نمی‌شود و به ندرت حمل با کارتن انجام می‌شود.

حجم ضایعات گل (۳۰ تا ۵۰٪) و حاشیه سود واسطه ها بسیار بالا است و با وجود باقی ماندن بخشی از تولید در مزارع، امکان تأمین نیاز صادرات به لحاظ مقدار و کیفیت وجود ندارد. ضایعات بالای گل در کشور یکی از دلایل اصلی، قیمت بالای گل در ایران است و کاهش این ضایعات گذشته از تمهیدات سخت افزاری در مراحل پس از برداشت گل، نیازمند برنامه ریزی تولید و دسترسی به اطلاعات گل کشور و تا حدی دنیا می باشد.

کاهش قیمت تمام شده و هزینه های تولید و قیمت های منطقی برای مصرف کنندگان داخلی از جمله ضرورت های تولید می باشد.
(در محصولات فساد پذیر، تولید باید بر اساس تقاضا یا برآورد تقاضا باشد و نه اینکه پس از تولید بازاریابی صورت گیرد.)

روند و چشم انداز جهانی صنعت گل

صنعت گل جهان یک صنعت بسیار پویا است. تنوع محصولات، منشاء تولید، روش های تولید، بازار و تنظیم خرده فروشی تحت تأثیر تغییرات مداوم است، که ظرفیت تولید باید قابل تطبیق با این عوامل باشد. در چند سال اخیر کشورهای در حال توسعه ای مانند کنیا، اکوادور، اتیوپی، ترکیه و زیمبابوه، در بازار جهانی، به صورت آهسته اما پیوسته، توانسته اند سهم خود را در بازار به دست آورند. این تولید کنندگان جدید سعی می کنند با بالا بردن بهره وری و از طریق تنوع و نوآوری پیشرو باقی بمانند. با توجه به موانع بزرگ مانند نیاز به سرمایه، دانش و زیرساخت ها که جهت ورود به بازار صنعت گل وجود دارد، اما ورود به این صنعت برای تازه واردان بسیار جذاب است. در ۱۰ سال اخیر کنیا، اکوادور و زیمبابوه، صادر کنندگانی هستند که با سرعت رشد کرده اند، تولید کنندگان موفق غیر اروپایی، با شرایط آب و هوایی مساعد طبیعی به طور مداوم محصول زیادی

تولید می‌کنند، اما این تولیدکننده‌ها هزاران کیلومتر دورتر از بازارهای اصلی اروپایی و آمریکای شمالی هستند، که این مشکل بسیار حائز اهمیت است، چون این محصولات خیلی سریع فاسد خواهند شد. ولی با این شرایط هم سطح تولید و سود به دست آمده در صنعت این کشورها به گونه‌ای است که با وجود بسیاری از مسائل لجستیکی و استراتژیک، می‌توانند با عرضه کنندگان اروپایی که به بازارهای اصلی مصرف خیلی نزدیک‌تر هستند، رقابت کنند. امروزه صنعت گل و گیاهان زینتی یک صنعت بسیار پویا و بین‌المللی است که نرخ رشد قابل توجهی در طول چند دهه گذشته به دست آورده است. تجارت با بزرگ‌ترین بازارهای مصرف‌کننده جهان در جنوب و شمال اروپا و شمال آمریکا صورت می‌گیرد، در حالی که کشورهای تولیدکننده نزدیک به خط استوا قرار دارند. در ده سال گذشته، کشورهای عمده صادرکننده گل، هلند، کلمبیا، کنیا، اکوادور و اسرائیل بوده‌اند. از چند سال قبل، اتیوپی نیز به این لیست اضافه شده است، در حالی که این امر شرایط اسرائیل را تضعیف کرده است (بانک جهانی، ۲۰۱۱).

بررسی چند محصول مبادله شده بین‌المللی نشان داده است که زمان برای رسیدن به بازار برای صنعت گل بسیار مهم است.

تولید کنندگان برای تولید مناسب به یک زنجیره پس از برداشت کارآمد، از پرورش‌دهنده تا نگهداری و حمل و نقل نیاز مبرم دارند. در واقع، در شرایطی که قسمتی از زنجیره معیوب است برای کارآمدترین تولیدکننده هم غیر ممکن است که محصولات خود را در بازارهای اصلی به فروش برساند.

بنابراین زنجیره‌ای پیوسته و مناسب کلید موفقیت در این صنعت است.

بررسی اقتصاد جهانی گل و گیاه نشان می‌دهد که امروز مصرف جهانی گل و گیاه در ۳ منطقه متمرکز شده است.

۱- اروپای غربی ۲- آمریکای شمالی ۳- ژاپن

در آینده رشد مصرف زیادی در ژاپن، چین و آمریکا مورد انتظار است.
هلمند، دانمارک، بلژیک، ایتالیا، آلمان، کلمبیا، اسرائیل، کنیا و اکوادور
بزرگ‌ترین کشورهای صادرکننده گل هستند.

در کشور هلند به دلیل محدودیت زمین برای توسعه صنعت گلکاری و
همچنین افزایش شدید حقوق کارگری، شرکت‌های هلندی را به سمت کشورهای
دیگر آفریقایی و آسیایی برای تولید و صادرات آن به سایر کشورها سوق داده است.
در حال حاضر اروپای غربی مصرف‌کننده نیمی از گل‌های تولیدی جهان
است و یک گسترش بزرگ در مصرف در آسیای شرقی، ژاپن، چین، کره جنوبی،
تایلند و اندونزی در حال شکل گرفتن است.

واردکننده‌های اصلی گل شاخه بریده آمریکا، آلمان، فرانسه، انگلستان،
سوئیس، سوئد، نروژ، هلند، دانمارک، بلژیک، ایتالیا، استرالیا و ژاپن می‌باشند.
آفریقا صادراتش را به اروپا و آمریکای جنوبی به آمریکا و کانادا افزایش می‌دهد.
در آسیا یک تجارت درون منطقه‌ای با کشورهایی مانند هندوستان، مالزی،
تایلند و فیلیپین شکل گرفته است.

در حال حاضر هلند بازار گل اروپای شرقی را هدف قرار داده است که انتظار
می‌رود کاهشی در تأمین گل‌های شاخه بریده آمریکا، ژاپن و کشورهای جنوب
آسیا ایجاد شود. که این موضوع یک فرصت جدید برای نفوذ در این بازار را
فراهم می‌کند.

رقابت زیادی در بازار وجود دارد، به‌ویژه این که کشورهای آمریکایی و آفریقایی
به دلیل حضور زودتر در بازار جهانی نسبت به ایران دارای یک مزیت رقابتی می‌باشند.
همچنین تقاضای زیادی برای گل‌های خشک در برخی کشورهای اروپایی و
حتی آسیایی و عربی وجود دارد.

مصرف در آمریکا از ۵ میلیارد دلار در ۱۹۹۱ به ۱۱ میلیارد دلار در ۲۰۰۰ رسیده است.
حرکت‌هایی که در بازار گل و گیاه آسیا رخ داده، شبیه آنچه در ۱۹۹۵ در

سنگاپور رخ داد، تأسیس مرکز حراج گل سنگاپور که احتمال می‌رود به مرکز حراج گل‌های آسیا تبدیل شود. از آنجاییکه مراکز حراج محدود به هلند بود، مرکز حراج سنگاپور و مرکز گل دبی DFC می‌تواند یک مزیت به حساب آید.

معمولاً دسترسی به بازارهای حراج گل هلند (۷ مرکز حراج گل در هلند وجود دارد) آسان نیست، زیرا برقراری سهمیه‌های غیرشفاف روی واردات توسط اتحادیه شرکت‌های گل و گیاه هلند، وجود دارد. بازار هلند فقط برای دوره زمانی محدود ۴ ماهه از نوامبر تا مارچ، وقتی تولید به شدت تحت تاثیر شرایط زمستان‌های سخت قرار دارد، در دسترس است و برای فروش در سراسر سال، باز کردن بازارهای جایگزین در انگلستان، کشورهای خاورمیانه، آسیای میانه و اروپای شرقی، ضرورت دارد.

ژاپن یک بازار مهم و بزرگ است، اما وجود قوانین قرنطینه‌ای سخت یک بازدارنده غیر تعرفه‌ای برای صادرات گل به این کشور است. از سوی دیگر مالیات و عوارض ورودی ۱۵٪ روی محصولات گل و گیاه از اول نوامبر تا ۳۱ می‌در کشورهای EEC وجود دارد. اگر چه کشورهای آفریقایی تحت کنونسیون‌های LOME هیچ مالیات یا عوارضی را تحمل نمی‌کنند. کشورهای آمریکای لاتین نیز برای صدور گل و دسترسی به بازار EEC، مالیات ندارند. در این مورد ارتباط و گفتگو دولت مورد نیاز می‌باشد تا صادرکننده‌های کشورمان بتوانند در شرایط رقابتی یکسان قرار بگیرند. همان‌گونه که فراهم‌سازی کارگوه‌های هوایی کافی با کنترل شرایط اقلیمی و فراهم‌سازی تخفیف‌های حمل و نقل برای صادرکنندگان، همچنان که در کشورهای صادرکننده گل و گیاه از جمله چندین کشور آمریکای جنوبی و مرکزی وجود دارد، ضروری است.

امروزه عمده گل‌های شاخه بریده و گیاهان زینتی از طریق مراکز حراج و عمده فروشی‌ها به فروش می‌رسد.

سیستم حراج ابتدا در هلند و ژاپن استفاده شد. در مرکز حراج سازمان

تلاش می‌کند بالاترین قیمت ممکن را برای تولیدکننده بدست آورد. در هلند این مراکز حراج به وسیله تعاونی‌های فروش و تولیدکننده‌ها که عضو تعاونی هستند هدایت می‌شوند. روند اجرای این سیستم بازار بسیار ساده و کارآ هست. تولیدکننده‌ها گل‌های تولیدی خود را از طریق شرکت‌های حمل و نقل به این مراکز حراج تحویل می‌دهند. گل توسط ارزیابان متخصص و متعهد، ارزیابی می‌گردد و مشخصات و درجه‌بندی گل‌های تعیین می‌گردد. چرخ‌های حامل گل‌ها به سالن ساعت حراج رفته و عمده‌فروشان حاضر در سالن، ضمن دیدن مشخصات کامل گل در صفحه روبرو، نمونه گل‌ها را نیز در مقابل خود می‌بینند. قیمت، نمونه گل به نمایش درآمده و در ساعت حراج از بالا به پایین حرکت می‌کند و اولین خریدار با بالاترین قیمت صاحب محموله گل عرضه شده می‌شود. قیمت گل به صورت کامپیوتری از حساب خریدار برداشت و پس از کسر کمیسیون بازار، به حساب تولیدکننده واریز می‌شود.

صنعت گل هلند

علی‌رغم کاهش تولید و با توجه به افزایش ارزش صادرات، هلند همچنان نقش کلیدی در تجارت بین‌المللی گل و گیاهان زینتی را دارد، هلند بزرگ‌ترین واردکننده گل از خارج از اتحادیه اروپا و همچنان بزرگ‌ترین عرضه‌کننده گل به دیگر کشورهای اتحادیه اروپا (بانک جهانی، ۲۰۱۱) است.

در هلند از روش‌های پیشرفته تولید و فرآیندهای بازاریابی برخوردار است. هلند تنها ۱۰٪ تولیدات جهانی را دارد اما حجم صادرات آن ۶۰٪ صادرات جهانی است. همان‌گونه که رقابت سخت‌تر می‌شود از سال ۲۰۰۳ تعداد تولیدکنندگان و صادرکنندگان کاهش یافته‌است و برخی از شرکت‌های کوچک در شرکت‌های بزرگ ادغام شده‌اند. علتش می‌تواند نیاز به تجهیزات زیاد و ضرورت کاهش هزینه‌های تولید و صادرات دانست.

مقصد اصلی صادرات گل هلند کشورهای اروپایی، آمریکا و اروپای شرقی است. کشورهای آفریقایی و آسیایی مقصد اصلی برای مواد تکثیری هلند می باشد به ویژه کنیا و چین.

شبکه های سازمانی و مشارکتی صنعت گل

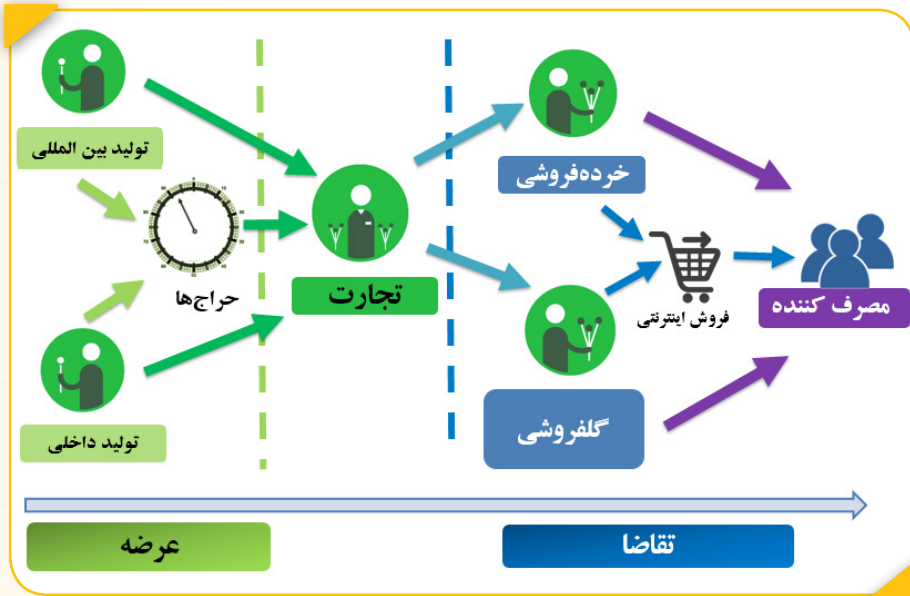
امروزه اکثر محصول تولیدکننده های سرتاسر دنیا معمولاً حراجی های هلند را به عنوان مسیر ثابتی طی می کنند، تا به دست مصرف کننده در بازارهای اروپایی برسند. حضور فیزیکی جهت بازرسی، کنترل کیفیت و فعالیت های کاهش ضایعات ضروری است. با توجه به رشد جهانی شدن و فضای مجازی، توسعه یک شبکه توزیع مناسب برای گل ها و گیاهان زینتی در کشورهای اروپایی را ضروری کرده است. در این شبکه توزیع گل های شاخه بریده و سایر محصولات به مصرف کنندگان خرده به صورت اینترنتی و با استفاده از مفاهیم سازمانی متفاوت تحویل داده می شود. پروژه داوینچی با هدف افزایش جایگاه رقابت بین المللی بخش باغبانی هلند در شبکه بازرگانی واقعی جهانی با تحقیق در مورد فرصت هایی جهت همکاری سازمانی، همفکری در یک شبکه بین المللی توسعه یافته اجرا شده است. بخش تولید گل و گیاهان زینتی در هلند دارای کیفیت جهانی است و به عنوان مسیر اصلی بازار اروپا عمل می کند. این بخش بیشترین اثر را روی اقتصاد هلند داشته و این کشور را به بزرگترین صادرکننده محصولات گل و گیاهان زینتی در اروپا تبدیل کرده است. برخی پیشرفت ها از قبیل به وجود آمدن بازارهای جدید در اروپای شرقی و افزایش مجازی سازی، مرکز گرایش را به طرف غرب روانه کرده است، که این امر سبب خواهد شد تا به یک شبکه گل و گیاهان زینتی مؤثر تبدیل شود که در آن گل های بریده، گیاهان و سایر محصولات رسیده به مصرف کنندگان جهانی

مسیر متفاوتی را طی کرده و مفاهیم سازمانی متفاوتی را استفاده کنند. مراکز انبار عبوری (cross-dock) و پارک‌های بازرگانی در اروپا ساخته می‌شوند و این بخش به دنبال مکانیسم‌های نحوه همکاری و کنترلی مؤثری برای یک شبکه سازمانی کامل است تا مسیر و تقاضای بازار را تکمیل کنند. هرچند این عمل به آسانی تعریف بخش توسط تعداد زیادی از SMEها (بسیاری از تولیدکننده‌ها، بازرگانان و LSPهای کوچک) و حراجی‌های بزرگ بر پایه همکاری نیست. بلکه هر کدام اهداف و دیدگاه خاص خود بر اساس قوانین و کارکرد واحد فعال در شبکه زنجیره تأمین را دارند.

داوینچی به معنی شبکه بین‌المللی واقعی صنعت کشاورزی هلند است و بر اساس همکاری، همفکری و قابلیت دسترسی کامل اطلاعات صنعت گل بنا شده است. این پروژه باهدف توسعه مفاهیم سازمانی مبتکرانه بنا شده و بر اساس اطلاعات و مشاغل مشارکتی حمایت می‌شود تا قدرت رقابتی هلند را تقویت کند. با این استراتژی هلندی‌ها همچنان مسیر اصلی بازار صنعت گل را در اختیار خواهند داشت.

خصوصیات بخش و نیازهای صنعت گل و گیاهان زینتی

هلند قلب تپنده صنعت گل جهان است. این کشور دارای یک شبکه سازمان یافته متشکل از شرکت‌های اصلاحی، تولیدکنندگان و همچنین متخصصین فروش و شرکت‌های صادراتی است که نماینده تمام جنبه‌های یک شغل هستند. این شبکه زنجیره‌ای دارای زیر مجموعه‌های زیر هستند: تولیدکننده‌ها، حراجی‌ها، بازرگانان، تهیه‌کننده‌ها سرویس‌های سازمانی و مراکز فروش.



شکل ۱- شبکه زنجیره‌ای گل و گیاهان زینتی

شرکت گل فلورا هلند دارای ۵ مرکز حراجی برای خرید و فروش گل‌های شاخه بریده (حدود ۷۰ درصد) و سایر گیاهان زینتی (۳۰ درصد)، یک سازمان ملی واسطه‌ای (که خرید و فروش مستقیم بین تولیدکننده و بازرگانان را تسهیل می‌کند) و یک مجموعه وارد کننده بین‌المللی است. فلورا هلند به‌طور اساسی یک شرکت مشارکتی است: که حدود ۵۰۰۰ عضو دارد که بیش‌تر تولیدکننده‌های گل و گیاهان زینتی هلند مالک آن هستند. در این شرکت بازرگانان به سه گروه تقسیم می‌شوند: عمده فروش‌ها، صادرکننده‌ها و وارد کننده‌ها. گاهی اوقات یک همپوشانی هم به وجود می‌آید و خود عمده فروش‌ها به عنوان صادر کننده نیز عمل می‌کنند. در این سیستم حدود ۱۲۰۰ تاجر هلندی وجود دارد که با مشتری‌های بین‌المللی و ملی کار می‌کنند. در هلند بیش‌ترین کشورهایی که از آنها واردات انجام می‌شود شامل کنیا، اتیوپی، اسرائیل، اکوادور و آلمان هستند. بیش‌ترین صادرات هم به آلمان، انگلیس، فرانسه، ایتالیا، بلژیک و

روسیه صورت می‌گیرد. در بسیاری از موارد، حمل و نقل بین مراحل از این زنجیره، از ۷۰ فراهم‌کننده خدمات سازمانی فراتر می‌رود. در برخی موارد تأمین‌کننده‌ها فعالیت‌های بیش‌تری مثل کنترل کیفی، نگهداری و بسته‌بندی را نیز انجام می‌دهند.

❖ کیفیت محصولات در طی توزیع از بین می‌رود، بنابراین تقاضا برای افزایش عمر پس از برداشت وجود دارد.

❖ بازرگانان به‌طور افزایشی با دفعات بیش‌تر و مقدار کم‌تری سفارش می‌دهند که سیستم فعلی این نیاز را برآورده نمی‌کند.

❖ یک نیاز اساسی برای به اشتراک گذاری اطلاعات به موقع و شفاف‌سازی در زنجیره تأمین وجود دارد.

❖ بازار حمل و نقل به خوبی برای همکاری از لحاظ حجم تقسیم‌نشده است. با توجه به اینکه حمل و نقل سریع با کم‌ترین قیمت ممکن بین بازارها به همراه کیفیت ضمانت شده یکی از مؤلفه‌های اصلی صنعت گل است.

❖ پویایی و عدم اطمینان بالا در تأمین و تقاضا منجر به تغییرات دقیقه نودی، سفارش‌های یک‌باره و حمل و نقل غیرکارآمد شده است.

کیفیت محصول (عمر گلجایی) یکی از فاکتورهای خیلی مهم محصول است (برای گل‌ها امروزه حدود ۷ روز) بنابراین سرعت و مسئولیت‌پذیری امری کلیدی هستند. در نتیجه مدت زمان سفارش به‌طور پیوسته در حال کاهش بوده و گرایش به سمت سفارشات با اندازه کوچک است.

صنعت گل ترکیه

در ترکیه ۷ منطقه برای کشت محصولات مختلف وجود دارد. این هفت منطقه شامل مرمره، آنگان، مدیترانه، آناتولی مرکزی، منطقه آناتولی جنوب شرقی و

شرق و نوار ساحلی دریای سیاه می باشد و بیش از ۸۵ درصد واحدهای گلخانه ای کشور در منطقه مدیترانه ای واقع شده که مهم ترین مرکز آن آنتالیا می باشد. وجود زمستان معتدل و روزهای آفتابی در فصول سرد همراه با درجه حرارت معتدل (متوسط درجه حرارت سالانه ۲۰ درجه سانتی گراد و تغییرات درجه حرارت بین ۹/۲ تا ۲۸/۲ درجه سانتی گراد در طول سال می باشد. تغییرات رطوبت نسبی محیط بین ۵۶ تا ۶۹ درصد بوده که ایدئال برای کشت محصولات گلخانه است. این موضوع موجب مزیت کاهش هزینه سوخت و تولید در فصول سرد شده است.

۴۹ درصد از سطح زیر کشت را تونل های کم ارتفاع تشکیل می دهند و ۴۰ درصد را گلخانه های پلاستیکی با سازه های فلزی و ۱۱ درصد را گلخانه های شیشه ای تشکیل می دهند.

ترکیه کشوری است که به سرعت در صنعت تولیدات گلخانه ای به پیش می رود. این کشور در سال ۱۹۹۰ چهار هزار هکتار گلخانه داشته است و طی ده سال سطح گلخانه ها را با افزایش ۱۵ برابری به حدود ۶۰ هزار هکتار افزایش می دهد که عمدتاً در مناطق نیمه گرمسیری حاشیه دریای مدیترانه، به ویژه منطقه آنتالیا متمرکز می باشد.

این افزایش کمی با افزایش کیفی تولیدات و افزایش بهره وری نیز همراه بوده است و نکته بسیار مهم این که توسعه صنعت گلخانه با بهره گیری از آخرین فن آوری های جهانی که کاملاً بومی شده اند همراه است.

توجه به تولید با کیفیت مرغوب تر تکنولوژی های سازگار با محیط زیست و بهره گیری از منابع انرژی تجدید شونده از اهداف تولید کنندگان برای دستیابی به بازارهای جهانی است. به عنوان مثال استفاده از انرژی زمین گرمایی طی سال های اخیر رشد زیادی داشته است.

تولید گل و گیاهان زینتی در ترکیه به چهار گروه گل های شاخه بریده، گیاهان آپارتمانی، گیاهان فضای باز و گل های پیازی تقسیم می شود و در سال های اخیر شتاب

زیادی گرفته است. مزیت نسبی ترکیه باعث شده قیمت تمام شده گل های شاخه ای شامل میخک، ژربرا، رز، گلایل، فریزیا، لیلیوم، استاتیس و داودی مناسب تولید باشد.

تولید تجاری گل در ترکیه در اوایل قرن بیستم در منطقه yalova و به خاطر نزدیکی آن به استانبول به عنوان بزرگ ترین مرکز مصرف گل آغاز شد و اولین اتحادیه تولید و تجارت گل در سال ۱۹۴۶ در استانبول تأسیس شد. عمده تولید رز در استان اسپادتا و برای تولید اسانس انجام می شود که ترکیه را به عنوان یکی از مهم ترین تولید کنندگان عطر رز در جهان مطرح نموده است.

با توجه به تشابهات زیاد ترکیه با ایران، به ویژه از لحاظ پهنای و تنوع آب و هوایی، توجه به توسعه کشت های گلخانه ای... به برخی نکاتی که می تواند برای بهبود کشت های گلخانه ای کشورمان مفید باشد اشاره می گردد.

❖ توسعه سریع کشت گلخانه ای در مناطق با شرایط آب و هوایی مناسب برای کشت گلخانه ای

❖ سازه های گلخانه ای و اتوماسیون مورد استفاده، ساده و با سرمایه گذاری اولیه پایین است که این موضوع به تولید اقتصادی پروژه ها کمک زیادی می کند. از سیستم های کشت بدون خاک Soilles culture فقط در موارد ضروری استفاده شده است و کشت هایی مثل کشت گل ژربرا که اکنون در ایران، ۱۰۰ درصد کشت بدون خاک است، عمدتاً در کشت خاکی انجام می شود.

❖ رعایت آستانه حداقل سطح گلخانه با گلخانه های multispan چند قلو با سطوح بیش از ۳ هزار مترمربع و کشت تخصصی یک محصول که این موضوع به کاهش هزینه تمام شده محصول و افزایش کیفیت منجر شده است.

❖ بهره گیری از دانش فنی محصولات گلخانه ای و ترویج و اجرایی کردن دانش

❖ توسعه کنترل بیولوژیک محصولات گلخانه ای ترکیه

◀ برگزاری نمایشگاه کشاورزی آنتالیا، هدفمند و منطبق بر اهداف فنی، اقتصادی نمایشگاهی، افزایش سطح فن آوری تولید، عقد قراردادهای تجاری، توسعه صادرات

◀ تخصصی شدن موضوعی واحدهای تولیدی و بویژه ایجاد واحدهای تکثیری propagation. بنابراین واحدهای تخصصی تکثیر، نشاءهای پیوندی با استانداردهای بالا تولید و در اختیار واحدهای تولیدی production قرار می دهند که این امر به توسعه کمی و کیفی تولید، کمک شایانی می نماید.

◀ پیشرفت ترکیه در تولید بذور اصلاح شده و پایه های تکثیری سالم

صنعت گل کنیا

در حال حاضر حدود ۵۰۰ پرورش دهنده ی گل و گیاهان زینتی به صورت تجاری در کنیا وجود دارد، تولید گل در حال حاضر تا حد زیادی در اطراف دریاچه نایواشا، تا شمال غرب نایروبی صورت می گیرد.

حدود ۷۵ درصد از صادرات گل شاخه بریده کنیا توسط ۱۲ تولید کننده در مقیاس بزرگ و متوسط صورت می گیرد. چنین فعالیت هایی در اندازه هایی بین ۲۰ تا بیش از ۱۰۰ هکتار، با نیروی کار بین ۲۵۰ و ۶۰۰۰ نفر انجام می شود. ۲۵ درصد باقی مانده از تولید محصول گل و گیاهان زینتی در کنیا توسط گلخانه های کوچک تر در فضای کم تر از نیم هکتار صورت می گیرد. کیفیت گل حاصل از این تولید کنندگان ضعیف است، در نتیجه یکی از مشکلات ارتباط خرده مالکان به بازارهای صادراتی، مشکل زیرساختی است.

در طول سه دهه گذشته، محصول صادراتی صنعت گل و گیاهان زینتی کنیا به طور قابل ملاحظه ای افزایش یافته است. بین سال های ۱۹۷۸ و ۱۹۹۸، حجم سالانه صادرات نزدیک به ده برابر، از ۳۲۶۵ به ۳۰۲۲۱ تن رشد کرد.

بیشترین صادرات گل و گیاهان زینتی کنیا به بازارهای اروپا صورت می‌گیرد. سالن‌های حراج گل در هلند به لحاظ تاریخی مهم‌ترین چرخه فروش گل کنیا است که از طریق آن گل و گیاهان زینتی تولید شده کنیا به عمده‌فروشان و خرده‌فروشان اروپایی می‌رسد.

کنیا در حال حاضر سومین عرضه‌کننده‌ی بزرگ گل شاخه بریده به بازار اروپا پس از هلند و اسرائیل است. بیشترین صادرات کنیا به انگلستان (بازار رو به رشد کنیا) و پس از آن به هلند صورت می‌گیرد. به طور سنتی صادرات میخک و گل رز در کنیا وجود دارد، اما نیاز به حفظ سودآوری بسیاری از تولیدکنندگان را تشویق کرده است تا به محصولات کشاورزی دیگر مانند بذر گل و سایر خدمات با ارزش افزوده بالا مانند بسته بندی گل روی آورند.



شکل ۲- بسته‌بندی گل در مزارع گل کنیا

در گذشته، تنها چند کشاورز کنیایی با استانداردهای بالای کیفیت و سلامت بین‌المللی کار می‌کردند. اما از اول ژانویه سال ۲۰۰۵، کشاورزانی که محصولات باغی به اتحادیه اروپا صادرات می‌کردند ملزم به پیروی از مقررات EurepGap از جمله مجموعه‌ای پیچیده از شیوه‌های مناسب کشاورزی (GAP) شدند. این قانون مواد شیمیایی مورد مصرف کشاورزی، زیرساخت مزرعه، امکانات بهداشتی و درجه بندی و فرآیندهای بسته‌بندی را پوشش می‌دهد.

آب و هوای گرمسیری کنیا، کاربرد مکرر آفت کش ها را در طول سال بسیار افزایش داده است. مقررات اتحادیه اروپا تولیدکننده های کنیایی را مجبور کرده است که رژیم برنامه های کاربردی و انواع آفت کش ها را تغییر دهند.

برنامه های آینده

❖ استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) برای توسعه سیستم های مؤثر در بخش گل بریده

❖ صنعت گل باید قوانین صنعت گل شاخه بریده در تمام کشورهای حاضر در این صنعت را بررسی و آن ها را به عنوان یک راه برای رقابتی تر کردن بازار گل شاخه بریده کنیا در بازارهای بین المللی به کار گیرد.

صنعت گل کلمبیا

کلمبیا در سال ۲۰۱۳ با ۳۷۸ میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی، و در کل با ۶/۲ درصد تولید ناخالص منطقه ای چهارمین کشور بزرگ آمریکای لاتین بود. صنعت گل کلمبیا اساساً در مناطقی با ارتفاع زیاد و در خارج از زمین های مسطح آفتابی دو شهر بزرگ بوگوتا و مدلین مستقر شده است. دمای متعادل، خاک حاصلخیز، روزهای استوایی طولانی و نیروی کار کافی به افزایش رشد گل رز کلمبیا در تمام طول سال بدون داشتن گلخانه های گران قیمت کمک می کند.

کلمبیا در مساحتی حدود ۸۰۰۰ هکتار گل پرورش می دهد. حدود ۷۰۰۰ هکتار تحت شرایط گلخانه ای است درحالی که ۱۰۰۰ هکتار تولید فضای باز دارد.

بیش از ۴۰۰ تولیدکننده گل وجود دارد و تقریباً ۳۰۰ مزرعه گل ها را برای صادرات تولید می کنند. حدود ۵۰ درصد زمین های این مزارع بین ۲۰ تا ۵۰ هکتار وسعت دارند و ۵۰ درصد باقی مانده بیش از ۵۰ هکتار هستند.

صادرات

محصولات گل و گیاهان زینتی در رتبه دوم صادرات محصولات کشاورزی کلمبیا هستند، و به بیش از ۹۰ کشور ارسال می‌شوند، که این امر کلمبیا را به عنوان دومین صادرکننده گل در جهان بعد از هلند معرفی کرده است. یک دهم صادرات گل دنیا به وسیله کلمبیا صورت می‌گیرد. در سال ۲۰۰۵ میزان صادرات ۹۰۶ میلیون دلار بود و در سال ۲۰۱۳ ارزش صادرات گل کلمبیا به ۱/۳۴ میلیارد دلار رسید.

اغلب تولید گل کلمبیا به آمریکا صادر می‌شود که شامل چهار پنجم میخک‌ها و یک سوم رزهای کلمبیا است. در سال ۲۰۰۶ کلمبیا بیش از دومیلیارد ساقه گل و بیش از پنجاه نوع گل، معادل ۴۱۸ میلیون دلار به آمریکا صادر کرد. در سال ۲۰۱۲ این عدد تا ۱/۱۸۸ میلیارد دلار آمریکا افزایش یافت. در سال ۲۰۱۳، ۶۵ درصد کل گل‌های شاخه بریده وارد شده به آمریکا از کلمبیا بود که نسبت به ۱۰ سال گذشته، ۵۵ درصد افزایش یافته است. رزها با ارزش ۳۶۵ میلیون دلار گل‌های اصلی صادراتی هستند و سپس میخک با ۱۵۶ میلیون دلار و داودی با ۱۴۷ میلیون دلار در رتبه‌های بعدی می‌باشند.

درحالی که آمریکا با ۷۷ درصد از صادرات کل مهم‌ترین بازار فروش گل‌های صادراتی کلمبیا است، روسیه (۵/۴ درصد)، ژاپن (۳/۷ درصد)، انگلیس (۳/۴ درصد) و کانادا (۲/۸ درصد) مقصدهای دیگر هستند.

تکنولوژی

تولید گل در کلمبیا ۱۱۱۰۰۰ شغل مستقیم و ۹۴۰۰۰ شغل غیر مستقیم برای مردان و زنان کلمبیایی ایجاد کرده است. ۶۰ درصد نیروی کار مزارع گل را زنان تشکیل می‌دهند.

برخی از عملیات تهیه گل بازار صادرات از نظر تکنولوژی پیشرفته هستند و

از ماشین‌های طراحی شده سفارشی، اتاق‌های نگهداری یخچال‌دار، و تسمه نقاله‌های خودکار استفاده می‌کنند. برداشت و بسته‌بندی سریع و تکنولوژی‌های جدید هرس و تمیز کردن، فشار کاری وارد شده به کارگران را کاهش می‌دهند. آفت کش‌ها به ندرت مورد استفاده قرار می‌گیرند. بسیاری از مزارع در کلمبیا به اهمیت برچسب "کاملاً طبیعی" برای ادامه رقابت در بازار آمریکای شمالی و اروپا پی برده‌اند. روش‌هایی مانند استفاده از بوته‌های نعنای در انتهای هر ردیف رز یا آتش زدن برگ‌های تنباکو برای دفع افات عنوان روش‌های جایگزین مورد استفاده قرار می‌گیرند.

تدارکات

حدود ۱۵۰ واردکننده و توزیع‌کننده گل اغلب در داخل و اطراف میامی برای جابه‌جایی گل و گیاهان زینتی صادراتی کلمبیا به آمریکا مورد استفاده قرار می‌گیرند. گل‌های شاخه بریده اغلب محموله مهم باری در فرودگاه‌های بین‌المللی میامی، بوگوتا و مدلین هستند. فرودگاه بین‌المللی بوگوتا سالانه ۲۰۰۰۰ تن حمل و نقل‌های هوایی مرتبط با گل‌ها را سازماندهی می‌کند. گل‌ها توسط ۸ خط هوایی حمل می‌شوند و پروازها اغلب به آمریکا است. در آمریکا حدود ۳۰۰ شرکت روزانه جابه‌جایی صدها کامیون گل به صدها شهر را هدایت می‌کنند.

صنعت گل چین

صنعت گل و گیاه چین از ۱۹۸۴ شروع شد. در ۱۹۹۶ مجموع ۳۰۰۰ هکتار سطح زیر کشت گل با ۰۹/۱ میلیارد شاخه گل همگام با رشد اقتصادی در ۲۰۰۵ سطح زیر کشت در چین به ۶۰۰۰۰ هکتار رسید با ۲۸۶۰۰ هکتار گلخانه

در حال حاضر سطح تحصیلات و مهارت‌های مدیریتی گلکاری محدود می‌باشد و مصرف سالانه محلی نیز پایین است و زمین‌های در دسترس ارزان است و بازارهای حراج گل در مراحل اولیه خودش است. اگر چه صنعت دارای مزایای تنوع ژنتیکی بالا گیاهانی است که می‌تواند اصلاح شده و به بازار گل و گیاه معرفی شوند.

در یک دهه اخیر بازار گل‌های شاخه بریده چین نزدیک ۲۰ برابر رشد کرد. صادرات و واردات محصولات گل سالانه افزایش یافته‌است. صنعت گل و گیاه چین شبیه آتش وحشی رشد می‌کند. مناطق (استان‌ها) در تولید و تجارت گل رقابت می‌کند.

استان یوننان ۵۰٪ بازار محلی چین با ۱/۴ میلیارد شاخه گل در سال را داراست.

گوانگجو، ژیانگ، فوجیانگ، یوننان و شانگهای ۷۹٪ مجموع صادرات گل را در سال ۲۰۰۷ داشته‌اند.

مؤسسه تحقیقات گل و گیاهان زینتی (FRI) آکادمی علوم کشاورزی یانان (YAAS) در شهر کانمینگ واقع شده، این مؤسسه با وسعت ۷۰ هکتار دارای ۳۰ هکتار گلخانه و مزارع تحقیقاتی و تولیدی با ۸۰ کارمند و ۱۸ محقق phd قراردادهای متعددی با شرکت‌های خصوصی در تولید گیاهچه‌های انواع گل به ویژه ژپیسوفیل (عروس)، ژربرا، رز، ارکیده، گیاهان حشره خوار،... و حتی توت فرنگی، بلوبری... دارد. این مؤسسه همچنین با نظارت فنی و ارائه دانش فنی در تولید انواع گل‌ها با بخش خصوصی مشارکت دارد و بابت خدمات علمی مشاوره‌ای سهمی حدود ۲۰٪ از درآمد را دریافت می‌دارد.

ساختار سازمانی این مؤسسه شامل ۷ مرکز :

گیاهان زینتی چوبی - گل‌های علفی - گل‌های گلدانی - گیاهان باغی - گل‌های پیازی - گل‌های آبی و مرکز تست کیفی و بازرسی گل

در بازدید از بخش‌های گوناگون این موسسه از مرکز کشت بافت و تولید گیاهان سالم‌سازی شده، گلخانه‌های سازگاری ژئوسوفیل، بلو بری، گیاه حشره خوار، گلخانه تولید ارکیده دندروبیوم، گلخانه تولید رز مینیاتور گلدانی، گلخانه تولید گل شاخه بریده ژربرا و لیسیانئوس و همچنین گلخانه توت‌فرنگی و یک گلخانه کلکسیون گل‌های گلدانی به‌ویژه انواع سرخس، ارکیده... بازدید داشتیم.

مؤسسه تحقیقات گل و گیاهان زینتی (FRI) آکادمی علوم کشاورزی یانان (YAAS) یک سازمان خدماتی تحقیقاتی گیاهان زینتی هست که در یانان و بزرگ‌ترین در چین می‌باشد و کارهای R&D راهبردی و سراسری روی توسعه گیاهان زینتی در یانان و حتی در برخی نقاط دیگر کشور چین را تحت پوشش قرار می‌دهد.

مزارع و گلخانه‌های تحقیقاتی شامل گل‌های شاخه بریده، گل‌های زینتی گلدانی، گل‌های باغچه‌ای همانند گل‌های دارویی و خوراکی مورد توجه این مؤسسه است.

این مؤسسه روی نوآوری ژرم پلاسما و به‌نژادی، تکثیر گیاهچه‌های با کیفیت، کنترل استانداردها و کیفیت، فن‌آوری‌های مهندسی طراحی فضای سبز و فن‌آوری فرآیندهای ظریف تمرکز دارد. فعالیت محوری این مؤسسه به‌نژادی بود که از شیوه‌های هیبریداسیون، موتاسیون فیزیکی با استفاده از پرتوتابی اشعه گاما و اصلاح مولکولی استفاده می‌شد.

صنعت گل ژاپن

بزرگ‌ترین بازار گل ژاپن که به بازار OTA معروف است در حومه صنعتی جنوب غرب توکیو در کنار فرودگاه هاندا با مساحتی بیش از ۳۸ هکتار، در سال ۱۹۸۹ شروع به کار کرد. هر روز، به جز روزهای یکشنبه، بازار با فشار

و شلوغی خرید تازه ترین میوه‌ها، سبزیجات، ماهی، گل‌های زینتی و گیاهان گلدانی شروع به کار می‌کند. بخش گل و گیاهان زینتی در بازار OTA از سایر محصولات تازه و ماهی جدا شده است و دارای ۲ سالن حراج گل است: حراج گل OTA و حراج گل ژاپن FAJ.

OTA، بزرگ‌ترین سالن حراج کشور

مرکز حراج گل OTA بزرگ‌ترین مرکز حراج گل در ژاپن بوده و سهم آن در بازار ۶/۹ درصد است، جابه‌جایی در حدود ۴۰۸ میلیون ساقه و ۷/۵ میلیون گیاهان گلدانی سالیانه از طریق سیستم سالن حراج هلند (ساعت فروش) تأمین می‌شود. سالانه، بیش از ۲۶ میلیارد ین از مزارع گل به حراج گذاشته می‌شود. خریداران شامل عمده فروشان ملی، فروشگاه‌های نقدی و سیستم حمل و نقل شبکه‌ای، برنامه ریزان مراسم‌ها و غیره هستند. با توجه به آمار بازار، OTA ۹۸٪ از گل تولید داخلی برای مصرف داخل به بازار عرضه شده در حالی که ۲ درصد باقی‌مانده، در درجه اول به آمریکا و سپس به چین صادر می‌شود. مرکز حراج گل OTA یک شرکت خصوصی است که پایه و اساس آن ریشه در عمده فروشی به صورت واسطه‌ای دارد.

به این ترتیب مرکز حراج گل OTA یک تعاونی پرورش‌دهنده‌ی گل و گیاهان زینتی مانند رویال فلورا هلند نیست. در دهه‌ی ۱۹۸۰ شهرداری توکیو این ساختمان را به سبک سالن حراج هلند احداث و به شرکت‌های خصوصی اجاره داد. معمولاً مطابق با قوانین دولت‌های محلی و مقررات وزارت کشاورزی، جنگل‌داری و شیلات (MAFF) قیمت‌گذاری انجام می‌گیرد. به طور منظم، مرکز حراج مجبور است به دولت توکیو اطلاعات کامل قیمت‌گذاری را ارائه دهد به طوری که به طور مداوم شفافیت در داده‌ها افزایش می‌یابد. علاوه بر این، هر دو سال شورای شهر سلامت مالی کسب و کار حراج گل را از نظر موفقیت

پیش بینی، شکست بالقوه و پیشرفت این شرکت، بررسی می کند.

ساختار بازار غیر معمول

با ظهور حراج‌های آنلاین گل، مفهوم جدید مغازه‌های گلفروشی مانند بازار گل Aoyama نمایان شده است، این سیستم پیچیده، بسیار دسته‌بندی شده و مقرراتی است که نقش حیاتی‌ای در متصل کردن تولید کنندگان و مصرف کنندگان ایفا می کند.

بازارهای داخلی، صادرات، واردات و توزیع گیاهان زینتی تحت سلطه تعداد زیادی از واسطه‌ها است. زنجیره بازار ترکیبی از گروه‌های مختلف است و این شامل به‌نژادگران، تکثیرکننده‌ها، پرورش‌دهنده‌ها، سالن‌های حراج، عمده‌فروشان بزرگ، تعداد نسبتاً بالایی از عمده‌فروشان از کوچک تا متوسط، تهیه‌کنندگان دسته گل، برنامه‌ریزان مراسم‌ها، خرده‌فروشان و خریداران می‌شود. MAFF به‌طور معمول در مقیاس بزرگ تصمیم‌گیری را انجام می‌دهد و دولت دستورالعمل‌ها و روش‌ها را اعمال می‌کند.

تأمین کنندگان بازار گل

در بازار گل ژاپن، خرده‌فروشان با افزایش میزان کیفیت و زیبایی محصولات سعی در ارائه دادن آنها با قیمت بالا هستند. اگرچه این روش موفق بوده است اما مصرف کنندگان جدید هم وجود دارد که در فکر خرید از سوپرمارکت‌های دارای تخفیف هستند.

ژاپن کشوری است که در بین ۶ کشور اصلی واردکننده گل در دنیا قرار گرفته است. کشورهای مثل مالزی، کلمبیا و چین از اصلی ترین کشورهای تأمین کننده گل‌های وارداتی ژاپن می‌باشند.

تغییر سیستم

در تولید گل سیستم‌های بازاریابی به سرعت در حال تغییر و دگرگونی هستند و با زنجیره‌های عرضه به شیوه‌ی سنتی در حال هم‌پوشانی هستند. در حال حاضر در زمینه تولید گل در یک محیط تجاری با عملکرد خرده‌فروشی محور، تمایل و گرایش فعلی به سمت حذف واسطه‌گری بین پرورش‌دهندگان و خرده‌فروشان است.

مزارع خانوادگی کوچک

در قانون گذاری املاک بعد از دوره‌ی جنگ اساس این بوده است که یک مزرعه باید مالک داشته و توسط یک خانوار اداره شود. بر این اساس تعداد زیادی از صاحبان مزارع گل در مقیاس کوچک شکل گرفته و در قالب تعاونی JA قرار گرفتند. تعاونی JA دارای شبکه چند لایه‌ای و پهن‌آور است که تطابق آن با سیستم‌های بازار خرده‌فروشی که مشخصه‌ی اصلی آنها استانداردسازی محصولات با کیفیت، زمان تحویل به موقع و شفافیت آنها می‌باشد، کار ساده‌ای نیست.

مصرف گل در ژاپن

در مقایسه با کشورهای توسعه یافته، متوسط سرانه مصرف گل در ژاپن ۹۶۱۴ یین (۸۴ یورو) بوده که نسبتاً کم است. در ژاپن، گل‌ها اغلب به عنوان هدیه خریداری می‌شوند. در مواجهه با کاهش تعداد مشتریان جوان در میان رتبه‌ی خریداران گل، صنعت پرورش گل ژاپن تلاش‌های بازاریابی خود را به سمت تشویق خرید گل برای استفاده شخصی و ارایه گل در مراسم‌ها و تعطیلات مختلف متمرکز کرده‌اند تا گل را به عنوان یک هدیه مناسب معرفی کنند.

صنعت گل بلغارستان

کشور بلغارستان مساحت ۱۱۰/۹۱۰ کیلومتر مربع داشته و جمعیت آن حدود ۷۰۷۷/۴۹۵ نفر می باشد. کشور بلغارستان در جنوب شرقی اروپا و شبه جزیره بالکان قرار دارد.

آب و هوا و خاک منطقه مرکزی بلغارستان، شرایط بسیار مساعدی را برای پرورش گل سرخ و فراوری آن پدید آورده است. نوع حکومت آن به صورت جمهوری است و زبان مردم این کشور بلغاری می باشد. از لحاظ آب و هوایی زمستان سرد و مرطوب و تابستان خشک و گرم دارد.

نمایشگاه گل بلغارستان FLOWER SPRING / AUTUMN با موضوع تخصصی گل، گیاهان زینتی، تجهیزات و لوازم باغبانی دو بار در سال در شهر صوفیه پایتخت این کشور و در ساختمان ایندکا که مرکز فعالیت های هنری این شهر است یا در محل نمایشگاه بین المللی BALGAREKLAMA برگزار می شود. موضوع این نمایشگاه بین المللی تجهیزات باغبانی، گل، بذر، پیاز گل و سرامیک می باشد. نمایشگاه گل و گیاه در سال ۲۰۱۹ در شهر پلوودیف دومین شهر بزرگ کشور بلغارستان برگزار شد. نمایشگاه گل و گیاه و باغبانی FLOWER AUTUMN نمایشگاهی است که در آن ارائه طیف گسترده ای از محصولات و خدمات باغبانی و طراحی فضای سبز انجام می پذیرد. FLOWER AUTUMN یک رویداد رنگارنگ از رنگ ها و ایده های تازه برای نماهای داخلی و خارجی است. سهم زیادی از این نمایشگاه ها توسط شرکت های فروش کود، مواد شیمیایی و محصولات زیستی تصرف شده است. راه حل های ارائه شده برای ایجاد نقاط رنگارنگ در خانه، اداره و ویلا با حداکثر نزدیکی به طبیعت از خدمات جانبی نمایشگاه FLOWER SPRING / AUTUMN می باشد. نمایشگاه گل بلغارستان با عنوان

FLORA SPRING

به دلیل شرایط نامساعد آب و هوایی به ویژه زمستان‌های سرد (حدوداً سه ماه دمای ۲۰- درجه سانتی‌گراد) و نبود دانش فنی تولید، تولید گل و گیاه در این کشور بسیار ضعیف و ناچیز است. و بیش‌تر گل مورد نیاز از کشور هلند و مقدار کمی نیز از کشور اکوادور وارد می‌شود.

بخش تحقیقات گل و گیاه نگووان بلغارستان

نگووان شهر کوچکی در فاصله حدود ۳۰ کیلومتری صوفیاست. از نکات قابل توجه انجام پروژه‌های تحقیقاتی با حداقل امکانات در این مرکز، قدیمی بودن ساختمان‌ها و تجهیزات و کمبود امکانات رفاهی و حقوق پایین محققان است. همچنین در این مرکز وجود اتاق‌های رشد (GROWTH CHAMBER) بزرگ و انجام قرارداد تکثیر گیاهان زینتی برای بخش خصوصی قابل توجه است.

موضوعات تحقیقی مورد توجه

- تشخیص و تعیین بیماری‌های ویروسی گیاهان زینتی
- جنین‌زایی سوماتیکی و تنوع سوماکلونان در گیاهان زینتی
- تهیه مواد گیاهی عاری از بیماری در گیاهان زینتی، دارویی و گیاهان میوه ریز

ریز ازدیادی

- ▶ نگهداری طولانی مدت گیاهان به روش درون شیشه‌ای
 - ▶ تکثیر انبوه از طریق کشت بافت برای کشاورزان و گلکاران.
- بلغارستان با یک‌دهم مزارع گل سرخ (گل محمدی) ایران، توانسته است با ۲ هزار هکتار مزرعه گل رز، سالانه ۴ میلیارد دلار درآمد به‌دست آورد.
- سالیان زیادی از پرورش و تولید گل محمدی در کازانلک می‌گذرد و گفته می‌شود دانش پرورش و تولید گل محمدی از کاشان به این منطقه از بلغارستان منتقل شده است.

در میان کشورهای اروپایی، بلغارستان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان گل رز و از مراکز عمده تولید اسانس و عطر گل رز به‌شمار می‌آید و بلغاری‌ها آن را مایه غرور و افتخار ملی کشور خود می‌دانند.

در بلغارستان، عطر گل سرخ را "طلای مایع" می‌گویند، چرا که بسیار گران و ارزشمند است.

کازانلک یکی از شهرهای مرکزی و گردشگری بلغارستان است و در استان استارازگورای این کشور قرار دارد. گلکاران این شهر، جمهوری بلغارستان را به قطب تولید اسانس و عطر گل رز تبدیل کرده‌اند. گلستان‌های رز *Rosa damascena* در دره‌ای معروف به گل سرخ واقع در ۲۰۰ کیلومتری شرق صوفیا و ۴۸ کیلومتری غرب کازانلک قرار دارد. این دره حدود ۱۶۰ کیلومتر طول و از ۳ تا ۳۰ کیلومتر عرض دارد گلزارهای پرمحصول کازانلک، ۳۰۰ تا ۷۰۰ متر از سطح دریا ارتفاع دارند. نهال‌های گل رز در خاک‌های سبک شنی و سنگلاخی اینجا بهتر رشد می‌کنند و این نوع خاک به علت زه‌کشی خوب با ذخیره کم آب از یخ زدن و سرمازدگی نهال گل در زمستان جلوگیری می‌کند.

آب و هوای مساعد، بهره‌گیری از تحقیقات و تقویت خاک، این کشور را در زمره بزرگ‌ترین تولیدکنندگان اسانس گل داماسنا قرار داده است.

تحقیقات روی گل محمدی با هدف افزایش درصد اسانس این نوع گل، یکصد سال پیش با تأسیس دانشگاهی در بلغارستان آغاز شد. تولید عطر رز در اقتصاد و درآمد مردم شهر کازانلک تأثیر مهمی دارد، به گونه‌ای که با گل‌های کازانلک، ۷۰٪ عطر و اسانس رز مورد نیاز دنیا تأمین می‌شود و سالانه بیش از ۹۵ میلیون دلار برای مردم این منطقه درآمدزایی دارد. اسانس و عطر گل رز کازانلک برای تولید فرآورده‌های آرایشی، پودر دندان، انواع پمادها و خوشبوکننده‌ها کاربرد دارد.

دره گل سرخ بلغارستان، یکی از زیباترین جاذبه‌های گردشگری بلغارستان،

هرساله گردشگران بسیاری را در ماه ژوئن به این منطقه ی زیبا، خوش آب و هوا و معطر می کشاند.

صنعت گل اتیوپی

اگر چه کنیا موفق ترین تولید کننده و صادر کننده محصولات گل و گیاهان زینتی در میان کشورهای جنوب صحرای آفریقا است، دیگر کشورها در آفریقا و نقاط دیگر هر دو در این زمینه رقابت زیادی دارند که می تواند سهم بازار صادرات را در آینده برای این کشور تضعیف کند. اکوادور در حال تبدیل شدن به یک رقیب قوی در گل های شاخه بریده، به ویژه در گل رز است. در ۱۰ سال گذشته حجم صادرات سالانه محصولات باغبانی اتیوپی با تکیه بر تولید رز شاخه بریده افزایش یافته است. که این امر به یارانه های دولتی که از سال ۲۰۰۶ شروع شده و به بخش خصوصی و فرصت های سرمایه گذاری مستقیم خارجی کمک کرده است نسبت داده می شود.

صنعت باغبانی اتیوپی، علی رغم ورود دیر هنگامش به بازار، با صادر نمودن یک محصول غیر سنتی، به موفقیت بزرگی دست یافته است. اتیوپی دومین صادر کننده بزرگ در آفریقا، پس از کنیا، و پیش از تانزانیا، اوگاندا و زیمبابوه است. این کشور همچنین پنجمین کشور بزرگ صادر کننده غیر اروپایی به بازار گل بریده اتحادیه اروپاست. طبق گزارش روزنامه Daily Nation کنیا "اتیوپی توانسته است به نیمی از آنچه کنیا طی سه دهه به دست آورده است، برسد. با این سرعت، اتیوپی می تواند بعد از یک دهه از کنیا پیشی گیرد. "صنعت باغبانی اتیوپی در سال ۲۰۰۷ درآمد ۹۴ میلیون دلاری به همراه داشت، در حالی که کنیا یک درآمد هنگفت ۳۶۴ میلیون دلاری داشت. این روزنامه می افزاید: علیرغم درآمد ۴ برابری کنیا، پیشرفت سریع اتیوپی، "کنیا را در

حیرت فرو برده است" البته هنوز تا رسیدن به اوج فعالیت خود با چالش‌های زیادی روبه‌روست. براساس اظهارات صاحبان شرکت‌های گل و گیاه، حل این چالش‌ها نیازمند دخالت دولت است. برخی می‌گویند سیاست سرمایه‌گذاری جدید اتیوپی به لحاظ مشوق‌های مربوطه، فاقد درک درستی از این بخش می‌باشد. عدم دسترسی به زمین برای توسعه شرکت‌ها و قیمت بالای حمل و نقل هوایی نیز از جمله مشکلات مهم این بخش محسوب می‌شوند.

اتیوپی در سال ۲۰۰۴ با ۱۰ تولیدکننده دارای تنها ۲ میلیون دلار صادرات بوده است در حالی که در سال ۲۰۰۸ با ۸۱ واحد تولیدی و ۵۰ هزار کارگر به ۱۰۴ میلیون دلار صادرات گل رسیده است و در سال ۲۰۱۱ به ۲۲۰ میلیون دلار صادرات دست یافته است و این روند جهشی همچنان ادامه دارد.

دولت اتیوپی برای رشد این صنعت و برای تشویق سرمایه‌گذاری خارجی در مورد گل و گیاه، با:

- ◀ حذف مالیات برای ۵ سال اول تولید.
- ◀ حذف تعرفه‌های صادرات گل و واردات ابزار و دستگاه‌های مورد نیاز
- ◀ اجاره زمین بلند مدت و با قیمت بسیار پائین (۴۰-۲۰ دلار در هر هکتار در سال)

◀ وام‌های بلند مدت

شرایط را برای ورود سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی فراهم نمود. صنعت گل اتیوپی توانسته با بهره‌گیری از عوامل فوق‌الذکر با رشد بی‌سابقه‌ای در سال‌های اخیر مواجه شود.

صنعت گل اسپانیا

تولید گل های بریده شده در اسپانیا طی ده سال گذشته به تدریج در حال افزایش است و اسپانیا پنجمین بازار بزرگ اتحادیه اروپا است. این کشور همیشه برای رشد گل های به صورت محلی بسیار مشهور بوده است و تولید داخلی تقریباً سه چهارم مصرف در اسپانیا را پوشش می دهد.

دو گل اصلی تولید شده میخک و گل رز هستند که بیش از نیمی از صادرات اسپانیا را به خود اختصاص داده اند. در مقایسه با سایر کشورها، فقط مقادیر کمی گل از طریق بازارهای مرکزی معامله می شود، در عوض عمده فروشان انفرادی و حتی تجارت مستقیم بین تولید کنندگان و خرده فروشان وجود دارد. گل میخک یکی از گل های برجسته تولید شده و هنوز هم در اسپانیا بسیار محبوب است. این گل در داخل کشور تولید می شود و میزان عرضه و قیمت در مقایسه با سایر کشورهای اتحادیه اروپا بسیار رقابتی است. بازار گل رز طی سال های اخیر رو به افزایش است. گل های بریده شده اصلی دیگری مانند لاله ها، گلاب و لیلیوم در اسپانیا تولید می شوند.

مصرف کنندگان اسپانیایی عمدتاً گل های بریده شده را در دسته های مخلوط و گلهای تک خریداری می کنند. با توجه به افزایش مصرف گل اکنون گل ها برای مصرف کننده اسپانیایی محبوب تر و مقرون به صرفه تر هستند و بنابراین دیگر محصولی لوکس محسوب نمی شوند.

طبق اطلاعات ارائه شده توسط فدراسیون تولید کنندگان و صادر کنندگان میوه ها، سبزیجات، گل ها و گیاهان زنده (FEPEX) اسپانیا برای دومین سال پیاپی کشوری بود که با ۳۲۵ میلیون یورو بیشترین افزایش صادرات گیاهان زینتی را در اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۶ داشته است (۱۴ میلیون یورو بیش تر از سال ۲۰۱۵) با توجه به صادرات گیاهان گلدانی والنسیا در سال ۲۰۱۶ با ۷۱ میلیون یورو

پیش‌تاز بود. پس از آن اندلس با ۵۴ میلیون یورو، کاتالونیا با ۵۱، و کاستلایو لئون با ۳۷.۷ یورو رتبه‌های بعدی را داشتند. در رابطه با گل شاخه بریده، اندلس با ۲۶.۸ میلیون یورو پیش‌تاز بازار بود. رتبه‌های بعدی والنسیا با ۵.۳، گالیسیا با ۲.۳، موریسیا با ۲.۲ و جزایر قناری با ۱.۲ میلیون یورو بودند. واردات انواع گل و گیاه نیز افزایش یافته و به ۲۰۹ میلیون یورو در سال ۲۰۱۶ رسید (۱۳ میلیون بیش‌تر از سال ۲۰۱۵).

گل و گیاهان زینتی ایتالیا

ایتالیا کشوری است که به صورت سنتی در حوزه گل و گیاهان زینتی از وضعیت بسیار خوبی برخوردار است. امروزه کم‌تر کسی می‌داند که پیوند گل رز توسط رومی‌ها اختراع شد در حالی که در آن زمان در پمپئی پرورش گل رز در سطح وسیعی وجود داشت. در حقیقت، واردات گل سرخ به خصوص از مصر در زمستان برای رومیان بسیار گران بود. کشتی‌های رومی در زمستان قایقرانی نمی‌کردند. فقط یک کشتی از مصر وجود داشت که در ماه دسامبر به رم رسید: "کشتی گل‌ها".

این روزها گل رز به طور عمده از کنیا، کلمبیا، اکوادور و هند و اغلب اوقات از طریق هلند که از لحاظ بازاریابی و لجستیک در گل فروشی پیشرفته‌ترین کشور است به ایتالیا وارد می‌شود.

در سال‌های اخیر، بخش زینتی ایتالیا شاهد تغییرات عظیمی بوده است. به دلیل بحران اقتصادی و عدم وجود آمادگی‌های فنی و مدیریتی، بسیاری از شرکت‌ها با مشکلاتی مواجه شده‌اند. با این حال، چندین شرکت بصورت تخصصی در زمینه تولید Ranunculus, Papaver, داودی و حتی تولید رزهای خاص مانند رزهای معطر فعالیت بسیار خوبی دارند.

مناطق

مناطق پیشرو برای گل های بریده شده عبارتند از: لیگوریا، توسکانی، کامپانیا، پوگلیا و سیسیل.

تولید گیاهان زینتی گلدانی پایدار مانده است، مهم ترین مناطق برای تولید گیاهان گلدانی و گیاهان فضای باز مربوط به لیگوریا (با جلگه های آلبنگا)، لومباردی، ونتو، توسکانی و پوگلیا می باشد. استانی که بیش ترین میزان تولید را در سال های اخیر به خود اختصاص داده است، لاتینا (لاتزیو) است.

سیسیل مهم ترین تولید کننده کنتیا، چامامدورا، فینکس و سیکاس است. منطقه مهم دیگر بوگلیا با گیاهان مدیترانه ای با کیفیت است که عمدتاً صادر می شوند. در سال ۲۰۱۸، ارزش تولید گل و گیاه در ایتالیا ۲.۵۷ میلیارد یورو بود و برای دومین سال پیاپی، افزایش نشان داد. که از این تعداد ۱.۱۵ میلیارد یورو از تولید گل های شاخه بریده و گیاهان گلدانی حاصل می شود. ۲۷,۰۰۰ شرکت در این بخش مشارکت دارند که در مجموع ۱۰۰,۰۰۰ کارگر و تقریباً ۲۹,۰۰۰ هکتار سطح زیر کشت دارد. در مورد نشاء گیاهان زینتی، تقریباً ۲۰۰۰ شرکت با حدود ۱۵۰۰ هکتار مشغول فعالیت هستند.

صادرات گل در سال ۲۰۱۸ با ۷.۶٪ رشد به رکورد ۸۸۴ میلیون یورو رسیده است، که ۷۰۶ میلیون یورو مورد آن فقط از محصولات ایتالیایی است که به نوبه خود رشد مثبت ۹.۳٪ را در مقایسه با سال قبل نشان می دهد.

جمع بندی و نتیجه گیری

با بررسی و مقایسه وضعیت صنعت گل و گیاهان زینتی ایران با کشورهای گوناگون جهان، به نظر می‌رسد توجه به موارد پایین ضرورت توسعه این صنعت در ایران می‌باشد

۱- ضرورت به روز بودن و همگامی با شتاب بالای تحولات صنعت گل و گیاه جهانی در فناوری‌های نوین به ویژه دسترسی به ارقام و گونه‌های جدید گل

بنابراین گسترش تعاملات جهانی با شیوه‌های سرمایه‌گذاری خارجی و مشترک، حضور در رویدادها و نمایشگاه‌های جهانی گل

۲- ضرورت پیوستن به پروتکل‌های جهانی مالکیت معنوی (حفظ حقوق به نژادگر UPOV) و زیست‌محیطی مرتبط به ویژه این که با عنایت به برخورداری کشور از دانش فنی خوب گل و گیاه (از آثار جانبی وجود پژوهشکده ملی گل و گیاهان زینتی در شهرستان محلات، اینکه هم اکنون در این شهر کوچک ۵ مرکز کشت بافت گل و گیاه فعال می‌باشد) و وجود منابع انسانی ارزشمند و ارزان، می‌تواند در این خصوص به عنوان هاب منطقه‌ای عمل کرده و مرکز تکثیر پایه‌های تکثیری سالم و اصیل در کشورهای منطقه شود.

۳- بهینه کردن مکان‌یابی تولیدات گلخانه‌ای:

یک مزیت نسبی مهم ایران، تنوع آب و هوایی و تولید در سراسر سال یک ضرورت سرمایه‌گذاری سنگین در تولیدات گلخانه‌ای است و رقابت مفهوم نخست در اقتصاد کنونی جهان است (جهانی شدن، پیوستن به WTO). بایسته است تولیدات گلخانه‌ای در مناطقی توسعه یابد که بر اساس بررسی‌های کارشناسی مستعد تشخیص داده شده است.

۴- افزایش سطح فن آوری گلخانه ها و بهره گیری از تأسیسات نوین گلخانه ای: افزایش سطح گلخانه ها به سطوح بزرگتر از ۵۰۰۰ متر مربع و استفاده از: سایه اندازها، تجهیزات تولید CO₂، سیستم های نوین کشت (Ebb and Flow- NFT- ROCKWOOL CULTRE)، سیستم های سرمایشی و گرمایشی مناسب، از ضرورت ها محسوب می شود

۵- تبلیغات و معرفی پتانسیل ها

توسعه فرهنگ مصرف گل و گیاه (ساماندهی نمایشگاههای داخلی، روز ملی گل...)، عضویت در انجمن های بین المللی علمی و اقتصادی مرتبط با گل و گیاه، شرکت در نمایشگاه های مهم جهانی از جمله NTV هلند، اسن آلمان... تبلیغات گسترده از طریق اینترنت... از راه های تبلیغات و بازاریابی می باشد.

۶- جداسازی واحدهای زنجیره تولید تا فروش

به عنوان یکی دیگر از ضرورت های توسعه صنعت گل و گیاهان زینتی کشور جداسازی واحدهای به نژادی و ارائه ارقام جدید (breeding)، تکثیر (propagation)، تولید (Production) و بازار رسانی و بازاریابی (Marketing) بر پایه بخش خصوصی

۷- توسعه و تکمیل بازارهای گل و گیاه ایران

توسعه و استفاده از سیستم نوین بازار گل و گیاه (سیستم حراجی Auction) و ساماندهی مبادلات تجاری داخلی و خارجی که به کاهش ضایعات گل، کاهش حاشیه سود واسطه ها و افزایش درآمد تولیدکننده، برنامه ریزی تولید، هدایت و توسعه تحقیقات و توسعه بازاریابی خواهد انجامید.

(ترنور مبادلات عمده فروشی گل و گیاه ایران حدود ۵۰۰۰ میلیارد تومان قابل محاسبه است.

که کسر ۸٪ به عنوان کمیسیون بازار معاملات گل برابر ۴۰۰ میلیارد تومان درآمد خواهد داشت که از محل این درآمد می توان هزینه موارد مهم زیر را تأمین نمود:

- هزینه‌های پایانه‌ها (بازار)، توسعه بازاریابی، ایجاد دفاتر فروش اتحادیه گل در کشورهای هدف، تبلیغات و شرکت در نمایشگاه‌های خارجی، سفارش انجام تحقیقات مورد نیاز، برگزاری دوره‌های آموزشی داخلی و خارجی)

۸- تقویت تحقیقات گل و گیاهان زینتی

- معرفی ارقام جدید گل
- بهره‌گیری از فن آوریهای نوین
- بهبود کیفیت و کمیت تولید
- بررسی‌های اقتصادی و بازاریابی
- مسائل پس از برداشت

۹- تولید تخصصی

منابع

۱. آمار و اقتصاد گل و گیاهان زینتی ایران و جهان (۱۳۹۷)، پژمان آزادی و همکاران، انتشارات تایماز، ۲۷۴ ص
۲. آمارنامه بین المللی گل و گیاهان زینتی سال ۲۰۱۴، جلد ۶۲، گردآوری و تألیف: سابین هابنر
۳. گزارش سفر بازدید از آکادمی علوم کشاورزی یانان چین، ۱۳۹۸، محمد رضا شفیعی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
۴. وب سایت انجمن بین المللی تولیدکنندگان محصولات باغبانی:
<http://www.aiph.org>
۵. وب سایت اتحادیه فلورز: <http://www.unionfl eurs.com>
6. <https://iberflora.feriavalencia.com/en/tendencia-positiva-sector-flores-plantas-espana/>
7. http://www.floraculture.nl/digizine/nov2016_2/magazine.html
8. <https://www.floraculture.eu/markets/italian-horticulture/>
9. <https://www.floraldaily.com/article/9187770/italian-horticulture-industry-on-its-way-up-again/>
10. <http://www.floraculture.nl/digizine/sept2016/magazine.html>
11. Benson-Rea, M. and Stringer, C., 2015. Small Firm Specialisation in Global Value Chains: Evidence from the Cut Flower Industry. *International Journal of Business and Economics*, 14(1), p.43.
12. Hughes, A., 2001. Global commodity networks, ethical trade and governmentality: organizing business responsibility in the Kenyan cut flower industry. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26(4), pp.390-406
13. International Statistics flowers and plants, 2014. Centre for Business Management in Horticulture and applied research leibniz University Hanover, Germany. Volume 62.
14. Moriasi, J.K., Rotich, J., Asienyo, B.O. and Okao, E.M., 2014. Factors Affecting Competitiveness of Kenyan Cut Flower in the International Market: A Case Study of Cut-Flower Firms in Nakuru County. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 8(4), p.1554.
15. Wernett, H.C., 1998. Potential of commercial floriculture in Asia: opportunities for cut flower development. *RAP Publication (FAO)*.
16. Zijm, H., Klumpp, M., Clausen, U. and Ten Hompe, M. eds., 2015. *Logistics and Supply Chain Innovation: Bridging the Gap between Theory and Practice*. Springer.