

واکاوی موانع و مشکلات تولید محصولات گلخانه‌ای در جنوب استان کرمان

مهديه ساعی*

استادیار بخش تحقیقات اقتصادی، اجتماعی و ترویج کشاورزی، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی

استان کرمان، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، کرمان، ایران

* نویسنده مسئول: m_saeey@yahoo.com

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۲۹ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۵/۲۰)

چکیده

در سال‌های اخیر، تولید محصولات گلخانه‌ای در ایران به دلیل محدودیت منابع آبی، رشد فزاینده‌ای داشته است. در بین استان‌های کشور، جنوب استان کرمان رتبه‌ی دوم سطح زیر کشت و تولید سبزی و صیفی گلخانه‌ای را به خود اختصاص داده است. با در نظر گرفتن این جایگاه، مطالعه‌ی حاضر سعی داشته وضعیت موجود تولید صیفی‌جات گلخانه‌ای (خیار و گوجه‌فرنگی) در این منطقه و مسائل و مشکلات بهره‌برداران را بررسی نماید. پژوهش، مبتنی بر روش توصیفی و از نوع پیمایشی بود. جامعه‌ی آماری تحقیق، ۱۶۲۹ نفر از تولیدکنندگان محصولات خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای دارای پروانه‌ی تأسیس در سال زراعی ۹۶-۱۳۹۵ بود که از میان آن‌ها تعداد ۸۸ بهره‌بردار با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌بندی شده برگزیده شدند. ابزار سنجش، پرسشنامه‌ای بود که روایی آن توسط پنل متخصصان تأیید شد و پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای قسمت‌های مختلف پرسشنامه بین ۰/۶۳ تا ۰/۸۹ به دست آمد. به منظور دستیابی به اهداف تحقیق، از تکنیک رتبه‌بندی گرت استفاده شد. نتایج توصیفی حاصل از مطالعه نشان داد نوسانات قیمت، عدم وجود بازار فروش مناسب و وجود واسطه‌گری و دلالی به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم مشکلات تولیدکنندگان این محصولات در جنوب استان کرمان را به خود اختصاص داده‌اند. لذا، پیشنهاد می‌شود به منظور ارتقای تولید این محصولات، به جای تأکید بر جنبه‌های فنی تولید، به رفع مشکلات بازاریابی و کمبود منابع مالی بهره‌برداران پرداخته شود.

واژه‌های کلیدی: تولیدکنندگان، رتبه‌بندی گرت، سبزیجات گلخانه‌ای، موانع و مشکلات.

مقدمه

کاهش هزینه‌های تولید به‌ازای هر کیلوگرم محصول و افزایش بازدهی اقتصادی نسبت به فضای باز، کاهش ریسک تولید، استفاده‌ی بهینه از منابع و نهاده‌های تولید، امکان تولید محصولات با کیفیت و مطابق با استانداردهای صادراتی، امکان تولید محصولات خارج از فصل و افزایش مدت برداشت محصولات، ایجاد گردش مالی دائمی برای تولیدکننده در طول سال، کمک به رشد و نمو چرخه‌ی اقتصادی محلی و بومی، زودرسی در بازار

گلخانه، یکی از راه‌حل‌های مدرن برای مبارزه با سرما، گرما و کم‌آبی می‌باشد و در بسیاری از کشورهای قطبی یا استوایی که دارای آب و هوای سرد یا گرم و یا با مشکل کم‌آبی روبه‌رو هستند، احداث گلخانه می‌تواند بهترین گزینه برای تولید میوه و سبزیجات در این مناطق باشد. با توجه به مزایای کشت‌های گلخانه‌ای که از آن جمله می‌توان به افزایش ۱۰ تا ۱۲ برابری تولیدات در واحد سطح،

به‌خود اختصاص داده است. از سوی دیگر، این منطقه از لحاظ سطح زیر کشت و تولید فلفل (*Capsicum spp.*) گلخانه‌ای رتبه‌ی دوم و در تولید بادمجان (*Capsicum annum L.*) و توت‌فرنگی (*Fragaria*) گلخانه‌ای، حائز رتبه‌ی اول سطح زیر کشت و میزان تولید در کشور است (Agricultural Statistics, 2017).

تأکید بر توسعه‌ی کشت‌های گلخانه‌ای در برنامه‌ی ششم توسعه با هدف تحقق اقتصاد مقاومتی و افزایش تولید و بهره‌وری، نیاز ضروری امروز بخش کشاورزی این منطقه است. اما متأسفانه کیفیت تولیدات منطقه در حد استانداردهای جهانی نیست. دلایل آن وجود مشکلات عدیده در این زمینه می‌باشد که می‌تواند کارشناسان و مسئولان امر تصمیمات جدی را برای بهبود وضعیت گلخانه‌داران انجام دهند. در این راستا هدف اصلی مطالعه‌ی حاضر، بررسی مسائل و مشکلات تولید محصولات گلخانه‌ای در جنوب استان کرمان بود. سایر اهداف مطالعه‌ی حاضر عبارت بودند از:

- بررسی ویژگی‌های توصیفی بهره‌برداران مورد مطالعه

- بررسی وضعیت حقوقی و نحوه‌ی تصرف بهره‌برداران‌های مورد مطالعه

- دلایل گرایش بهره‌برداران مورد مطالعه به تولید محصولات خیار (*Cucumis sativus L.*) و گوجه‌فرنگی (*Solanum lycopersicum L.*) گلخانه‌ای

- دلایل عدم رضایت شغلی بهره‌برداران مورد مطالعه

- دیدگاه بهره‌برداران مورد مطالعه درباره‌ی دشواری مراحل تولید و فروش محصولات خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای.

سبزی و صیفی، اشتغال‌زایی پایدار برای نیروهای انسانی و همچنین فعال‌شدن صنایع مرتبط جانبی نظیر کارخانجات و کارگاه‌های ساخت قطعات فلزی و جلوگیری از کوچ و مهاجرت کشاورزان و زارعان اشاره کرد؛ این روش از تولید و کشت به یکی از سودآورترین روش‌های تولید محصولات در بخش کشاورزی تبدیل شده است.

منطقه‌ی جنوب استان کرمان، با وجود هفت شهرستان، ۳۸۵۵۰ کیلومتر مربع وسعت و بالغ بر ۷۵۰ هزار نفر جمعیت، به ترتیب ۲۱/۱۴ درصد از وسعت و بیش از ۲۵ درصد از جمعیت استان کرمان را به‌خود اختصاص داده است. این منطقه‌ی پهناور به دلیل وسعت، جمعیت، سطح زیر کشت و تنوع آب و هوایی از موقعیت ویژه، استثنایی و کم‌نظیری در تولید محصولات کشاورزی، به‌ویژه کشت‌های گلخانه‌ای برخوردار است. به‌گونه‌ای که به هند ایران و گلخانه‌ی کوچک جهان شهرت یافته است (Alizade, 2013). بر اساس اطلاعات جدول ۱، سطح زیر کشت و میزان تولید سبزیجات گلخانه‌ای در این منطقه در سال ۱۳۹۶، به ترتیب بالغ بر ۱۵۶۸/۵ هکتار و ۲۹۸۲۸۳ تن بوده که در حدود ۱۸ درصد از سطح زیر کشت و ۱۵ درصد از تولید کشور را به‌خود اختصاص داده است. همچنین، جمع کل سطح زیر کشت و میزان تولید محصولات گلخانه‌ای در این منطقه در سال مذکور به ترتیب ۱۸۴۵/۱۴ هکتار و ۳۰۷۷۵۳ تن بوده است که حدود ۱۵ درصد از سطح زیر کشت و تولید کشور را شامل می‌شود (Agricultural Statistics, 2017).

آمارها نشان می‌دهند که جنوب استان کرمان از نظر سطح زیر کشت خیار گلخانه‌ای بعد از استان تهران، مقام دوم و از نظر میزان تولید این محصول، بعد از استان‌های تهران و یزد، مقام سوم کشور را

جدول ۱- سطح زیر کشت، تولید و عملکرد محصولات گلخانه‌ای جنوب استان کرمان و کشور به تفکیک نوع محصول در سال ۱۳۹۶

نام محصول	سطح (هکتار)	تولید (تن)	عملکرد (تن در هکتار)
گوجه‌فرنگی	جنوب	۲۱۵۳	۱۵۹
	کشور	۲۱۷۹۶۸	۲۷۸
بادمجان	جنوب	۱۲۱۱۰	۱۱۵
	کشور	۳۴۸۹۹	۱۴۸
فلفل	جنوب	۳۹۱۵	۹۲
	کشور	۷۱۸۳۹	۱۴۱
خیار	جنوب	۲۸۰۱۰۵	۱۹۹
	کشور	۱۶۱۲۲۵۷	۲۴۶
سایر سبزیجات	جنوب	-	-
	کشور	۵۴۸۷۷/۳	-
جمع کل سبزی و صیفی گلخانه‌ای	جنوب	۲۹۸۲۸۳	-
	کشور	۱۹۹۱۸۵۲	-
توت‌فرنگی	جنوب	۹۴۷۰	۳۴
	کشور	۲۱۴۶۲	۴۴
جمع کل محصولات گلخانه‌ای	جنوب	۳۰۷۷۵۳	-
	کشور	۲۰۲۶۶۷۷	-

مأخذ: (Agricultural Statistics, 2017)

گسترش گلخانه‌های فلزی، توسعه‌ی تحقیقات در زمینه‌ی بهبود عملکرد و گسترش گلخانه‌ها در ناحیه پنج، از عمده‌ترین توصیه‌های سیاستی این تحقیق بود. Asadi و همکاران (۲۰۰۹) عامل‌ها و محدودیت‌های توسعه‌ی کشت‌های گلخانه‌ای در استان اصفهان را بررسی نمودند. گویه‌های مربوط به عامل‌ها و محدودیت‌های تأثیرگذار بر توسعه‌ی کشت‌های گلخانه‌ای در پنج بخش عامل‌های اقتصادی، حمایت‌های دولتی، قوانین اداری، عامل‌های زیربنایی، عامل‌های اقلیمی و عامل‌های فنی بر پایه‌ی ضریب تغییرات اولویت‌بندی شدند. همچنین، نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان داد که چهار عامل حمایتی، زیربنایی، قوانین اداری و عوامل اقتصادی جمعاً ۶۶/۶۷ درصد واریانس

در زمینه‌ی بررسی مسائل و مشکلات گلخانه‌ها در ایران، مطالعه‌ی چندانی صورت نگرفته است. در زمینه‌ی ارزیابی اقتصادی گلخانه‌ها و بازاریابی محصولات گلخانه‌ای نیز مطالعات انگشت‌شماری انجام شده که در این جا، به چند مورد از آن‌ها اشاره می‌شود:

Mehrabi Basharabadi (۲۰۰۸) با مقایسه‌ی تولید سبزی و صیفی گلخانه‌ای و فضای باز نشان داد که تولید در گلخانه، دارای اشتغال‌زایی بیشتر، عملکرد بهتر، استفاده‌ی بهتر از منابع تولید و قیمت فروش به‌تر است. اما دارای بازدهی اقتصادی کمتر، هزینه‌ی تولید بیشتر، باقی‌مانده‌ی سموم بیشتر و نیازهای سرمایه‌ای زیادتری در مقایسه با فضای باز است. افزایش میزان و دوره‌ی باز پرداخت اعتبارات،

است. Hassanpour و همکاران (۲۰۱۳) عامل‌های مؤثر بر حاشیه‌ی بازاریابی خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای در استان کهگیلویه و بویراحمد را به‌منظور ایجاد رویکردی برای حل مشکلات و گسترش بازار این محصولات مورد بررسی قرار داده و دریافتند که عدم آگاهی از شرایط بازار و کمبود نبود امکانات زیربنایی، مهم‌ترین مشکلات تولیدکنندگان محصولات یاد شده می‌باشند. تشکیل اتحادیه‌های گلخانه‌داران و تغییر ساختار سیستم بازاریابی موجود برای این محصولات، می‌تواند حاشیه‌ی بازاریابی این محصولات را کاهش دهد. Eslami (۲۰۱۵)، مسیرهای بازاریابی محصولات گلخانه‌ای (خیار سبز و گوجه‌فرنگی) در استان یزد را شناسایی و حاشیه‌ی بازار عمده‌فروشی و خرده‌فروشی و کارایی بازار را محاسبه نمودند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، نوسانات قیمت و شفاف نبودن بازار، مهم‌ترین مشکلات تولیدکنندگان در زمینه‌ی بازار این محصولات بودند. عامل‌های مؤثر بر موفقیت گلخانه‌های فلزی زیر کشت سبزی و صیفی استان اصفهان توسط Amini و همکاران (۲۰۱۷) با روش پیمایشی بررسی شد. بر اساس نتایج این مطالعه، بین متغیرهای تحصیلات، تجربه‌ی شغلی، شرکت در کلاس‌های ترویجی- آموزشی، آگاهی‌سنجی و موفقیت گلخانه‌های مورد مطالعه، رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود داشت. همچنین، از بین متغیرهای مورد مطالعه، چهار متغیر رشته‌ی تحصیلی و تخصص علمی، شرکت در کلاس‌های ترویجی- آموزشی، نمره‌ی گلخانه و سبک‌های مدیریتی، حدود ۴۰ درصد از تغییرات موفقیت گلخانه‌های فلزی زیرکشت سبزی و صیفی را تبیین نمودند. بر مبنای نتایج پژوهش Zeratkish و Yousefi Motaghaed (۲۰۱۷)، نبود اطلاعات دقیق از شرایط بازار، سیستم حمل و نقل نامناسب و دوری بازار فروش از محل تولید و

عامل‌های بازدارنده‌ی توسعه کشت‌های گلخانه‌ای در استان اصفهان را تبیین کرده‌اند. Salem (۲۰۰۹)، ضمن ارزیابی و مقایسه‌ی اقتصادی گلخانه‌های تولید خیار و کشت جالیز و سبزی در فضای باز، حداقل وسعت اقتصادی کشت در فضای باز و گلخانه را تعیین نمود. نتایج تحقیق نشان داد که تولید محصول خیار سبز گلخانه‌ای و محصولات هندوانه (*Citrullus lanatus* Matsum.)، گوجه‌فرنگی، خربزه (*Cucumis melo* L.) و خیار سبز در فضای باز اقتصادی است، ولی تولید خیار سبز گلخانه‌ای دارای اولویت اقتصادی بالاتری بوده و حداقل وسعت اقتصادی برای تولید خیار سبز گلخانه‌ای، ۱۸۰۰ متر و برای تولید محصولات جالیز و سبزی و صیفی در فضای باز، ۱/۹۴ هکتار می‌باشد. Roosta و همکاران (۲۰۱۱) با استفاده از شاخص درآمد کل به هزینه کل (TR/TC) و تحلیل تبعیضی، واحدهای تولیدی خیار گلخانه‌ای در شهرستان بیرجند را مورد ارزیابی قرار داده و عامل‌های مؤثر بر آن‌ها را بررسی نمودند. نتایج این بررسی نشان داد مهم‌ترین متغیرهای مؤثر بر میزان سودآوری واحدهای تولید گلخانه در شهرستان بیرجند میزان مصرف کودهای میکرو، مساحت گلخانه، تعداد دفعات آبیاری، میزان کود حیوانی مصرفی، استفاده از فیلم‌های آموزشی- ترویجی و بازدید از فعالیتهای گلخانه‌داران دیگر بودند. Rahmany و همکاران (۲۰۱۲) عامل‌های مؤثر بر مدیریت بهینه‌ی گلخانه‌های صیفی استان خوزستان را بررسی نمودند. نتایج این تحقیق نشان داد که سن، رشته‌ی تحصیلی و سابقه‌ی کار گلخانه‌داران توانسته تفاوت معنی‌داری در سطح مدیریت بهینه ایجاد نماید. همچنین، بین دانش مهارتی گلخانه‌داران و نگرش آنان نسبت به کشاورزی پایدار با مدیریت بهینه، رابطه‌ی معنی‌دار آماری به‌دست آمد. در ضمن سطح تحصیلات در مدیریت بهینه‌ی گلخانه‌های صیفی تأثیرگذار نبوده

گلخانه‌ها را تبیین نموده‌اند. در بررسی اقتصادی تولید خیار سبز گلخانه‌ای ارگانیک (آلی) در منطقه‌ی مندرس ترکیه، درآمد خالص آن ۰/۹۸ دلار به‌ازای هر مترمربع تعیین شد. همچنین، درآمد خالص برای هر کیلوگرم خیار سبز، ۰/۰۷ دلار به‌دست آمد و تأکید شد که ریسک بازار بر سودآوری و حیات اقتصادی سبزی‌های تولید شده به‌روش ارگانیک اثر می‌گذارد (Engindeniz, 2002). در مطالعه‌ای تحت عنوان توسعه‌ی گلخانه‌ها و افزایش سوددهی آن‌ها از طریق بهبود برنامه‌ی بازاریابی، نتیجه‌گیری شد که اهداف بازاریابی را بدون ارزیابی موقعیت کنونی گلخانه در فضای بازار کنونی، نمی‌توان تعریف کرد. برای این کار، هر مدیری باید به جمع‌آوری دو نوع اطلاعات بپردازد: ۱- اطلاعات درونی یا مرتبط با شغل و حرفه شامل: منابع و قابلیت‌های مالی (سود ناخالص و درآمد خالص پس از کسر مالیات‌ها، وارض و نرخ بازگشت سرمایه و آنالیز سود و زیان)، اطلاعات فنی مرتبط با تولید در گلخانه (کاشت، داشت و برداشت) و ۲- اطلاعات بیرونی یا مرتبط با بازار شامل: محدودیت‌های محیطی (قیمت و در دسترس بودن نهاده‌ها، شرایط اقتصادی، تورم و پیشرفت تکنولوژی) و شرایط بازار مانند اندازه‌ی بازار، اندازه‌ی خانوار، مشخصات سنتی، جنسی و تحصیلات خریداران (Safely, 2003). بررسی فرصت‌های تجاری در محصولات گلخانه‌ای در مقیاس وسیع، در آلبرتای کشور کانادا نشان داد که بهترین اندازه‌ی گلخانه‌های سبزی و صیفی که می‌تواند در آلبرتا تأسیس شود، با حداقل فشار از جانب قیمت‌های بازار و تهیه‌ی ملزومات، ۱۰ هکتار می‌باشد. همچنین، بهترین ترکیب کشتی که فشار بر قیمت‌های بازار را به حداقل می‌رساند، ترکیب کشتی است که منعکس‌کننده‌ی مصرف نسبی سبزیجات اصلی در بازار داخلی است و ترکیب مورد

نیز کمبود تسهیلات حمایتی از مهم‌ترین مشکلات و چالش‌های تولیدکنندگان گل رز (Rosa hybrida L.) گلخانه‌ای بودند. Khosh Khui و همکاران (۲۰۱۸الف) در پژوهشی، تنگناها و مشکلات گلخانه‌ها و تولیدات گلخانه‌ای در شش استان ایران را ارزیابی نمودند. در این مطالعه، موقعیت محلی و مشخصات فنی گلخانه، آب، خاک، کود شیمیایی، سیستم کشت بدون خاک، نوع کشت، آفت‌ها و بیماری‌ها، بازاریابی و هزینه‌ها مشخص شدند و برای واکاوی داده‌های حاصل از پژوهش توصیفی، از واکاوی یک متغیره یعنی جدول توزیع فراوانی بهره‌گیری شد. گستره‌ی جغرافیایی پژوهش شامل گلخانه‌داران شش استان تهران، اصفهان، کرمان، مرکزی، البرز و فارس بود و در پایان پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت موجود گلخانه‌ها ارائه شد. در بررسی دیگر Khosh Khui و همکاران (۲۰۱۸ب)، تصمیم‌گیری گلخانه‌داران در مورد استفاده از کود شیمیایی و مبارزه با آفت‌ها در استان‌های تهران، اصفهان، کرمان، مرکزی، البرز و استان فارس را بررسی و نشان دادند که گلخانه‌داران شهرستان‌های مختلف در تصمیم‌گیری برای استفاده از کود شیمیایی متفاوت عمل نمی‌کنند؛ ولی تصمیم‌گیری متفاوتی در مبارزه با آفت‌ها دارند. بین تعداد دوره‌های آموزشی، فاصله تا بازار فروش، مساحت گلخانه، نوع محصول و نوع پوشش گلخانه با تصمیم‌گیری گلخانه‌داران در استفاده از کود شیمیایی، رابطه‌ی معنی‌داری وجود داشت. همچنین بین سطح تحصیل، سابقه‌ی کار گلخانه‌داران، فاصله تا بازار فروش و نوع پوشش گلخانه با سطح تصمیم‌گیری گلخانه‌داران در مبارزه با آفت‌ها، رابطه‌ی معنی‌داری مشاهده شد. مطالعات انجام شده در خارج از کشور نیز کمتر به بررسی مسائل و مشکلات تولید محصولات گلخانه‌ای پرداخته و بیشتر وضعیت اقتصادی

گلخانه‌ای در این منطقه با چالش‌های بسیاری از جمله بهره‌وری کم، مداخلات سیاسی، نبود دانش فنی، نبود منابع آب کافی و در موارد خاص کیفیت پایین آب مورد استفاده برای تولید مواجه هستند. این چالش‌ها تا حد زیادی به عدم پذیرش فناوری گلخانه در منطقه‌ی مورد مطالعه کمک کرده است. در مجموع، بررسی منابع نشان داد که علی‌رغم اهمیت روزافزون محصولات گلخانه‌ای در کشور، تاکنون تحقیقی در مورد بررسی مسائل و مشکلات تولیدکنندگان این محصولات در جنوب استان کرمان (به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین قطب‌های تولید این محصولات در کشور) انجام نشده است. از سوی دیگر، مطالعات کتابخانه‌ای حاکی از آن بود که همین روند در مورد تحقیقات خارجی انجام گرفته در زمینه‌ی جنبه‌های اقتصادی تولید صیفی‌جات گلخانه‌ای وجود دارد. به‌گونه‌ای که، این تحقیقات نیز بسیار محدود بوده و یا قابل دسترس محققین کشور نمی‌باشد. لذا، با توجه به این نیاز، تحقیق حاضر در نظر دارد ضمن بررسی وضعیت موجود تولید صیفی‌جات گلخانه‌ای در جنوب استان کرمان، مسائل و مشکلات بهره‌برداران این محصولات را نیز مورد بررسی قرار دهد.

مواد و روش‌ها

روش تحقیق حاضر، توصیفی و از نوع پیمایشی (Survey method) می‌باشد. داده‌های اصلی این تحقیق با استفاده از مصاحبه‌ی حضوری و تکمیل پرسشنامه طی سال‌های ۹۶-۱۳۹۵ جمع‌آوری شدند. پرسشنامه شامل بخش‌هایی از جمله ویژگی‌های توصیفی بهره‌برداران، ویژگی‌های گلخانه‌های مورد بررسی، مراحل تولید صیفی‌جات گلخانه‌ای، رضایت شغلی بهره‌برداران، علل گرایش به تولید صیفی‌جات گلخانه‌ای، مشکلات تولید محصولات و غیره بود که روایی محتوایی پرسشنامه،

نظر ۴۴ درصد گوجه‌فرنگی، ۲۳ درصد فلفل، ۱۱ درصد خیار سبز و ۲۲ درصد کاهو (*Lactuca sativa* L. است (Calpas, 2006). Yilmaz و همکاران (۲۰۰۵)، مهم‌ترین مشکلات گلخانه‌داران ترکیه را کاهش قیمت محصولات، نوسانات قیمت به‌دلیل عرضه‌ی بیش از حد، سیستم بازار ضعیف، عدم اطمینان از بازار فروش و نبود تعاونی‌ها دانستند. پیشنهاد شد که تولیدکنندگان و صادرکنندگان محصولات گلخانه‌ای برای غلبه بر مشکلات فعلی و برای برآوردن انتظارات مصرف‌کننده، استانداردهای بین‌المللی را رعایت نمایند. در بررسی دیگر توسط Chendake و Chauhan (۲۰۱۵) در ایالت گجرات هند، مشخص شد که بیشتر گلخانه‌های پرورش گل (۷۱/۴۲ درصد)، با مشکلاتی مانند هزینه‌ی بالای کود مواجه بوده‌اند. در حالی که بیماری‌ها، (۳۵ درصد) مشکلات گلخانه‌های سبزی و صیفی و (۵۷/۱۴ درصد) مشکلات گلخانه‌های پرورش گل را تشکیل داده‌اند. تقریباً نیمی از تولیدکنندگان گلخانه‌های سبزی و صیفی و پرورش گل (۴۹ درصد) اظهار داشتند که در مورد شیوه‌های کشت و روش‌های برداشت و غیره، ایده‌های جدیدی دریافت نکرده‌اند. بیشتر پاسخ‌دهندگان، مشکلات بازاریابی را نوسان قیمت (۸۲ درصد)، عدم حمایت از سوی دولت (۷۶ درصد)، پرداخت نقدی با تأخیر (۷۲ درصد)، هزینه‌ی بالای حمل و نقل (۶۶ درصد) و دوری از بازار (۶۴ درصد) اعلام نمودند. در حالی که ۹۴ درصد از پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که سود بالا، عامل انگیزشی برای افزایش تولید گلخانه است. Sanzua و همکاران (۲۰۱۸) وضعیت کشت‌های گلخانه‌ای در منطقه‌ی گرم و مرطوب ساحلی کنیا، سطح پذیرش فناوری، عملکرد گلخانه‌های تأسیس شده و چالش‌های پیش روی گلخانه‌داران را مورد بررسی قرار دادند. بر مبنای نتایج، کشت‌های

با کسب نظرات متخصصان و پایایی آن با آزمون قسمت‌های مختلف پرسشنامه بین ۰/۶۳ تا ۰/۸۹ آلفای کرونباخ بررسی شد و میزان آلفا برای به‌دست آمد (جدول ۲).

جدول ۲- میزان آلفا برای بخش‌های مختلف پرسشنامه

میزان آلفا	مورد
۰/۷۹	دلایل عدم رضایت شغلی بهره‌برداران
۰/۸۱	دلایل گرایش بهره‌برداران به تولید محصولات گلخانه‌ای
۰/۶۳	دیدگاه بهره‌برداران درباره‌ی دشواری مراحل
۰/۸۹	مسائل و مشکلات بهره‌برداران

$$n = \frac{\sum_{i=1}^L \frac{N_i^2 \delta_i^2}{W_i}}{N^2 D + \sum_{i=1}^L N_i \delta_i^2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

که در آن N تعداد کل مشاهدات، N_i تعداد مشاهدات در طبقه‌ی i ام، δ_i انحراف معیار طبقه‌ی i ام، n تعداد کل نمونه، L تعداد طبقات، W_i نسبت مشاهدات در هر طبقه به کل مشاهدات ($W_i = \frac{N_i}{N}$) و $D = \frac{B^2}{4}$ که در آن B ، فاصله‌ی خطای برآورد می‌باشد. میزان خطای برآورد، با توجه به نوع محصول و واریانس موجود در مشاهده‌ها، توسط محقق تعیین شد. با توجه به این‌که هزینه‌ی آمارگیری در طبقات مختلف تا حدی یکسان بود، تعداد نمونه در هر طبقه بر اساس رابطه ۲ محاسبه شد:

$$n_i = \pi \left[\frac{N_i \delta_i}{\sum_{i=1}^L N_i \delta_i} \right] \quad \text{رابطه (۲)}$$

که در آن n_i تعداد نمونه در طبقه‌ی i ام توزیع بهره‌برداری‌های طبقه‌بندی شده مورد مطالعه، در جدول ۳ ارائه شده است.

جامعه‌ی آماری تحقیق، ۱۶۲۹ نفر از تولیدکنندگان محصولات خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای دارای پروانه‌ی تأسیس در سال زراعی ۱۳۹۵-۹۶ بودند. با توجه به پراکنش زیاد گلخانه‌های تولید صیفی در شهرستان‌های مختلف از یک‌سو و پوشش ۷۸/۷ درصدی گلخانه‌های تولید سبزی و صیفی شهرستان‌های جیرفت و عنبرآباد از کل گلخانه‌های تولید سبزی و صیفی در منطقه، شهرستان‌های یاد شده جهت نمونه‌گیری انتخاب شدند. در این تحقیق، به‌منظور نمونه‌گیری، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای طبقه‌بندی شده (Stratified cluster sampling) استفاده شد. در این روش، پس از انتخاب شهرستان‌های مورد نظر، که دارای بیشترین سطح زیر کشت محصول مورد بررسی بودند، بهره‌برداران درون هر طبقه، با توجه به تعداد نمونه‌ی محاسبه شده در طبقه، به‌روش نمونه‌گیری تصادفی با استفاده از جدول اعداد تصادفی گزینش شدند. تعداد کل نمونه با استفاده از رابطه ۱ محاسبه شد (Rao, 2000).

جدول ۳- توزیع بهره‌برداری‌های طبقه‌بندی شده‌ی مورد مطالعه در جنوب استان کرمان

تعداد نمونه	مساحت گلخانه (متر مربع)	طبقه
۱۰	<۵۰۰۰	۱
۲۲	۵۰۰۰-۷۵۰۰	۲
۲۰	۷۵۰۰-۱۰۰۰۰	۳
۲۳	۱۰۰۰۰-۱۵۰۰۰	۴
۱۳	>۱۵۰۰۰	۵
۸۸		کل

R_{ij} = رتبه‌ی داده شده برای محدودیت یا عامل i
 ام توسط پاسخگوی j ام،
 N_j = تعداد محدودیت‌های رتبه‌بندی شده توسط
 پاسخگوی j ام،

پس از تعیین P_{ij} ، برای هر یک از محدودیت‌های
 عنوان شده توسط پاسخ‌گو، با استفاده از جداول
 شاخص، موقعیت درصدی به امتیاز (Score) تبدیل
 شد و نهایتاً میانگین امتیازهای حاصله برای هر
 مورد محاسبه و بر این اساس، محدودیت‌های
 موجود رتبه‌بندی می‌شوند.

نتایج و بحث

در این قسمت، ابتدا ویژگی‌های اقتصادی- اجتماعی
 بهره‌برداران و نیز بهره‌بردارهای مورد مطالعه
 بررسی شده و در ادامه مسائل و مشکلات
 بهره‌برداران مورد ارزیابی قرار گرفته است.

ویژگی‌های اقتصادی- اجتماعی بهره‌برداران مورد مطالعه

سن بهره‌برداران

توزیع سنی بهره‌برداران مورد مطالعه، در جدول ۴
 ارائه شده است. بر اساس نتایج جدول یاد شده،
 میانگین سنی بهره‌برداران، $43/1$ و حداقل و
 حداکثر سن آنان، به ترتیب برابر با 24 و 70 سال
 بوده است. از سوی دیگر، در بین گروه‌های سنی،
 گروه‌های سنی $30-40$ و بالاتر از 60 سال، به ترتیب
 با $38/6$ و $5/7$ درصد، بیشترین و کمترین سهم را
 در بین گروه‌های سنی مورد مطالعه به‌خود
 اختصاص داده‌اند.

این نتیجه در راستای نتیجه‌ی مطالعه‌ی
 Khosh Khui و همکاران (۲۰۱۸) ب) بوده است.

از مجموع ۸۸ بهره‌بردار منتخب در جنوب
 استان کرمان، ۷۱ نمونه مربوط به سیستم
 تک‌کشتی خیار و ۱۷ نمونه‌ی باقیمانده، به کشت
 مخلوط خیار درختی و گوجه‌فرنگی اختصاص
 داشت.

به‌منظور بررسی مسائل و مشکلات مربوط به
 تولیدکنندگان محصولات مورد مطالعه، از تکنیک
 رتبه‌بندی گرت (Garrett and Woodworth, 1965) و به‌دلیل تجانس، از روش موجود کسب
 اطلاعات از بهره‌برداران استفاده شد. روش‌های
 متعددی، در مقیاس‌بندی محدودیت‌ها (Scaling of
 constraints) وجود دارد که بیشتر آن‌ها، بر پایه‌ی
 منحنی احتمالات استوار هستند. در واقع یک
 مقیاس، فاصله‌ای است که محدودیت‌ها با مشکلات
 در آن قرار داده شده‌اند. واحدبندی یک مقیاس،
 به‌روش مورد استفاده توسط محقق بستگی دارد.
 ولی در هر حال، واحدهای مقیاس باید مساوی و
 ثابت باشند. مرحله‌ی پس از تعیین مقیاس،
 رتبه‌بندی محدودیت‌ها می‌باشد. مزیت تکنیک
 رتبه‌بندی گرت بر استفاده از توزیع فراوانی ساده
 (Simple frequency distribution) در این است
 که در این روش محدودیت‌ها به‌ترتیب اهمیت‌شان
 توسط پاسخ‌گو مرتب می‌شوند و نه بر مبنای تعداد
 پاسخ‌گو.

رتبه‌بندی محدودیت‌ها در این روش با استفاده
 از رابطه ۳ محاسبه می‌گردد:

$$P_{ij} = \frac{100(R_{ij}-0.5)}{N_j} \quad \text{رابطه (۳)}$$

که در آن:

P_{ij} = موقعیت درصدی (Percent Position) برای
 محدودیت یا عامل i ام توسط پاسخگوی j ام،

جدول ۴- توزیع بهره‌برداران مورد مطالعه به تفکیک گروه‌های سنی و محصول

نام محصول	گروه‌های سنی (برحسب درصد)				پراکنش سن (سال)		
	کمتر از ۳۰ سال	۳۰ تا ۴۰ سال	۴۱ تا ۵۱ سال	بالتر از ۵۱ سال	میانگین	حداقل	حداکثر
خیار گلخانه‌ای	۷/۱	۳۸/۷	۳۲/۳	۱۷/۷	۴۵/۴	۲۴	۶۸
گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای	۵/۲	۳۷/۶	۳۰/۱	۱۵/۴	۴۱/۳	۲۶	۷۰
میانگین کل	۶/۸	۳۸/۶	۳۱/۸	۱۷	۴۳/۱	۲۴	۷۰

است. همچنین، نتایج مطالعه‌ی Khosh Khui و همکاران (۲۰۱۸الف) نشان داد که ۶۴ درصد از مدیران گلخانه‌ها مدرک تحصیلی مرتبط با گلخانه‌داری ندارند. با در نظر گرفتن این نکته که منطقه‌ی جنوب استان کرمان، یکی از قطب‌های مهم تولید محصولات گلخانه‌ای در ایران می‌باشد، لزوم ارتقای علمی بهره‌برداران آشکار می‌شود.

در بررسی Rahmany و همکاران (۲۰۱۲) نیز بر نقش تحصیلات در گرایش باغبانی و تأثیر آن در مدیریت گلخانه‌ها و استفاده از افراد تحصیل کرده در رشته‌های کشاورزی با گرایش باغبانی به‌عنوان ناظر گلخانه‌ها و یا واگذاری بخشی از مدیریت گلخانه‌هایی که مدیران آن‌ها از تخصص لازمه برخوردار نیستند به این کارشناسان تأکید شده

جدول ۵- توزیع بهره‌برداران مورد مطالعه بر اساس سطح تحصیلات

(درصد فراوانی)		میزان تحصیلات
خیار گلخانه‌ای	گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای	
۸/۰	۵/۹	بی سواد
۱۴/۸	۷/۷	خواندن و نوشتن
۹/۱	۱۱/۸	ابتدایی
۲۰/۵	۱۷/۷	دوره راهنمایی
۱۳/۶	۱۱/۸	سیکل
۳۴/۱	۳۵/۱	دیپلم
۰/۰	۰/۰	فوق دیپلم
۰/۰	۰/۰	لیسانس و بالاتر
۱۰۰	۱۰۰	کل

بیش از نیمی از بهره‌برداران مورد مطالعه دارای سابقه‌ی شغلی بین ۳ تا ۴ سال در زمینه‌ی تولید محصولات گلخانه‌ای می‌باشند که با نتایج مطالعه‌ی Rahmany و همکاران (۲۰۱۲) با میانگین سابقه‌ی شغلی ۴/۳۵ سال همسو بوده است.

سابقه‌ی شغلی بهره‌برداران

توزیع بهره‌برداران مورد مطالعه بر اساس سابقه‌ی شغلی در جدول ۶ آمده است. نتایج این جدول بیان‌گر آن است که میانگین سابقه‌ی شغلی بهره‌برداران خیار گلخانه‌ای در منطقه بیش از بهره‌برداران گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای است. همچنین،

جدول ۶- توزیع بهره‌برداران مورد مطالعه بر اساس سابقه‌ی شغلی

نام محصول	سابقه‌ی شغلی در زمینه‌ی تولید محصولات گلخانه‌ای (درصد)				پراکنش سابقه‌ی شغلی (سال)		
	۱ تا ۲ سال	۳ تا ۴ سال	۵ تا ۱۰ سال	بالاتر از ۱۰ سال	میانگین	حداقل	حداکثر
خیار گلخانه‌ای	۵/۷	۵۵/۷	۳۸/۶	-	۴/۲	۱	۸
گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای	۱۱/۸	۵۹/۰	۲۹/۲	-	۳/۹	۱	۷

بومی هستند. از سوی دیگر، بخش اعظمی از بهره‌برداران از شغل تولید محصولات گلخانه‌ای رضایت نداشتند. به گونه‌ای که به ترتیب، فقط ۲۱/۶ و ۳۵/۱ درصد از بهره‌برداران مطالعه شده از انجام این فعالیت شغلی ابراز رضایت نمودند.

بومی بودن و رضایت شغلی بهره‌برداران
توزیع بهره‌برداران مورد مطالعه بر اساس بومی بودن و رضایت شغلی در جدول ۷ آمده است. بر اساس نتایج این جدول، بیش از ۹۰ درصد بهره‌برداران خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای در محل فعالیت خود

جدول ۷- توزیع بهره‌برداران مورد مطالعه بر اساس بومی بودن و رضایت شغلی

نام محصول	تولیدکنندگان بومی در محل فعالیت گلخانه (درصد)	تولیدکنندگان دارای رضایت شغلی
خیار گلخانه‌ای	۹۰/۹	۲۱/۶
گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای	۹۴/۱	۳۵/۱

مشارکتی در این فعالیت‌ها، علی‌رغم مشوق‌های موجود، چندان مورد استقبال بهره‌برداران قرار نگرفته است. لذا با توجه به اهمیت روز افزون این نحوه‌ی مدیریت، لازم است ضمن بررسی علت‌ها و عامل‌های عدم رغبت شرکت‌ها به ورود به این عرصه، زمینه‌های لازم برای افزایش سهم این مدیریت‌ها، فراهم شود.

وضعیت حقوقی و نحوه‌ی تصرف بهره‌برداری‌های مورد مطالعه
وضعیت حقوقی بهره‌برداری‌های مورد مطالعه در جدول ۸ ارائه شده است. نتایج این جدول نشان داد که بیش از ۹۳ درصد از گلخانه‌های مورد مطالعه به صورت فردی اداره شده و کمتر از ۷ درصد آن‌ها به صورت شرکت‌های رسمی و غیررسمی اداره می‌شوند. این موضوع بیان‌گر آن است که مدیریت

جدول ۸- وضعیت حقوقی بهره‌برداری‌های مورد مطالعه

عنوان	فرآوانی	درصد
وضعیت حقوقی	فردی	۹۳
	شرکت رسمی	۱
	شرکت غیر رسمی	۶
	کل	۱۰۰
نحوه‌ی تصرف	ملکی	۸۷
	اجاره‌ای	۱۳
	کل	۱۰۰
	فرآوانی	۸۸

دلایل عدم رضایت شغلی بهره‌برداران
 با هدف تعیین و رتبه‌بندی "مهم‌ترین دلایل عدم رضایت شغلی بهره‌برداران" از آنان خواسته شد که نظر خود را در ارتباط با هرکدام از دلایل مطرح شده در پرسشنامه در مقیاس ۱ تا ۵ ابراز کنند.

نتایج حاصل از این نظرسنجی به ترتیب اولویت در جدول ۹ ارائه شده است. بر این اساس، «کمبود سرمایه» مهم‌ترین علت عدم رضایت شغلی بهره‌برداران مورد مطالعه بوده است.

جدول ۹- رتبه‌بندی دلایل عدم رضایت شغلی بهره‌برداران مورد مطالعه

رتبه	ضریب پراکندگی	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	علل عدم رضایت شغلی
۱	۰/۲۴۳	۳/۷۸۸	۰/۹۲۱	کمبود سرمایه
۲	۰/۳۱۶	۳/۲۷۲	۱/۰۳۴	عدم حمایت دولت
۳	۰/۳۴۱	۳/۳۱۱	۱/۱۳۲	مشکلات بازاریابی و فروش
۴	۰/۳۶۷	۳/۴۱۶	۱/۲۵۴	درآمد کم
۵	۰/۳۷۴	۲/۹۴۴	۱/۱۰۲	بی‌ثباتی بازار
۶	۰/۳۸۲	۲/۵۷۷	۰/۹۸۵	دشواری کار

مقیاس: ۱ بسیار کم، ۲ کم، ۳ متوسط، ۴ زیاد، ۵ بسیار زیاد

دلایل گرایش بهره‌برداران به تولید خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای

دلایل گرایش بهره‌برداران مورد مطالعه به تولید خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای به ترتیب اولویت در جدول ۱۰ آمده است. بر اساس نتایج جدول یاد شده، بهره‌برداران نبود شغل مناسب دیگر را مهم‌ترین عامل گرایش خود به تولید محصولات گلخانه‌ای بیان نموده‌اند. این نتیجه بیان‌گر آن است

که بنا به دلایلی، تولید محصولات گلخانه‌ای در منطقه از جذابیت لازم برخوردار نیست. با توجه به سیاست کلی حاکم بر کشور، مبنی بر توسعه‌ی کشت محصولات گلخانه‌ای، ضروری است که علت‌ها و عامل‌های تأثیرگذار بر این نگرش شناسایی و نسبت به جایگزینی انگیزه‌های صحیح مادی و معنوی برای تولیدکنندگان اقدام شود.

جدول ۱۰- رتبه‌بندی دلایل گرایش بهره‌برداران مورد مطالعه به تولید خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای

رتبه	ضریب پراکندگی	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	علل گرایش
۱	۰/۳۸۴	۳/۰۵۵	۱/۱۷۵	نبود شغل مناسب دیگر
۲	۰/۴۶۷	۲/۹۳۸	۱/۳۷۴	علاقه‌مندی به تولید
۳	۰/۵۱۶	۲/۷۰۵	۱/۴۲۰	وجود سابقه‌ی این حرفه در خانواده
۴	۰/۴۱۶	۲/۵۹۴	۱/۰۸۱	تبلیغات از راه ادارات و مراکز دولتی
۵	۰/۴۸۷	۲/۵۷۲	۱/۲۵۵	داشتن زمین و آب محدود
۶	۰/۴۷۶	۲/۵۰۵	۱/۱۹۳	درآمد خوب این شغل
۷	۰/۴۳۷	۲/۰۱۰	۱/۳۲۸	تبلیغات از راه رسانه‌های گروهی

مقیاس: ۱ بسیار کم، ۲ کم، ۳ متوسط، ۴ زیاد، ۵ بسیار زیاد

دیدگاه بهره‌برداران درباره‌ی دشواری مراحل تولید و فروش محصولات خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای

بهره‌برداران عملیات احداث گلخانه و مراحل اداری صدور پروانه‌ی تأسیس را از دشوارترین مراحل تولید و فروش محصولات خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای بیان نموده‌اند. این نتیجه نشان می‌دهد که معضل اصلی پیش‌روی بهره‌برداران این محصولات، بیشتر ناشی از عامل‌هایی غیر از مسائل تولیدی بوده که با برنامه‌ریزی و تسهیل این امور، قابل رفع می‌باشند.

دیدگاه بهره‌برداران مورد مطالعه درباره‌ی دشواری مراحل تولید و فروش محصولات خیار و گوجه‌فرنگی گلخانه‌ای در جدول ۱۱ آمده است. همان‌گونه که در این جدول مشاهده می‌شود،

جدول ۱۱- رتبه‌بندی دشواری مراحل تولید محصولات گلخانه‌ای از دیدگاه بهره‌برداران مورد مطالعه

رتبه	ضریب پراکندگی	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار	مراحل تولید
۱	۰/۴۷۱	۳/۶۴۲	۰/۸۵۱	احداث گلخانه
۲	۰/۴۲۳	۳/۶۲۳	۰/۸۴۲	مراحل اداری تا اخذ پروانه از ادارات جهاد کشاورزی
۳	۰/۳۵۵	۳/۵۳۵	۰/۹۲۱	بازاریابی و فروش
۴	۰/۳۸۷	۳/۴۴۲	۰/۹۲۲	همانگی با سایر ادارات ذریبط (فرمانداری و ...)
۴	۰/۲۴۶	۳/۳۹۱	۰/۹۱۴	آماده کردن زمین و کاشت

مقیاس: ۱ بسیار کم، ۲ کم، ۳ متوسط، ۴ زیاد، ۵ بسیار زیاد

بررسی مسائل و مشکلات بهره‌برداران مورد مطالعه

وجود بازار فروش مناسب محصولات تولیدی و وجود واسطه‌گری در بازار به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم مشکلات تولیدکنندگان را به خود اختصاص داده‌اند.

مسائل و مشکلات رتبه‌بندی شده‌ی بهره‌برداران در جدول ۱۲ ارائه شده است. نوسانات قیمت، عدم

جدول ۱۲- مسائل و مشکلات بهره‌برداران مورد مطالعه

رتبه	میانگین امتیاز	کل امتیاز	تعداد پاسخ‌گو	عناوین مشکلات
۱	۶۱/۲۳	۴۷۷۶	۷۸	نوسانات قیمت
۲	۵۷/۴۴	۴۰۲۱	۷۰	نبود بازار فروش مناسب
۳	۵۴/۱۹	۳۴۱۴	۶۳	وجود واسطه‌گری و دلالی
۴	۵۳/۷۶	۳۱۷۲	۵۹	کمبود منابع مالی لازم
۵	۵۰/۱۸	۲۷۶۰	۵۵	عدم دسترسی مناسب به اطلاعات فنی لازم
۶	۴۶/۲۴	۲۳۵۸	۵۱	هزینه‌ی بالای تولید

شفاف نبودن بازار را مهم‌ترین مشکلات تولیدکنندگان در زمینه‌ی بازار این محصولات دانست. پژوهش Zeratkish و Yousefi Motaghaed (۲۰۱۷) نبود اطلاعات دقیق از شرایط بازار، سامانه حمل و نقل نامناسب، دوری

در مطالعه‌ی Hassanpour و همکاران (۲۰۱۳) نیز عدم آگاهی از شرایط بازار و کمبود و نبود امکانات زیربنایی مهم‌ترین مشکلات تولیدکنندگان محصولات گلخانه‌ای شناخته شدند. همچنین نتایج مطالعه‌ی Eslami (۲۰۱۵)، نوسانات قیمت و

بازار فروش از محل تولید و نیز کمبود تسهیلات حمایتی را از مهم‌ترین مشکلات و چالش‌های تولیدکنندگان گل رز گلخانه‌ای اعلام کرد. Yilmaz و همکاران (۲۰۰۵) نیز مهم‌ترین مشکلات گلخانه‌داران ترکیه را کاهش قیمت محصولات، نوسانات قیمت به دلیل عرضه‌ی بیش از حد، سیستم بازار ضعیف، عدم اطمینان از بازار فروش و نبود تعاونی‌ها دانستند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در سال‌های اخیر در ایران تولیدات گلخانه‌ای به‌ویژه صیفی‌جات گلخانه‌ای، رشد روز افزونی نشان داده و از اهمیت خاصی برخوردار شده‌اند. علی‌رغم این اهمیت، تاکنون مطالعه‌ای که به بررسی وضعیت موجود گلخانه‌ها و مسائل و مشکلات بهره‌برداران در جنوب استان کرمان پرداخته باشد، انجام نشده است. مطالعه‌ی حاضر، سعی در برطرف کردن این کمبود داشته است. بر اساس نتایج این مطالعه، لازم است صدور پروانه‌ی تأسیس جدید در منطقه، با اولویت فارغ‌التحصیلان کشاورزی صورت گیرد و بستر لازم برای شرکت بهره‌برداران، در دوره‌های آموزشی متناسب با فعالیت تولیدی آنان فراهم شود. همچنین با توجه به عدم رضایت شغلی بخش اعظمی از بهره‌برداران، پیشنهاد می‌شود در مطالعات دیگر به بررسی علت‌ها و عامل‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی این عدم رضایت شغلی در منطقه پرداخته شود. در راستای ایجاد جاذبه‌های مادی مناسب برای توسعه‌ی این فعالیت نیز ضروری است

دولت با توسعه‌ی بازارهای داخلی و فراهم نمودن بسترهای لازم برای صادرات این محصولات، جذابیت لازم را برای گرایش هر چه بیشتر سرمایه‌گذاران به این عرصه فراهم نماید. با توجه به این‌که در مطالعه‌ی حاضر مشکلات گلخانه‌داران به‌طور عمده ناشی از عوامل بیرونی بوده و از مشکلات مالی و بازاریابی نشأت می‌گیرند، پیشنهاد می‌شود به‌منظور ارتقای تولید این محصولات به‌جای تأکید بر جنبه‌های فنی تولید، به رفع مشکلات بازاریابی و کمبود منابع مالی بهره‌برداران پرداخته شود. همچنین، برای رسیدن به تعادل و تنظیم بازار محصولات گلخانه‌ای لازم است راهکارهای لازم برای ارتباط مستقیم بین عرضه و تقاضا فراهم شود. با حمایت دولت و مشارکت گلخانه‌داران از راه تشکیل اتحادیه‌ی تعاونی گلخانه‌داران یا تعاونی‌های محلی که تمام مراحل عملیات بازرسانی از تولید تا توزیع توسط آن انجام شود و تجهیز این اتحادیه‌ها به‌وسایل حمل و نقل و تأمین تجهیزات بسته بندی مناسب، بسیاری از هزینه‌های بازاریابی مانند هزینه‌ی حمل و نقل محصولات از محل تولید به بازار می‌تواند کاهش و سهم تولیدکننده از قیمت کل افزایش یابد. فراهم نمودن زمینه‌ی لازم در جهت توسعه‌ی فعالیت و حضور تولیدکنندگان در بازارهای هدف داخلی، به‌منظور حذف تدریجی دلالتان از چرخه‌ی تولید تا مصرف و ایفای نقش در تعیین قیمت و بازار فروش محصولات نیز مؤثر خواهد بود.

References

- Agricultural Statistics. (2017). Ministry of agriculture, deputy director of planning and economics, information and communication technology center. Volume II. (In Farsi)
- Alizade, S. (2013). Green-houseists association of kerman commerce, industries, mines and agriculture chamber. *Quarterly Journal of Greenhouse in Southern Kerman Area*, 1(1), 1-16. (In Farsi)

- Amini, A. M., Nozari, A. & Ghadimi, S. A. (2016). Study of effective factor of metal greenhouse success cultivated for vegetable in Isfahan province. *Eqtesad-e Keshavarzi va Towsee*, 24(95), 191-211. (In Farsi)
- Asadi, A., Hoseini, S. M., Abdollah Zadeh, G. H. & Gharaghani, A. (2009). An investigation of the inhibitory factors in the way of greenhouse cultivation development (case study: Isfahan province). *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 40(1), 95-105. (In Farsi)
- Calpas, J. (2006). Business opportunity evaluation of a large scale vegetable greenhouse in Alberta. *Journal of the Agricultural Policy Framework and Food*, 23, 84-97.
- Chendake A. D. & Chauhan P. M. (2015). Marketing strategy of greenhouse vegetable and flower growers in sabarkantha, district of gujarat, India. *Journal Agricultural Research*, 53(2), 277-285.
- Engindeniz, S. (2002). Economic feasibility of organic Greenhouse cucumber production: The case of Menderes. *Pakistan Journal of Biological Sciences*, 5(3), 367-370.
- Eslami, M. R. (2015). Evaluation of marketing problems of greenhouse products in desert area (Case study: Greenhouse cucumber and tomato, Yazd province). *Arid Biome Scientific and Research Journal*, 5(1), 18-30. (In Farsi)
- Garrett, H. E. & Woodworth, R. S. (1973). *Statistics in psychology and education*, Bombay, Vakils, Feffer and Simons Private Ltd.
- Hassanpour, B., Hassanshahi, M. & Younesi, H. (2013). Economic analysis of marketing margin for greenhouse cucumbers and tomatoes in Kohgiluyeh-va-Boyerahmad province, Iran. *Annals of Biological Research*, 4(2), 146-153.
- Khosh Khui, M., Mobli, M., Azizi, M., Vahdati, K., Grigorian, V. & Tafazoli, E. (2018a). Investigation on status of selected greenhouses in Iran (1. Descriptive Analysis). *Strategic Research Journal of Agricultural Sciences and Natural Resources*, 3(2), 209-222. (In Farsi)
- Khosh Khui, M., Mobli, M., Azizi, M., Vahdati, K., Grigorian, V. & Tafazoli, E. (2018b). Investigation on Status of Selected Greenhouses in Iran (2. Inferential Analysis). *Strategic Research Journal of Agricultural Sciences and Natural Resources*, 3(2), 223-236. (In Farsi)
- Mehrabi Basharabadi, H. (2008). Economic analysis of production of greenhouse products in Kerman province. *Journal of Water and Soil Science*, 12(44), 373-384. (In Farsi)
- Rao, P. S. (2000). *Sampling methodologies with applications*. Chapman and Hall/CRC.
- Rahmany, H., Nuraky, F. & Baradaran, M. (2012). Evaluation of effective factors on optimal management greenhouses summery in Khuzestan province, *Journal of Science and Technology of Greenhouse Culture*, 3(2), 89-100. (In Farsi)
- Roosta, K., Abadikhah, M. & Bakhshi, M. R. (2011). Economic assessment of greenhouse-cucumber production units in Birjand Township. *Journal of Science and Technology of Greenhouse Culture*, 2(7), 9-18. (In Farsi)
- Safely, C. (2003). *Development of greenhouse and enhancing greenhouse profitability through improved marketing planning*. North Carolina, State University.

- Salem, J. (2009). Economic study of greenhouse cucumber production and its comparison with non-greenhouse crops. First National Hydroponics and Greenhouse Products Congress, Isfahan University of Technology, 361-363. (In Farsi)
- Sanzua, L. J., Saha, H. M. & Mwafaida, J. (2018). Status of Greenhouse Farming in the Coastal Humid Climatic Region of Kenya. *Universal Journal of Agricultural Research*, 6(5), 165-172.
- Yilmaz, I., Sayin, C. & Ozkan, B. (2005). Turkish greenhouse industry: past, present, and future. *New Zealand Journal of Crop and Horticultural Science*, 33(3), 233-240.
- Zeratkish, S. Y. & Yousefi Motaghaed, H. (2017). Factors affecting the marketing margin for greenhouse rose flower in kohgiloye and Boyerahmad province. *Agricultural Economics and Development*, 25(97), 137-156. (In Farsi)