

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسہ کار و مائتین اجتماعی

۲۸۲

کلینک گلا و گیاهان

(مشاوره و درمان گلا و گیاهان، ارائه و تهیه سموم،...)

۱۳۹۰

کلینیک گل ها و گیاهان (مشاوره و درمان گل ها و گیاهان، ارائه و تهیه سموم و ...) /
تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)
تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰
۷۱ص. مصور(رنگی)
موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۸۲
۱۵۰۰۰ ریال: ۱-۳۸-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸
فیبا
گیاهان زینتی -- بازاریابی -- پرورش -- جنبه های اقتصادی -- ایران -- کسب و کار خانگی -- ایران
سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان
مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
SB ۴۰۶/۵۷/ک۸ ۱۳۹۰
۲۳۶۴۶۸۵ ۶۳۵/۹



عنوان کتاب: کلینیک گل ها و گیاهان (مشاوره و درمان گل ها و گیاهان، ارائه و تهیه سموم، ...)
تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)
صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

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

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱
مقدمه	۵
فرایند ارائه خدمات	۳۳
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۴۱
نیروی انسانی مورد نیاز	۴۵
سرمایه مورد نیاز	۴۷
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز	۴۹
وضعیت بازار خدمات	۴۹
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات	۵۳
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	۶۹
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۷۰
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۷۱

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرگتر 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، حیطة 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

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.

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

اما باید به خاطر داشته باشید که 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 برخی از بیماری‌ها و آفاتی که گل‌ها و گیاهان را از بین می‌برد و... دانست.

در کنار زحمات نگهداری از گل‌ها و گیاهان زینتی، نمی‌توان مساله بیماری‌ها و آفاتی که سلامت و زندگی گیاهان را تهدید می‌کند، نادیده گرفت. اهمیت بیماری‌های گیاهی غالباً ناشی از خساراتی است که با بروز اپیدمی یا خسارت معمولی به گل‌ها و گیاهان زینتی و آپارتمانی و محصولات آنها وارد می‌کنند. اما خسارت معمولی بیماری‌ها در گیاهان بیشتر و با اهمیت‌تر از خسارت اپیدمی آنهاست و این خسارت در کشورهای پیشرفته به چند درصد کل محصول برآورد شده است اما در کشورهای غیر پیشرفته به چندین درصد کل محصول بالغ می‌شود. طبق آماری در آمریکا، خسارت سالیانه بیماری‌ها قبل از تورم سال‌های اخیر نزدیک به سه میلیارد دلار برآورد شده است. در ایران از میزان خسارت به گل‌ها و گیاهان اطلاع دقیقی در دست نیست هر چند خسارات ناشی از بیماری‌ها در ایران را می‌توانیم حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد کل محصول یا حتی بیشتر تخمین بزنیم.

گل‌ها و گیاهان زینتی و آپارتمانی بخش بسیار کوچکی در بین گیاهان را تشکیل می‌دهند که گاهی اوقات حدود ۱۰ تا ۲۰ درصد خسارت وارد می‌کنند که در مجموع ۱ تا ۲ درصد کل خسارات وارده به گیاهان محسوب می‌شود. در زمان‌های قدیم عقاید خرافی درمورد بسیاری از پدیده‌های طبیعی از جمله بیماری‌های گیاهی در اجتماع حاکم بوده است که آنها را اثر خشم خدایان برای مجازات کشاورزان می‌پنداشتند. حتی گاهی اوقات برای این

بیماری‌ها خدایانی را خلق می‌کردند. به عنوان مثال روبلیس، رب زنگِ گندم بود که همه ساله در فصل بهار برای رضایت خاطر خشم او، مراسم مذهبی توأم با قربانی برپا می‌گردید. در قرن هفدهم فرضیه تولید خود به خودی پا برجا بود تا اینکه برخی از دانشمندان از جمله "نُشلیو" نسبت به آن شک و تردید کردند. او به طور کلی توانست در سال ۱۷۲۷ اسپور قارچ‌ها را کشت و مورد مطالعه قرار بدهد. گیاهشناسان همواره به منظور سهولت مطالعه، بیماری‌های گیاهان را طبقه‌بندی می‌کنند. در ادامه با برخی از بیماری‌هایی که گل‌ها و گیاهان آپارتمانی و زینتی با آنها مواجه می‌شوند به اجمال معرفی می‌شوند:

انواع طبقه‌بندی بیماری‌های گل‌ها و گیاهان زینتی و آپارتمانی

اولین و متداول‌ترین طبقه‌بندی از روی علائم آلودگی مثل پوسیدگی، لکه‌برگی، پژمردگی و لکه‌زایی و... است.

طبقه‌بندی دوم بیماری‌های گیاهی، از روی عضو گیاه مثل بیماری‌های ریشه، میوه و شاخ و برگ و... است.

طبقه‌بندی سوم از روی نوع گیاه مورد حمله مثل بیماری‌های درختان میوه، نباتات زراعی و درختان جنگلی و... است.

طبقه‌بندی چهارم از روی عوامل بیماری‌زا است که متداولترین روش بوده و بر مبنای این دو گروه بزرگ بیماری وجود دارند:

۱- بیماری‌های مسری یا عفونی که در اثر عوامل بیماری‌زای زنده به وجود می‌آیند.

۲- بیماری‌های غیر مسری که در اثر عوامل بیماری‌زای غیر زنده بوجود می‌آیند.

در هر صورت شناسایی بیماری قبل از شیوع آن و افزایش نشانه‌های آن، یکی از عواملی است که به افراد در حفظ گل‌ها و گیاهان زینتی‌شان کمک می‌کند. به نظر می‌رسد، علیرغم علاقمندی افراد به پرورش گل‌ها و گیاهان در همه محیط‌ها، خصوصاً در آپارتمان‌ها، مردم اطلاعات چندانی در خصوص آفات و بیماری‌هایی که گیاهانشان با آنها مواجه هستند، ندارند. در کنار شناسایی بیماری‌ها، نحوه نگهداری و سمومی که گیاهان برای رشد و پرورش به آنها نیاز دارند، نیز یکی از مواردی است که در بازار پر رونق علاقمندی به نگهداری و پرورش گیاهان، مهم و ضروری به نظر می‌رسد.

اما سوال این است که در صورت بروز مشکل و مساله برای گیاهان، از

چه گروهی باید کمک گرفت؟

گیاه پزشکان و کلینک‌های گیاه پزشکی از جمله مراکزی هستند که به

شناسایی آفات و بیماری‌های گیاهان به افراد کمک می‌کنند.

به طور معمول تشخیص آفات، بیماری‌های گیاهی، روش درمان در

کشاورزی و باغبانی، بازدید از مزارع و تجویز نسخه گیاه پزشکی، بازدید از

باغات، گلخانه‌ها، انبارها، سیلوها و محل نگهداری محصولات و فرآورده‌های کشاورزی و تعیین روش‌های مناسب کنترل عوامل زنده خسارت‌زای گیاهی با محوریت روش‌های غیرشیمیایی و حمایت از دشمنان طبیعی، از جمله فعالیت‌های کلینیک‌های گیاه پزشکی است.

اما تعداد این کلینیک‌ها در ایران بسیار کم است، ضمن اینکه این کلینیک‌ها بیشتر به درمان بیماری‌های گیاهان مزارع و باغ‌ها می‌پردازند، برای گل‌ها و گیاهان آپارتمانی و پیشنهاد سموم برای این دسته از گیاهان، چه باید کرد؟ به نظر می‌رسد ایجاد مراکز کوچک و محلی با دسترسی آسان، نیز می‌تواند یکی از راه‌های بسیار مفید و ثمربخش باشد.

شما به عنوان فردی که علاقمند به پرورش و رشد گیاهان هستید و با آفات و بیماری‌های گیاهی آشنایی دارید و یا واجد تخصص دانشگاهی در این زمینه هستید می‌توانید کسب و کار کوچکی در این زمینه برای خود راه‌اندازی کنید. اما لازم است قبل از راه‌اندازی این کسب و کار اقداماتی را به انجام برسانید.

قبل از راه‌اندازی این فعالیت به صورت یک حرفه، ابتدا لازم است که طرح کسب و کاری را جهت ارزیابی از میزان پیشرفت و کسب درآمد اقتصادی تهیه نمایید.

پیداست شما به عنوان کسی که می‌خواهید کسب و کار کوچکی در منزل برای خود راه‌اندازی کنید، در ابتدا نمی‌توانید به فکر ارائه محصولات خود به صورت گسترده باشید، ضمن اینکه هنگامی که ماهیت کسب و کاری از نوع خدماتی باشد، به ناچار به بازارهای کوچکتری دسترسی دارد، اما به طور کلی برای آغاز هر کسب و کار اقتصادی، شناخت بازار و جامعه مشتریان محصول و خدمات 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، میزان توانمندی شما، اخلاق حرفه‌ای، سرعت و دقت عمل شما و همچنین قیمت خدمات شما در این کسب و کار خواهد بود.

قبل از شناخت بازار ابتدا لازم است که خدمات خود را تعریف کنید و مشخص نمایید که دقیقاً هدف شما از راه‌اندازی این کسب و کار ارائه چه خدماتی است، سپس بر اساس این خدمات بازار خود را شناسایی کرده و روش‌های نفوذ در این بازار را با توجه به نوع مشتریان خود تعیین نمایید.

مشخصات خدمات

درمان گیاهان همانند درمان انسان‌ها می‌باشد، همانطور که پزشکان در درمان انسان‌ها ابتدا علائم و نشانه‌ها را بررسی می‌نمایند، شما نیز در این

حرفه می‌بایست ابتدا علائم و نشانه‌های بیماری را در گل‌ها و گیاهان شناسایی نماید و سپس دستورالعمل لازم را پیاده سازد.

شناسایی علایم در شناخت عامل بیماری زا بسیار مؤثر است ولی راهی قطعی برای تشخیص بیماری نیست. تشخیص صحیح یک بیماری باید از طریق مِتدها و روش‌های دقیق آزمایشگاهی صورت گیرد.

برخی از نشانه‌های بیماری در گل‌ها و گیاهان مواردی به شرح زیر هستند:

الف) ایجاد رنگ غیرطبیعی در گیاه

- ایتوله شده

- ملانوز

- کلروز

- موزائیک

ب) پلاسیدگی

ج) لکه دار شدن برگ و میوه

د) ریزش اندام‌های گیاهی

ه) تغییر شکل و رشد غیرطبیعی در اندام‌های گیاهی

- نانسیسم

- روزت

- ژیگانتیسم

- طاوولی شدن

- عدم تقارن

- غده یا گال

- جارویی شدن

ر) تغییر استحکام بافت گیاهی

و) نکروز

ز) ترشحات گیاهی

اگر شما نشانه‌ها و علائم بیماری‌ها را به موقع تشخیص دهید اکثر مشکلات حل خواهد شد. فعالیت شما به عنوان فردی که قرار است به درمان بیماری‌ها و شناسایی آفات گل‌ها و گیاهان بپردازید، لازم است حساب شده و بر اساس دانش و اطلاعات موثر پایه‌گذاری شده باشد.

مطمئناً شما به عنوان شخصی که می‌خواهید کسب و کاری با این ماهیت راه‌اندازی کنید، می‌بایست دانش لازم در این حرفه را داشته باشید، اغلب افرادی که بهتر می‌توانند در این حیطه موفق‌تر عمل کنند، دانش آموختگان رشته کشاورزی و گیاه‌پزشکی می‌باشند، اما اگر شما در این رشته تحصیل نکرده‌اید و این توانایی و علاقمندی را در خود می‌بینید که در این راه گام بردارید، لازم است مطالعات خود را به صورت جدی آغاز نمایید.

در این بخش از طرح کسب و کار می‌بایست خدمات خود را معرفی نمایید. در حقیقت، در بخش معرفی خدمات، حیطة فعالیت‌های خود را به صورت مشخص تعریف می‌نمایید.

خدماتی که ممکن است در این نوع کسب و کار، به متقاضیان ارائه شود،

عبارتند از:

۱- شناسایی بیماری‌های گیاهان

۲- درمان و پیشنهاد روش‌های درمان

۳- معرفی و فروش سموم و آفت‌کش‌ها

۴- تعویض گلدان‌ها و هرس نمودن آنها

۵- تجهیز گلخانه‌ها برای مبارزه با آفات و حشرات

در ادامه هر یک از این محصولات و خدمات را بیشتر توضیح می‌دهیم.

۱- شناسایی بیماری‌های گیاهان

بخشی از خدمات شما در این کسب و کار می‌تواند، شناسایی بیماری‌های

گل‌ها و گیاهان باشد. به طور کلی اولین گام در درمان، شناسایی عوامل

بیماری‌زا است. برای آشنایی بیشتر در ادامه ابتدا لازم است تعریفی از

گیاهان سالم و بیمار ارائه نموده و سپس چند نمونه از عوامل بیماری‌زا در

گل‌ها و گیاهان را معرفی نماییم.

گیاه سالم، گیاهی است که بتواند کلیه اعمال فیزیولوژی خود را بر اساس خوی ژنتیکی خود انجام دهد، مثل فتوسنتز، تنفس، جذب مواد غذایی، تولید مثل و

بیماری گیاهی نیز هر گونه اختلال در اعمال فیزیولوژیکی است که ممکن است ناشی از یک و یا چند عامل باشد.

به طور کلی در مطالعه بیماری‌های گیاهی می‌توان آنها را به صورت زیر تقسیم‌بندی نمود:

۱- تقسیم‌بندی بر اساس گیاه مورد حمله، مثل بیماری‌های گیاهان

زراعی - بیماری درختان و یا بیماری گیاهان زینتی

۲- تقسیم‌بندی بر اساس شرایط اقلیمی و جغرافیایی، مانند بیماری‌های

گیاهان مناطق گرمسیری، بیماری‌های گیاهان سردسیری

۳- طبقه‌بندی بیماری‌ها از نظر علائم و نشانه‌های بیماری، مانند

پوسیدگی‌ها، لکه برگی‌ها، زنگ‌ها و سفیدک‌ها

شناسایی علایم بیماری‌های گیاهان زینتی

همانطور که گفته شد، برخی از نشانه‌های بیماری در گل‌ها و گیاهان

مواردی به شرح زیر هستند:

۱- ایجاد رنگ‌های مختلف و غیر عادی در گیاهان. این تغییر رنگ در اثر

عوامل مختلفی بروز می‌کند، مانند موارد ذیل:

اتیوله شدن: تغییر رنگ و کم رنگ و گاهی پر رنگ شدن گیاهان در اثر کمبود نور را می‌گویند که در اکثر گیاهان شایع است.

کلروز: تغییر رنگ بر اثر عواملی مثل کمبود مواد غذایی و حمله عوامل بیماری‌زا که در اکثر موارد با آزمایش روی برگ و یا خاک مشخص می‌گردد. ملانوز: تولید رنگ قهوه‌ای و یا تیره که در اندام‌های گوشتی به وجود می‌آید. موزائیک: ایجاد لکه‌های زرد یا سبز کم رنگ در متن سبز پر رنگ را موزائیک می‌گویند.

۲- پژمردگی: پژمردگی بر اثر عوامل بیماری‌زا به ریشه، طوقه و یا آوندهای گیاه حادث می‌شود.

۳- ریزش در اندام‌ها: ریزش در برگ، گل، میوه، جوانه‌ها و... در صورتی که شدید و در اثر عوامل بیماری‌زا باشد، زیرا در برخی از موارد به دلیل پیر شدن برگ‌ها و گل‌ها به طور طبیعی ریزش حادث می‌گردد.

۴- تغییر شکل و رشد غیر طبیعی در گیاه: این تغییر شکل‌ها ممکن است در برگ‌ها، گل‌ها، میوه و... به وجود آید. به عنوان مثال در پدیده نانیسم گیاه دچار کوتولگی و توقف رشد می‌شود و در ژیگانتیسم گیاه دچار رشد بی‌رویه می‌گردد. در تاوولی شدن، پهنک برگ دچار تاوول‌ها و پیچیدگی‌های غیر طبیعی می‌شود و در نهایت در گال‌ها، در اثر تحریک سلول‌ها در ریشه، ساقه و یا اندام‌های هوایی تولید گال می‌شود.



اما به طور کلی آفات در کشاورزی عبارتند از موجودات زنده‌ای که با تغذیه از قسمت‌های مختلف گیاهان مانند برگ، ساقه، ریشه، میوه، شیره پرورده و... سبب خسارت، ضعف، کاهش عملکرد و یا مرگ گیاه شوند که به دو گروه **بندپایان و مهره‌داران** تعلق دارند.

الف) بندپایان: این گروه از آفات بیشترین درصد آفات گیاهی را شامل می‌شود. از مهمترین گروه‌های آفات هستند که به دو دسته **حشرات و کنه‌ها** تقسیم می‌شوند.

حشرات: حدود ۹۰ درصد گونه‌های بندپایان را تشکیل می‌دهند. تقسیم‌بندی حشرات نیز دارای تنوع است. از جمله حشرات می‌توان به شب‌پره‌ها، زنبورها، ملخ‌ها، پروانه‌ها، شته‌ها، تریپس‌ها، زنجرفک‌ها و شپشک‌ها اشاره کرد.

کنه‌ها: موجوداتی ذره‌بینی هستند که در اثر مکیدن شیره نباتی موجب ضعیف شدید در گیاه و در نهایت خشک شدن گیاه می‌شوند علایم اولیه



حمله کنه‌ها با ایجاد نقاط ریز زرد رنگ بر روی برگ‌ها و یا میوه گیاهان است. هم چنین در بیشتر موارد با تئیدن تار بر روی میزبان سبب جمع شدن گرد و غبار و در نتیجه مختل شدن اعمال تنفسی و فتوسنتز در گیاه می‌شوند.

ب) مهره‌داران: شامل پرندگان، جوندگان و برخی حیوانات علفخوار می‌باشند. مانند موش خرما، خرگوش‌ها، سنجاب‌ها، گنجشک‌ها و آهوها. این گروه از آفات بیشترین خسارت را به مزارع کشاورزی وارد می‌نمایند و در بحث گیاهان آپارتمانی چندان به آنها اهمیت داده نمی‌شوند.

به طور کلی در بحث آفات مهم گیاهان آپارتمانی می‌توان به سه دسته اشاره نمود:

۱- آفاتی که از شیره گیاهان تغذیه می‌نمایند

این دسته از آفات، مواد غذایی مورد نیاز خود را از شیره پرورده گیاهان به دست می‌آورند و بدین ترتیب موجب تغییر شکل برگ‌ها، ضعف عمومی در گیاه و کندی رشد و در برخی موارد موجبات مرگ گیاه را فراهم می‌نماید.

الف: پا حباب‌داران (تریپس thrips)

حشرات کوچک ذره‌بینی که فاقد بال هستند. در این حشرات، قطعات



دهانی به صورت لوله خرطوم
مانندی می‌باشد که با فرو
نمودن در سلول‌های گیاهی از
شیره نباتی تغذیه می‌نمایند.
محل نیش تریپس‌ها به صورت

نقاط سفید رنگ بر روی برگ و یا نقره رنگ شدن پشت برگ‌ها و یا ضخیم
شدن برگ‌ها و خمیدگی در قسمت نوک برگ‌ها دیده می‌شود. تریپس‌ها بر
روی گیاهانی مانند ارکیده‌ها، آماریلیس، گلالیل، کلاودیوم، سیلیکامن،
سرخس‌ها، سینگونوم، گل آویز، مارچوبه زینتی، داوودی، گل استکانی،
فیلودندرون و... می‌توانند خسارت وارد نمایند.

ب: سفید بالک‌ها



این نوع از آفات در گلخانه‌ها به دلیل رطوبت
مطلوب زندگی می‌کنند. به صورت عامیانه به
سفید بالک‌ها، مگس سفید گفته می‌باشد. دو گونه
مهم مگس سفید به نام‌های مگس سفید سیب
زمینی شیرین و مگس سفید گلخانه می‌باشد.

اندازه حشرات بالغ بر ۱ تا ۲ میلیمتر بر بالهای سفید رنگ است که اغلب در پشت برگ مثل توده‌ای سفید رنگ دیده می‌شوند. تخم‌های خود را به سطح زیرین برگ‌ها با پایه‌های کوتاه می‌چسبانند. مرحله لاروی و حشرات کامل با قطعات دهانی مکنده خود از شیره نباتی تغذیه می‌کنند و با ایجاد عسلک روی اندام‌های گیاهی سبب تجمع عوامل بیماری‌زا و با مسدود نمودن روزنه‌ها سبب خسارت می‌شوند.

همچنین یکی از عوامل انتشار بیماری‌ها عوامل ویروسی هستند. مهمترین گونه‌های این آفات بر روی گیاهانی همچون بگونیا، کفشک، گل آویز، شاه پسند درختی، شمعدانی و سرخس‌ها زندگی می‌کنند.

ج) شپشک‌ها

شپشک‌ها دارای گونه‌های متعدد می‌باشند و از مهمترین آفات گیاهان



زینتی هستند و به دلیل وجود یک لایه سخت بر روی بدن خود به سپرداران معروف شده‌اند. این لایه مقاوم و سخت سبب بالا رفتن مقاومت آنها در برابر سم پاشی می‌گردد. به همین جهت مبارزه با شپشک‌ها کمی سخت است.

د) شته‌ها aphidoidea

حشراتی با بدنی گلابی شکل به اندازه حدود ۱ میلی‌متر که برخی دارای بال و برخی بدون بال هستند. به رنگ‌های سبز، سیاه و قرمز دیده می‌شوند. با مکیدن شیره نباتی سبب ضعف، بدشکلی برگ یا میوه و در نهایت انتقال بیماری‌های ویروسی به گیاهان می‌شوند.

این حشرات در بهار تا پاییز در فضای آزاد بر روی گیاهان زندگی می‌نمایند و در زمستان تخم‌های آنها بر روی گیاهان تا بهار زنده می‌مانند. زندگی هم زیستی با مورچه‌ها سبب شده که توسط مورچه‌ها به روی گیاهان منتقل شوند و در عوض با ترشح عسلک و تغذیه مورچه‌ها از آن به یکدیگر سودرسانی کنند. در گلخانه‌ها و در فصل زمستان به دلیل وجود شرایط مطلوب می‌توانند خسارت ایجاد نمایند. مخصوصاً اگر علف‌های هرز درون گلخانه وجود داشته باشد و با آنها مبارزه نکرده باشیم.

مهمترین گونه‌های شته‌ها عبارتند از:

- شته سیاه باقلا *aphis faba*
- شته سبز هلو *mysus persica*
- شته داودی *macrosiphoniella sanbornyi*
- شته رز *macrosiphun rosea*
- شته سیکلامن *aphiscircum felxus*

شته‌ها با ترشح عسلک بر روی برگ گیاهان و بسته شدن روزنه‌ها، مکیدن شیره نباتی، پیچیدگی در برگ‌ها و در نهایت زرد و خشک شدن آنها سبب خسارت می‌شوند و معمولاً به صورت لکه‌ای به گیاه حمله می‌کنند.

هـ) کنه‌ها

در بحث کنه‌های نباتی، به دلیل کثرت گونه‌های مختلف، به ذکر چند گونه مهم که در بحث گیاهان زینتی مهم‌ترند اکتفا می‌کنیم:

۱- کنه دو نقطه‌ای *tetranychus urticae*

این کنه به رنگ سبز متمایل به زرد دارای چند نقطه سیاه رنگ بر روی شکم و به اندازه حدود ۴ دهم میلی لیتر دیده می‌شوند. گیاهانی مثل داوودی، کاکتوس‌ها، بگونیا، عشقه، هورتانسیا و... مورد حمله این نوع کنه قرار می‌گیرند.

۲- کنه سیکلامن *tavasonemus palidus*

این کنه آفت مهم سیکلامن است و ممکن است به گیاهانی نظیر شمعدانی، بگونیا، فیکوس و... نیز حمله ور شوند. روش کنترل همانند کنه دو نقطه‌ای می‌باشد.

۳- کنه تار عنکبوتی یا کنه قرمز *tetranychus urticae*

کنه نر کوچک از ماده و به رنگ زرد کم رنگ متمایل به سبز تغییر می‌کند و کنه ماده قرمز رنگ می‌باشد و به دلیل تولید مثل بالا (حدود ۱۵ نسل در یک سال) می‌تواند به شدت خسارت زا باشد. کنه ماده در زیر برگ‌ها

تخم‌گذاری می‌نماید و در هوای خشک و گرم می‌توانند به سرعت تکثیر و به بالاترین حد خسارت‌زایی برسند، به خصوص اگر دشمنان طبیعی آنها یا وجود نداشته یا از بین رفته باشند. علائم آلودگی یا ظهور نقاط زرد و ریز به صورت پراکنده روی برگ‌های پایینی آغاز و سپس به دلیل تنیدن تار بر روی سطح برگ حالت خاک آلوده ایجاد می‌نمایند و با کاهش میزان غذا می‌توانند به وسیله باد، لوازم باغبانی و انسان به سایر بوته‌ها منتقل می‌شوند. گیاهانی مثل فیکوس آلاستیکا، فلفل زینتی، سینگونیوم، دیفن باخیا، دراسنا، ختمی چینی و پتوس می‌توانند مورد حمله کنه‌ها قرار بگیرند.

۲- آفاتی که از برگ‌ها و ساقه‌ها تغذیه می‌نمایند

الف) کرم‌های برگ‌خوار

معمولاً به رنگ سبز روشن و تیره دیده می‌شوند و با تغذیه و خوردن برگ‌های سبز سبب خسارت می‌شوند. لاروها می‌توانند در ظرف چند روز کلیه برگ‌های گیاهان را از بین ببرند. حشره بالغ کرم‌های برگ‌خوار به صورت شب پره‌ها و یا پروانه‌ها فعالیت می‌نمایند و با تخم‌ریزی بر روی برگ‌ها تکثیر می‌شوند. گیاهانی مثل رز، عشقه، داوودی، حسن یوسف و... به این کرم‌ها حساس هستند. از جمله کرم‌های برگ‌خوار مهم آرشیپس می‌باشد.

ب) کرم خراط *zeuzera pyina*

حشره کامل، پروانه‌ای است با بال‌های سفید که دارای لکه‌های تیره است. رنگ تخم‌ها سفید مایل به زرد است که بر روی برگ‌ها، تنه درختان و یا کودهای حیوانی یافت می‌شوند. پس از خروج لاروها که به رنگ زرد روشن و نقاط سیاه رنگ هستند، شروع به ایجاد تونل در تنه و شاخه‌ها می‌نمایند و با تغذیه از بافت‌های داخل ساقه سبب خشک شدن آنها می‌شوند. خسارت شدید این کرم بر روی درختان گزارش شده است، ولی در گیاهان زینتی مثل رز یا گل کاغذی یا داوودی هم مشاهده شده است.

۳- آفات که از اندام‌های زیرزمینی تغذیه می‌نمایند

این آفات به قسمت‌های زیرزمینی گیاه از جمله ریشه، غده و پیاز که در خاک هستند و یا برگ‌هایی که نزدیک به سطح خاک هستند، صدمه وارد می‌کنند. از جمله مهمترین این آفات عبارتند از:

الف) خرچاک‌ها *oniscus ocellas*

این جانوران در راسته خرچنگ‌ها هستند. رنگ بدن خرچاک‌ها خاکستری روشن و تیره هستند. بدن آنها بند بند است و پاهای زیادی دارد. معمولاً در روز بدن خود را جمع می‌نمایند که مثل یک سنگریزه به نظر می‌آیند. در شب فعالیت خود را آغاز می‌نمایند.

آنها از خاک برگ‌ها و اجزای پوسیده گیاهی تغذیه می‌نمایند و در زمان‌هایی که تعدادشان بسیار زیاد شود، به ریشه‌ها و جوانه‌های تازه حمله‌ور می‌شوند.

(ب) کرم‌های مفتولیک

این حشرات لاروسوسک‌های خانواده elatevida می‌باشند. بدن آنها استوانه‌ای با غشاء نسبتاً سخت و صاف و فقط ۳ جفت پای سینه‌ای کوتاه



دارند. لاروها از ریشه‌های جوان تغذیه می‌کنند و در داخل غده‌ها، پیازها و یا ریشه‌های ضخیم تونل ایجاد می‌کنند و همچنین از گیاهک‌های جوان تغذیه می‌کنند.

(ج) کرم‌های سفید ریشه *polyphylla oliveri*

حشره بالغ به رنگ قهوه‌ای با خالهای سفید است. دارای شاخک‌های شانه‌ای که در حشره نر، طول شاخک بلندتر و مشخص‌تر است. خسارت عمده این سوسک‌ها در مرحله لاروی است. لاروها با تغذیه از ریشه‌ها سبب ضعف و در نهایت خشک شدن گیاه می‌شوند. در اواخر خرداد ماه لاروها تبدیل به شفیره شده و پس از مدتی به حشره کامل تبدیل می‌گردد.

بیماری‌هایی که گل‌ها و گیاهان زینتی عموماً با آنها مواجه هستند نیز به

شرح زیر است:

✓ بیماری‌های قارچی

قارچ‌ها مهمترین و بیشترین عامل بیماری در گیاهان هستند. قارچ‌ها موجوداتی هستند فاقد ریشه، ساقه، برگ، کلروفیل که می‌تواند تولید اسپور کند و بدین وسیله تکثیر شود.

تشخیص قارچ‌ها معمولاً از روی شکل، رنگ، اسپور آنها می‌باشد. با قرار دادن برگ در زیر میکروسکوپ و یا کشت قسمت‌های آلوده در آزمایشگاه می‌توان قارچ‌ها را شناسایی نمود. برخی از انواع بیماری‌های قارچی گیاهان زینتی به شرح ذیل می‌باشد:

۱- سفیدک‌ها

۲- زنگ‌ها

۳- لکه برگی

۴- پوسیدگی

✓ بیماری‌های باکتریایی

اهمیت باکتری‌ها از نظر تولید بیماری نسبت به سایر عوامل بیماری‌زا کمتر است. با توجه به نوع آب و هوای ایران، تعداد محدودی از باکتری‌های بیماری‌زا شناخته شده‌اند که به مهمترین آنها در گیاهان زینتی اشاره می‌کنیم:

۱- بیماری پوسیدگی نرم گیاهان زینتی

این بیماری بر روی گیاهان زینتی یکساله که دارای ساقه و برگ‌های گوشتی یا آبدار و یا غده‌ای هستند مثل زنبق، سنبل، سیکلامن، دیفن باخیا، شب بو، بنفشه و... حمله‌ور می‌شوند.

علائم ظاهری این بیماری معمولاً در اکثر گیاهان زینتی یکسان است. در اندام‌های مختلف آلوده ابتدا لکه‌هایی آبکی ظاهر می‌شود که با گسترش بیماری بزرگتر و عمیق‌تر می‌شود. گاهی ممکن است در اثر فشار به محل آلوده ماده خمیری به بیرون تراوش کند که معمولاً بدبو است. در آلودگی شدید، دمبرگ‌ها پلاسیده شده و با مرگ اندام‌های هوایی و پژمردگی گیاه از بین می‌رود.

۲- بلایت باکتریایی دیفن باخیا

بیماری از برگ‌های مسن آغاز و به صورت ایجاد لکه‌های قهوه‌ای رنگ نا منظم بر روی برگ‌ها منتشر می‌شود.

۳- بلایت باکتریایی شب بو

این بیماری در بوته‌های آلوده ابتدا لکه‌های آبکی سوخته قهوه‌ای رنگی ایجاد و با گسترش بیماری بیش از نیمی از قطر ساقه‌ها را در بر می‌گیرد که اندازه آنها تا ۲ سانتیمتر می‌رسد. گاهی در مرکز لکه‌ها، پوست ساقه شکاف می‌خورد. پس از سرایت بیماری به برگ‌ها آنها زرد، پژمرده و در نهایت خشک می‌شوند.

۴- بیماری‌های باکتریوز بگونیا

در سطح زیرین برگ، ابتدا لکه‌هایی کوچک شفاف‌ی که در نور قابل رویت هستند، تشکیل می‌شود. این لکه‌ها به مرور بر روی ساقه دم‌برگ و پهنک برگ گسترش می‌یابد. با گسترش بیماری، قطر لکه‌ها افزایش یافته و به رنگ قهوه‌ای در می‌آیند. در این حالت برگ‌ها ضعیف و خشک می‌شوند و می‌ریزند. در صورتی که باکتری به دم‌برگ گیاه حمله نماید، سبب شکستن و ریزش برگ‌ها می‌شود. حرارت‌های بالای ۲۲ درجه سانتیگراد با رطوبت بالای ۸۰ درصد مرگ بیماری را تسریع می‌بخشد.

✓ بیماری‌های ویروسی

ویروس‌ها موجوداتی میکروسکوپی هستند که در گیاهان و جانوران می‌توانند بیماری‌های مختلفی ایجاد نمایند. ویروس‌ها در دماهای بالا به سرعت تکثیر می‌شوند. در گیاهان از طریق آوندهای آبکش و گاهی آوندهای چوبی در سرتاسر گیاه منتشر می‌شوند.

ویروس‌ها می‌توانند باعث ایجاد تغییرات شدید در رشد و نمو گیاه، بافت، شکل اندام‌ها، میوه، دانه و رنگ گیاهان شوند.

انتقال ویروس‌ها به گیاه به وسیله عوامل طبیعی مثل آب، باد و غیره نیست، بلکه ویروس‌ها برای سرایت نیاز به موجود زنده دیگر دارند.

بسیاری از بیماری‌ها مختص به گونه‌های خاصی از گل‌ها و گیاهان است. در این بخش شما به عنوان یک فرد آگاه در زمینه درمان گل‌ها و گیاهان زینتی و آپارتمانی می‌بایست با تمامی علائم و نشانه‌های این بیماری‌ها آشنا باشید تا بتوانید شیوه درمانی و آفت‌کش مناسب را تجویز نمایید.

۲- درمان و پیشنهادهای روش‌های درمان

پس از تشخیص و شناسایی عوامل بیماری‌زا، یکی دیگر از خدمات شما در این کسب و کار، می‌تواند مشاوره و پیشنهاد روش‌های درمان آن باشد. روش‌های درمان اغلب می‌تواند شامل موارد ذیل باشد:

✦ تناوب، آیش و خشک نمودن محل کاشت، جمع‌آوری محصول آلوده و

معدوم نمودن آن

✦ ضد عفونی کردن پیاز و یا بذر

✦ ضد عفونی خاک گلخانه‌ها با بخار آب و...

✦ حذف علف‌های هرز

✦ جداسازی گیاه آلوده از گیاهان سالم

✦ استفاده از بذر و پیازهای سالم

✦ کنترل حشرات ناقل

✦ رعایت اقدامات بهداشتی در گلخانه‌ها و یا هنگام کاشت بذر و تهیه قلمه‌ها

✦ ضد عفونی قلمه‌ها در محلول بردو

- ✚ کم کردن میزان آبیاری و بالا بردن تهویه گلخانه
- ✚ سم‌پاشی گیاه پس از ظهور بیماری با قارچ‌کش‌ها و سموم شیمیایی
- حشره‌کش‌ها متناسب با بیماری و گیاه
- ✚ افزایش رطوبت، کاهش استفاده از کودهای ازته و جمع‌آوری بافت‌های آلوده و سوزاندن آنها
- ✚ شستشوی برگ‌ها با محلول رقیق آب ولرم و صابون و موارد دیگری که در درمان گیاه موثر است.

۳- معرفی و فروش سموم و آفت‌کش‌ها

در کنار فعالیت‌های درمانی و استفاده از سموم مختلف به منظور از بین بردن عامل بیماری، شما می‌توانید به افرادی که با درمان گل‌ها و گیاهان خود آشنا هستند و متقاضی استفاده از این سموم نیز می‌باشند، انواع سم و حشره‌کش‌های موجود را به فروش برسانید.

۴- تعویض گلدان‌ها و هرس نمودن آنها

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، نشائی، فرنگی، خیاری، لب‌شتری، طبقه‌بندی می‌شوند.

فرم گیاه در مدت خاصی پس از رشد و نمو و افزایش ریشه‌ها نامطلوب می‌شود و یا ممکن است دچار کمبود فضا و مواد غذایی شود.

با جابجایی گیاه از یک گلدان به گلدان بزرگتر، فضای بیشتری جهت رشد ریشه و استفاده از مواد غذایی غنی و جدید را به گیاه داده می‌شود.

خیلی از افرادی که در منزل خود به نگهداری گل‌ها و گیاهان مشغولند، با شیوه‌های اصولی تعویض گلدان‌ها، عوض کردن خاک آنها و... آشنایی ندارند، بدین خاطر این فعالیت نیز می‌تواند جزء خدماتی باشد که می‌توانید به مشتریان خود ارائه نموده و در مقابل آن درآمد کسب نمایید.

۵- 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، 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.



۵- تجهیز گلخانه‌ها برای مبارزه با آفات و حشرات

گلخانه‌ها نیز از جمله فضاهایی هستند که می‌تواند به صورت کوچک یا بزرگ، محلی برای پرورش و نگهداری گل‌ها شوند.

حمله آفات به گیاهان به دلیل سهل‌انگاری در پیشگیری از ورود آنها به گلخانه می‌باشد. برای جلوگیری از ورود آفات، ابتدا باید راه نفوذ آنها را به گلخانه مسدود کرد. برای درها و پنجره‌ها توریهای مناسب تهیه نمود و از ورود و خروج افراد متفرقه به داخل گلخانه جلوگیری نمود. استفاده از

دشمنان طبیعی آفات و تکثیر و رهاسازی در گلخانه، کمک بسیاری در کنترل آنها دارد، مثلاً کفشدوزک هفت نقطه‌ای که در کنترل و از بین بردن شته‌ها، زنبور تریکوگراما در کنترل کرم‌های ساقه خوار، زنبور انکارسیا فورموزا در کنترل مگس سفید و یا حشراتی مثل حشره آسیابک، شیخک، برخی از عنکبوت‌ها، کنه‌های شکارگر و برخی از انواع قارچ‌ها و... نیز می‌توانند به صورت بیولوژیک در کنترل جمعیت آفات موثر باشند. استفاده از تله‌های نوری که تشکیل شده از یک لامپ قوی که در زیر آن یک ظرف آب و یا ظرف محتوی سم قرار دارد و با جذب آفاتی که در شب پرواز می‌کنند باعث از بین رفتن آنها می‌گردد و یا برچسب‌های زرد که به دلیل چسبناک بودن سبب کشته شدن آفت می‌گردند. کاربرد اشعه در عقیم نمودن آفات نر، استفاده از فرمولی که با رهاسازی بوی بدن حشره ماده سبب جذب حشره نر و از بین رفتن آنها می‌شود و...

گلخانه‌ها را می‌توان با فرمالین، متیل بروماید و یا بخار آب ضد عفونی نمود و بذرها را در محلول یک در هزار کلر و جیوه قرار داد. توانایی شما در بخش مقاوم نمودن گلخانه در مقابله با حشرات و سموم می‌تواند جزء یکی از خدمات کسب و کار شما قلمداد شود.

به طور کلی بخشی از خدمات قابل ارائه از جانب این کسب و کار را می‌توان به صورت زیر طبقه‌بندی نمود:

ردیف	فعالیت	توضیحات
۱	هرس کردن	باغچه‌ها
		گلدان‌ها
۲	فروش کود	ورمی کمپوست
		کود از ته
۳	فروش سموم	آفت‌کش‌ها
۴	تعویض گلدان	گلدان‌های کوچک تا گلدان‌های بزرگ
۵	تجهیز گلخانه‌ها	مشاوره تجهیز، مشاوره نصب تله‌های نوری و...
۶	درمان گیاهان	مشاوره درمانی - درمان

فرآیند ارائه خدمات

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، در دسترس بودن و قابل اجرا بودن پروژه را از نظر فنی 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 مشاوره و درمان گیاهان آپارتمانی یک کسب و کار خانگی محسوب می‌شود اهمیت این بخش تا حدی است که شما را با بازار محصول، مصرف‌کنندگان، پرورش دهندگان، فروشندگان، قیمت محصول، شیوه‌های تولید، روش‌های عرضه این خدمت و... نیز آشنا می‌کند.

مطالعه فنی: در این زمینه می‌بایست اطلاعاتی راجع به شیوه‌های ارائه خدمت خود جمع‌آوری کنید. شما که قصد فعالیت حوزه درمان گل‌ها و گیاهان 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، بیماری‌های مختلف گل‌ها و گیاهان، انواع سموم و کودهای مورد نیاز جهت درمان و یا تقویت گیاهان، شیوه‌های هرس کردن، تجهیز گلخانه‌ها و مواردی از این قبیل را بررسی و مطالعه کنید. گذراندن یک دوره کوتاه مدت به عنوان کارآموز در باغها یا گلخانه نیز می‌تواند به شما در کسب دانش فنی در این زمینه کمک نماید.

مطالعه مالی و اقتصادی: بعد از تحقیقات درمورد بازار و شیوه‌های

تولید محصول لازم است، میزان سرمایه‌ای که جهت راه اندازی کار لازم دارید را مشخص کنید. سرمایه مورد نیاز پس از تعیین ابزار و تجهیزات مورد نیاز جهت راه اندازی کسب و کار، برآورد می‌گردد. هر چند در کسب و کارهای خانگی به دلیل اینکه از فضای موجود منزل استفاده می‌شود و نیاز به تجهیزات زیادی هم ندارد، سرمایه‌گذاری زیادی نیاز ندارد. لازم است به منظور مدیریت همان سرمایه اندک نیز حساب شده عمل نمایید.

همچنین در مورد قیمت خدمات انتخاب شده، نیز تحقیقاتی به عمل

آورید تا بتوانید تا حدودی میزان سود و حاشیه سود خود را مشخص نمایید.

۲- انتخاب فضای مورد نیاز جهت ارائه خدمات

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

اما در فعالیت اقتصادی مشاوره و درمان گل‌ها و گیاهان و فروش کود و سموم، به فضای خیلی زیادی نیاز ندارید، بخشی از خدمات شما در محل گل‌ها و گیاهان بیمار است. می‌توانید با عمده فروشان سموم و کودها قراردادهایی منعقد نمایید تا کودها و سموم را مستقیم و با استفاده از پیک به محل مورد نظر مشتری ارسال نمایید. برای مشاوره و فروش به مشتریان محلی نیز می‌توانید مقداری از هر یک از این سموم و کودها را در منزل نگهداری نمایید برای این کار لازم است اتاقک و یا فضای کوچکی را به صورت طبقه‌بندی شده نیز داشته باشید. شما می‌توانید در کنار این خدمت و فعالیت اصلی نیز، گل‌ها و گیاهان آپارتمانی را نیز خود پرورش داده و به فروش برسانید. همچنین از آنجا که بخشی از فعالیت شما، تعویض گلدان می‌باشد نیز بهتر است، نمونه‌ای از گلدان‌ها در سبک‌ها و جنس‌های مختلف در اختیار داشته باشید تا در صورتی که مشتریان علاقمند بودند این محصولات را به آنها بفروشید. فضاهایی همچون گلخانه‌های کوچک خانگی، حیاط، بالکن، پاسیو، پارکینگ مجزا و یا اتاقی که فقط برای این کار در نظر گرفته شده باشد، نیز فضای مناسبی برای این کار هستند. عرصه اینترنت و

سایت یا وبلاگ شما، می‌تواند یکی از فضاهای کسب و کار شما باشد. شما حتی می‌توانید بخشی از خدمات خود را به صورت تلفنی به مشتریان خود ارائه دهید. اما از آنجا که برای معالجه و درمان اصولی گیاهان، نیاز به بررسی دقیق دارید، ممکن است استفاده از تلفن جهت ارائه خدمات خیلی جامع نباشد.

۳- تجهیز فضا و خرید لوازم مورد نیاز و مواد اولیه

لازم است بعد از در نظر گرفتن فضای ارائه خدمات خود، آن را متناسب با کسب و کار خود تجهیز کرده و وسایل لازم را برای فعالیت خود تهیه نمایید. بذر، خاک غنی شده و مواد تقویتی و ابزاری همچون بیلچه، و آبپاش، قیچی باغبانی، ذره‌بین، میکروسکوپ (هر چند خیلی اجباری نیست، اما به تشخیص بهتر شما بیشتر کمک می‌نماید) و... از جمله مواد و تجهیزاتی هستند که در آغاز راه‌اندازی این کسب و کار به آنها نیاز خواهید داشت.

نکته:

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

چنانچه در ابتدای راه‌اندازی کسب و کار خود توان مالی کافی جهت تهیه این ابزار و ادوات را ندارید و یا نمی‌خواهید برای این کار زیاد سرمایه‌گذاری کنید، می‌توانید این وسایل را به صورت دست دوم خریداری نمایید. حتماً تاکنون در بخش نیازمندی‌های برخی از روزنامه‌ها (مثلاً روزنامه همشهری)، بخشی را با عنوان فروش لوازم دست دوم باغبانی دیده‌اید، خرید از این افراد نیز یکی از روش‌هایی است که می‌تواند به شما در خرید تجهیزات اولیه کسب و کار با قیمت مناسب کمک کند.

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- راه‌اندازی سایت اینترنتی و یا تشکیل یک وبلاگ

در خدمات مشاوره و کلینیک درمان، دسترسی به خدمات شما می‌تواند از طریق وب سایت و یا ارائه خدمات در محل باشد. بنابراین شما سایتی نیاز دارید که فعالیت شما را در اینترنت معرفی کند و افراد با بازدید از سایت شما، بتوانند خدمات مورد نظرشان را دریافت نمایند.

چنانچه مهارت لازم در این زمینه را داشته باشید، می‌توانید خودتان

شخصاً سایت را طراحی نمایید، چرا که طراحی سایت هزینه‌های زیادی را

برای شما به دنبال خواهد داشت و از آنجا که ارائه بخش عمده خدمات شما به صورت حضوری است، لذا راه اندازی یک وبلاگ نیز در آغاز به کار یک کسب و کار کافی است.

نکته:

ایجاد و راه‌اندازی سایت وبلاگ اینترنتی، علاوه بر تبلیغات خدمات 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 نتیجه منبعی جهت کسب درآمد برای شما خواهد شد.

۲- خرید کودها و سموم و مذاکره و عقد قرارداد با عمده‌فروشان این محصولات از آنجا که بخشی از خدمات شما، فروش کودها و سموم دفع آفات گل‌ها و گیاهان است، برای این کار لازم نیست حتماً مقدار زیادی از این مواد را از پیش خریداری کرده و متحمل هزینه‌های نگهداری کالا شوید. ضمن اینکه با خرید مواد، قبل از درخواست مشتریان، مقدار زیادی از فضای کسب و کار شما، بیهوده از بین خواهد رفت. برای اینکار لازم است با عمده‌فروشان و مراکزی که این مواد را می‌فروشند مذاکره نموده و کالاهای مورد نیاز مشتریان را مستقیماً از مرکز تهیه و برای مشتریان خود ارسال نمایید.

تبلیغات و فروش خدمات

شما می‌بایست برای کسب و کار خود، تبلیغات کنید. تبلیغات یکی از عناصر اصلی بازاریابی محسوب می‌شود و در بخش بازاریابی به تفصیل برخی از روش‌های تبلیغات معرفی شده‌اند.

ج: پس از راه‌اندازی کسب و کار و فروش محصولات / خدمات

پس از ارائه خدمات، 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. نظرسنجی 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 یا خدمت: تک محصولی با تک خدمتی

بودن هر چند ممکن است موجب شهرت و افزایش توانمندی کسب و کار در یک محصول یا خدمت شود، اما توسعه و افزایش انواع محصولات یا خدمات،

درآمد بیشتری نیز برای شما فراهم می‌نماید. در فعالیتهایی که با سلیقه و زیبایی در ارتباط است، ارائه محصولات متنوع می‌تواند حس تنوع‌طلبی مشتریان را برانگیخته و آنها را تشویق به مصرف نماید.

در کنار محصولات یا خدمات اصلی خود می‌بایست همواره به دنبال افزایش محصولات و یا خدماتی باشید که می‌توانید در کنار محصول خود ارائه دهید، به عنوان مثال تولید انواع گل‌ها و گیاهان آپارتمانی، مشاوره در راه اندازی یک گلخانه علاوه بر مشاوره در خصوص راه‌های جلوگیری از ورود آفات به آنها و مشاوره به شهرداری‌ها و یا مراکز بزرگ در خصوص فضاهای سبز و محوطه‌سازی و

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

امکانات و تجهیزات مورد نیاز

برای راه‌اندازی این کسب و کار بسته به نوع خدمات خود به وسایل مختلف نیاز دارید، برای راه‌اندازی این کار شما به کلیه وسایلی که برای تولید و پرورش گیاهان ضروری است نیاز خواهید داشت، ضمن این که چنانچه در قسمت‌های پیشین نیز گفته شد، برای تشخیص بیماری‌ها و ارائه مشاوره

اصولی به وسایل آزمایشگاهی نیز احتیاج دارید. برخی از این وسایل آزمایشگاهی به عنوان نمونه شامل، کیت‌های آزمایش، ذره‌بین و میکروسکوپ می‌باشد.



بیبل: مخصوص شخم و گودبرداری

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

وجین و نرم کردن خاک و دادن خاک روی بوته‌ها

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

کیسه‌های پلاستیکی: جهت کاشت و نگهداری موقت گیاهان

کیت‌های آزمایشگاهی: جهت نمونه‌برداری از گیاهان به منظور بررسی آنها

در زیر ذره بین‌ها و میکروسکوپ‌ها

ذره‌بین: به منظور تشخیص عوامل بیماری‌زا

میکروسکوپ: وسیله‌ای آزمایشگاهی جهت تشخیص عوامل بیماری‌زا

در ادامه لوازم ضروری و اولیه که برای راه‌اندازی این کسب و کار لازم

است را به همراه با قیمت تقریبی آنها در جدولی نشان می‌دهیم.

۱. ابتدایی‌ترین وسایل جهت شناسایی بیمارهای گل‌ها و گیاهان موارد زیر

می‌باشد:

ردیف	تجهیزات	تعداد	مبلغ (ریال)
۱	بیلچه	۱	۱۰۰۰۰۰
۲	شن کش	۱	۱۵۰۰۰۰
۳	قیچی باغبانی	۱	۷۰۰۰۰
۴	کیت‌های آزمایشگاهی	۵	۲۰۰۰۰۰
۵	ذره بین	۱	۴۰۰۰۰۰
۶	میکروسکوپ	۱	۲۰۰۰۰۰۰
	مجموع	-	۲۹۲۰۰۰۰

۲- لوازم و تجهیزات اداری

از آنجا که عمده فعالیت‌های این کسب و کار به شیوه ارائه مشاوره می‌باشد، لذا 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. حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۱۲ متری می‌باشد.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۶۰۰۰۰۰۰
۲	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۶	اسکندر	۱۵۰۰۰۰۰
۷	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۱۶،۵۰۰،۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کلینیک مشاوره و درمان گل‌ها و گیاهان آپارتمانی، 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. برای راه‌اندازی این کسب و کار، در صورت نداشتن دانش و تجربه لازم، حتماً در دوره‌های آموزشی مرتبط شرکت نموده و مهارت‌های لازم را کسب نمایید.

راه‌اندازی کلینیک گل‌ها و گیاهان و فروش کودها و سموم برای تقویت و درمان گل‌ها و گیاهان، اگرچه در ابتدا ساده به نظر می‌رسد، اما فعالیتی است که به صبر و حوصله و دانش بسیاری نیاز دارد. چرا که در صورت عدم تشخیص درست مسائل و مشکلات گل‌ها و گیاهان، موجب تجویز شیوه درمان و سم نامناسب خواهد شد، که این امر موجب از بین بردن گیاه و در نتیجه نارضایتی مشتریان شما خواهد شد. بنابراین به منظور ارائه راه حل و شیوه‌های درمانی مناسب لازم است همواره در پی مطالعات و بررسی‌های مداوم باشید.

شبکه همکاران

این کسب و کار نیازمند شبکه‌ای از همکاران می‌باشد. شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که به طور مستقل فعالیت می‌کنند ولی برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا

مشاغل براساس توافق فی‌مابین، فعالیت‌هایی را در ارتباط با خدمات مربوطه انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در اداره یک کسب و کار این است که شما تنها زمانی دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد. در ابتدای کار که هنوز معلوم نیست حجم کار چه میزان باشد و یا احتمالاً کم است، لذا کمترین هزینه را برای یک کارآفرین دارد. مزیت دیگر این نحوه همکاری این است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت‌ها نیاز ندارید و چون تنها فرد تمام وقت در کسب و کارتان خودتان هستید می‌توانید این کسب و کار را از منزل خودتان اداره کنید.

سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. در صورتی که در ابتدا بخواهید با استفاده از وسایل و فضای موجود استفاده کنید حتماً می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی تأمین کنید. ضمن اینکه بعضی از ابزار معرفی شده معمولاً در اکثر منازل موجود می‌باشد.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۹۴۲۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۹۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۰۴،۴۲۰،۰۰۰+	مجموع	

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.Issi.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 مجموعه 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.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		ICDL	مهارت‌های عمومی
*			آشنایی با چگونگی رشد و پرورش گیاهان آپارتمانی و زینتی	مهارت‌های تخصصی
*			آشنایی با آفات و بیماری‌های گیاهی	
	*		مدیریت امور خدماتی	مهارت‌های ویژه
	*		بازاریابی	
سخت‌کوش و بردبار، معاشرتی و خوش برخورد، دارای خلاقیت و نوآوری				ویژگی‌های فردی
اگرچه دانش‌آموختگان رشته‌های گیاهپزشکی و کشاورزی شرایط بهتری دارند ولی داشتن تحصیلات خاصی الزامی نیست و افرادی با گذراندن دوره‌های آموزشی آزاد و کسب مهارت‌های فوق می‌توانند در این کسب و کار موفق باشند.				تحصیلات

وضعیت بازار خدمات

چنانچه می‌دانید گل و تقاضای گل در ایران بازار گسترده‌ای دارد. امروزه شکل آپارتمان‌نشینی، امکان استفاده از فضای سبز را برای افراد محدود کرده،

از سوی دیگر آلودگی هوا در بسیاری از شهرهای بزرگ، نیاز به استفاده 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 مصرف‌کنندگان 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.

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 داشت. هر چند این پیش فرض وجود دارد که معمولاً افرادی که به کار پرورش گل‌ها و گیاهان علاقمند هستند، حتماً به روش‌های درمانی و انواع سموم و کودهای مورد نیاز آنها نیز آگاهی دارند. اما به جز گلخانه‌های بزرگ و گل فروش‌هایی که به صورت حرفه‌ای به کار پرورش گل مشغولند، افراد علاقمند به نگهداری گل‌ها و گیاهان در آپارتمان خود، هنوز برخی از موارد جزئی در زمینه نگهداری و یا درمان گل‌ها را نمی‌دانند، لذا بخش بزرگی از تلاش شما می‌بایست بر روی جذب این بازار متمرکز شود.

بررسی اینکه بازار این محصول شامل چه گروه‌هایی است؟ آیا خدمات

شما برای گلخانه‌داران بزرگ است، یا برای افرادی که دارای گلخانه‌های

کوچک خانگی هستند؟ آیا گل فروشان نیز از خدمات شما استفاده می‌کنند؟ آیا می‌توانید خدمات خود را از طریق غیر از آنچه دیگران می‌فروشند، بفروشید یا خیر؟ آیا فقط خدمات خود را در یک محل ارائه می‌دهید؟ قرار است در منزل این خدمات را ارائه دهید یا به صورت بالینی و در محل محصول؟

برای این کار پیشنهاد می‌شود گل فروش های منطقه خود را شناسایی کنید و سپس تحقیقاتی از آنها به عمل آوردید. چنانچه آن گروه حاضر به همکاری با شما نشدند و شما همچنان به ادامه کار علاقه داشتید؛ می‌توانید با تبلیغ در اینترنت و راه‌اندازی یک سایت و یا وبلاگ اینترنتی به دنبال یافتن مشتری و ارائه خدمات خود به آنها 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 برسید در ادامه می‌آید.

- ۱- آیا در منزل خود از گل‌ها و گیاهان زینتی استفاده می‌کنید؟
- ۲- تا چه اندازه با گل‌ها و گیاهان آشنایی دارید؟
- ۳- تا چه حد به نگهداری گیاهان آشنا هستید؟
- ۴- از سموم و کودهای مورد نیاز گیاهان کدام سموم را می‌شناسید؟
- ۵- آیا گل‌ها و گیاهانی که تاکنون نگهداری می‌کرده‌اید، دچار مشکلی شده‌اند؟ برای رفع مشکل آنها چه اقداماتی انجام داده‌اید؟
- ۶- آیا با سایت‌ها و وبلاگ‌هایی که در خصوص پرورش و نگهداری گل‌ها هستند، آشنایی دارید؟
- ۷- آیا تا کنون به کلینیک‌های گیاه‌پزشکی مراجعه کرده‌اید؟
- ۸- چیزی که در مورد گل‌ها دوست ندارید را بگویید؟
- ۹- چقدر حاضرید برای گل‌ها و گیاهان هزینه کنید؟

این سوالات و مشابه این سوالات، به شما در شناسایی مشتریان، شناسایی بازار هدف و گروه‌های مختلف در این بازار، روش‌های بازاریابی، روش‌های عرضه خدمات خود به مشتریان، قیمت خدمات و... کمک می‌نمایند.

شما می‌توانید این سوالات را در نمایشگاه‌ها، در همسایگی خود، مجتمع‌ها 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.

شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

در حقیقت بازاریابی، امر حساب شده و فکورانه‌ای است و نتیجه آن طرح‌ها و اقداماتی است که مردم را وادار کند تا محصول یا خدمات شما را به مقدار بیشتر و در دفعات بیشتری بخرند و یا استفاده کنند، به نحوی که منجر به کسب درآمد بیشتر شما گردد. برای موفقیت در ارائه خدمت یا 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 و یا یک خدمت تبدیل نمایید. مطالعات اولیه که به تحقیقات بازار، معروف است در مورد کسب و کارهای کوچک خیلی مفصل نخواهد بود و شما با اجرای این بررسی‌ها فقط باید از میزان تقاضا و بازار محصول یا خدمت 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 بر شیوه‌های درمانی خاص، کودها و آفات مشخص و یا روش‌های متفاوتی از ارائه خدمات متمرکز شوید.

به طور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت بازار (بازارشناسی)

درباره شناخت بازار در بخش بررسی وضعیت بازار توضیح داده شد که به چه نحوی عمل شود.

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 هستند و برخی شرکتی هستند در نتیجه نحوه خرید آنها متفاوت است.

تقسیم‌بندی بازار عبارت است از فرآیند 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، 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 و گرنه نمی‌توانید رضایت مشتریان خود را فراهم کنید در نتیجه مشتری‌های ناراضی مانند سمی 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 بدنال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا بدنال این هستید که

رتبه دوم را داشته باشید 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:

الف) 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. شما 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 نظر سنجی‌های خود متوجه شدید که بسیاری از افراد، در دریافت خدمات درمانی و یا خرید محصولات شما، 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 دریافت کنند دیگر به شما مراجعه نخواهند کرد.

ب) استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی، می‌بایست به خدمات یا محصولات خود ابعاد دیگری اضافه کنید تا از محصولات و خدمات مشابه متمایز گردد و باعث شود تا محصول یا خدمت شما منحصر به فرد شود. معمولاً در این استراتژی قیمت محصول یا خدمت بیشتر از قیمت رقبا خواهد بود و محصول یا خدمت کاملاً متمایز می‌باشد. به عنوان مثال در کنار فروش محصولات خود خدماتی از قبیل ارائه توضیحاتی در زمینه نحوه نگهداری گل و گیاه خریداری شده و... 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.

ج) استراتژی تمرکز: این استراتژی به تمرکز بر بازاری مشخص و محدود اشاره دارد.

۵- 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 از:

✓ محصول (کالا یا خدمات) (Product)

✓ قیمت (Price)

✓ پیشبرد فروش (Promotion)

✓ توزیع (Place)

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

محصول (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 و خدمات شما چنانچه در بخش‌های گذشته نیز مشخص شد، عبارتند از:

- شناسایی و تشخیص عوامل بیماری‌زا در گل‌ها و گیاهان زینتی

- پیشنهاد درمان گل‌های و گیاهان زینتی

- فروش خاک، کود و داروهای تقویتی مورد نیاز گیاهان

- تعویض گلدان‌ها

- هرس نمودن گل‌ها و گیاهان زینتی

- تجهیز گلخانه‌ها

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.

روش‌های قیمت‌گذاری بر کالا متنوع است، اما قیمت‌گذاری خدمات تا حدودی متفاوت است. در بررسی بازار شما، باید دریابید که رقیبان شما در این کسب و کار چه استراتژی در قیمت‌گذاری استفاده کرده‌اند.

در تعیین قیمت براساس رقبا یکی از روش‌ها آن است که کمی کمتر از قیمت رقبا ارائه کنید. چون شما برای عرضه محصولات یا خدمات، 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 کارآفرین 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 رقبا امکان‌پذیر نخواهد بود. گاهی اوقات ممکن است شما، مجبور شوید با رقیب دیگری که از شما بزرگ‌تر است، (مثلاً کلینیک‌های گیاه‌پزشکی)، برای فروش محصولات یا خدماتتان مذاکره و سپس همکاری نمایید، در آن

صورت مجبورید که به وی محصولات یا خدماتتان 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 رقبا ارائه کنید. هر چند در ابتدای ورود شما به بازار این نوع قیمت‌گذاری توصیه نمی‌شود.

ترویج (promotion)

منظور از ترویج، نحوه ارائه اطلاعات به مشتری، ترغیب وی به خرید و یا تشویق خرید مجدد از محصول یا خدمات شما می‌باشد. این فعالیت‌ها فقط برای آن نیست تا شما محصولات یا خدمات خود را بفروشید، بلکه در صورتی که قصد توسعه و تنوع محصولات یا خدمات خود را داشته باشید، نیز 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، وسیله تبلیغاتی مناسب معرفی و فروش محصول شما می‌باشد، آگهی‌های محلی و شبکه‌های اطلاع‌رسانی الکترونیکی می‌باشد. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار گران است و برای کسب و کارهای کوچک مقدور 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. در انتخاب روش تبلیغات می‌توان از طریق پرسشنامه، نظرسنجی و مطالعه بازار به نتایجی دست یافت. به عنوان نمونه می‌توان این سوالات را به آنها نیز اضافه نمود:

- آیا تا کنون برای رفع مشکلات گیاهان خود به اینترنت مراجعه کرده‌اید؟

- از چه منابعی جهت رفع مشکلات گیاهانتان استفاده می‌کنید؟ (کتاب‌ها، مجلات، اینترنت و...)
- مقالات یا بروشورهایی که در خصوص گل‌ها و گیاهان است را تا کنون مطالعه نموده‌اید؟ و...

از جمله روش‌های دیگری که می‌تواند به شما در تبلیغات خدماتتان کمک کند می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی که حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی درباره معرفی گل‌ها و گیاهان، روش‌های نگهداری آنها، بیماری‌های گیاهان و روش‌های درمان آنها می‌باشد را منتشر کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناس قابل اعتماد بپذیرند و چنانچه بخواهند خریدی انجام دهند ابتدا به شما مراجعه کنند.

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان خود یا موسسه تان

شما می‌توانید در حوزه گل‌ها و گیاهان و روش‌های درمان آنها، مقالات و مطالبی را تهیه کرده و در سایتها و یا مجلات مختلف کشاورزی و یا مجلات مرتبط چاپ نمایید. این باعث می‌شود شما بین مخاطبان شناخته

شوید و به یاد داشته باشید افراد برای خرید یک محصول یا خدمت سراغ کسانی می‌روند که می‌شناسند.

۲. پیشبرد فروش

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

برگزاری مسابقات، سرگرمی‌ها، قرعه‌کشی، جوایز و هدایا، نمونه رایگان، ارائه کوپن‌های تخفیف، ارائه یک کالا همراه یا یک کالای دیگر به عنوان هدیه، نمایشگاه، برنامه‌های تفریحی، سررسید و تقویم و دیگر موارد تبلیغاتی. انتخاب این موارد نیز به محصول یا خدمت شما بستگی دارد. شما می‌توانید از روش جوایز، نمونه رایگان، موارد تبلیغاتی و برگزاری مراسم آشنایی استفاده کنید.

از روش‌های دیگری که می‌تواند در فروش شما موثر باشد، مشاوره رایگان در برخی از روزها همچون روز طبیعت و یا مناسبت‌های دیگر است.

۳. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه یا تراکت مناسبی را تهیه نموده و برای آدرس‌هایی که تمایل به دریافت این نوع تبلیغات هستند ارسال (یا ایمیل) نمایید 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. شرکت در نمایشگاه‌های گل و گیاهان و برقراری ارتباط با افراد علاقمند و شناسایی آنها، یکی از روش‌هایی است که می‌تواند به معرفی شما به عنوان یک مشاور پرورش و درمان گل‌ها و گیاهان موثر واقع شود.

توزیع یا دسترسی (place)

منظور از توزیع، رساندن کالا و محصول به دست مشتریان می‌باشد، در بعضی بازارها، در بعضی بازارها، توزیع به صورت مستقیم صورت می‌گیرد، یعنی واسطه‌ای وجود ندارد و تولیدکننده کالای خود را به مشتری نهایی می‌فروشد. خدمات مشاوره اغلب در مکان قرار گرفتن گل‌ها و گیاهان و یا به صورت بالینی انجام می‌گیرد. برخی از بخش‌های مختلف این خدمات، همچون فروش سموم و کودها نیز می‌تواند با توافق عمده فروشان به صورت غیر حضوری انجام پذیرد و یا از طریق فضای در نظر گرفته شده برای این کار صورت پذیرد.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

از آنجا که برای راه‌اندازی این کسب و کار به سرمایه خاصی نیاز ندارید، لذا ریسک از دست دادن سرمایه را نخواهید داشت.

از عمده ریسک‌های این کسب و کار می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- عدم جذب مشتری به تعداد کافی
- ضعف در جلب اعتماد مشتریان
- تمایل مشتریان به رفع مشکلات گیاهان خود به شیوه گذشته مثل مراجعه به گل فروشان منطقه

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- برای راه‌اندازی این کسب و کار بهتر است، در رشته کشاورزی و یا گیاه پزشکی در دانشگاه ادامه تحصیل داده باشید، چرا که راه‌اندازی این حرفه تا حدود زیادی بستگی به دانش و مهارت شما در این زمینه دارد.
- چنانچه تحصیلات دانشگاهی در این رشته را ندارید، توصیه می‌شود قبل از راه‌اندازی این کسب و کار، حتماً مهارت و دانش لازم را در خصوص تکثیر، نگهداری و حفظ گل‌ها و گیاهان 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 متعدد آموزشی که در این رابطه برگزار می‌شود شرکت نمایید.

- در طول فعالیت خود، 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 یا خدمات خود را توسعه دهید.
- یکی از مهمترین مسائلی که در راه‌اندازی این کسب و کار با آن مواجه هستید، مساله معرفی این خدمات به افراد مختلف، علی‌الخصوص به جامعه مشتریان بالقوه‌تان است.
- دستورالعمل و روش نگهداری گیاهان را به مشتریان آموزش دهید، به همین منظور این کار را به صورت شفاهی و یا با چاپ برگ یک صفحه‌ای، موارد ضروری در نگهداری گیاهان را متذکر شوید.
- به روش‌های حفظ و نگهداری مشتری تسلط پیدا کنید، تا بتوانید مشتریان وفاداری داشته باشید، افزایش خدمات پس از فروش محصول یکی از راه‌های است که می‌تواند به شما در این کار کمک کند. همچنین ارائه خدمات جانبی و یا مشاوره نگهداری، خوش‌رویی 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.
- می‌توانید با دیگر مشاغل در این حوزه (فروشنندگان گل‌ها و گیاهان، گلخانه‌داران و یا فروشنندگان تجهیزات کشاورزی و باغبانی)، یک شبکه تشکیل داده و بدان وسیله راحت‌تر با مشتریان بالقوه و بالفعل خود در تماس باشید.

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 بشناسانید. 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 نگهداری، مشاوره و درمان گل‌ها و گیاهان و فروش سموم و کودهای مورد نیاز آنها، انتخاب نامی همچون «پوشینه»، «اندیشه ساز»، «شهاب سیر» 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 و خدمات شما را به ذهن مشتریان 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.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

🚩 وزارت جهاد کشاورزی

🚩 موسسه تحقیقات آفات و بیماری‌های گیاهی

🚩 کلینیک‌های گیاه پزشکی

✚ سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کشور

✚ سازمان محیط زیست

✚ بانک‌ها و موسسات مالی و 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 و ابزار باغبانی:** فروشنندگان لوازم ابزار باغبانی، به

دلیل ارتباط با بخشی از علاقمندان و فعالین در حوزه گل و گیاه، می‌توانند

زمینه را برای شناسایی و معرفی مشتریان به شما فراهم نمایند.

✚ **عمده‌فروشان و فروشنندگان سموم و کودهای گیاهی:** از آنجا که

بخشی از حوزه فعالیت شما، فروش سموم و کودهای گیاهی است،

می‌بایست با این گروه از مشاغل نیز در ارتباط باشید.

✚ **سازندگان و فروشنندگان تجهیزات سرمایه‌ای همچون گلخانه و**

لوازم مورد نیاز آن: این افراد به دلیل شغل خود با بسیاری از مشتریان

بالقوه شما ارتباط دارند و شما از طریق این افراد می‌توانید با آنها آشنا

شده و خدمات خود را برای آنها معرفی نمایید.

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- تکثیر و پرورش و نگهداری گل های آپارتمانی، نوشته محمدرضا فعلی و سعید صاحب فصولی، مرکز نشر سپهر، سال ۱۳۸۹.
- پرورش گل ها و گیاهان زینتی در باغ، خانه و آپارتمان (پژوهشی در زندگی گیاهان)، مولفان: پری ناز مرعشی، حسن نوبریان
- نشریه آفات و بیماری‌های گیاهی (از وزارت جهاد کشاورزی)
- اصول کنترل آفات و بیماری‌های گیاهی (دانشکده علوم کشاورزی)، مولفان: محمد خانجانی، محمدجواد سلیمانی پری، جعفر خلقانی، علی نقی میرمویدی (ویراستار)، نشر: دانشگاه پیام نور (۲۴ اسفند، ۱۳۸۸)
- سخنی نو درباره‌ی پرورش، نگهداری و تکثیر گیاهان آپارتمانی، مولف: حسن بنی‌هاشم، ناشر: شقایق روستا