

## بررسی عوامل تولید و عرضه محصولات کشاورزی ارگانیک در ایران

سید جلال‌الدین بصام<sup>۱</sup>، رحیم میرزایی ملاحمد<sup>۲</sup>، مرتضی ملک‌یارند<sup>۳</sup> و محمد برزعلی<sup>۴\*</sup>

- ۱- دفتر آموزش کارکنان، مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، ایران
- ۲- گروه تخصصی منابع طبیعی، مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، ایران
- ۳- دفتر آموزش کارکنان، مؤسسه آموزش و ترویج کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، ایران
- ۴- استادیار مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان گلستان، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، گرگان، ایران (barzali@hotmail.com)

### چکیده

امروزه مصرف محصولات کشاورزی ارگانیک در کشور می‌تواند به‌عنوان یک پدیده اجتماعی و فرهنگی نگرینسته شود که بر توسعه کشت و پرورش و بازار این محصولات اثر به‌سزایی می‌گذارد. در این تحقیق موانع تولید و مصرف محصولات کشاورزی ارگانیک با استفاده از تحلیل نگرش مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در نقاط مختلف کشور مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که مشکلات نظام کشاورزی ارگانیک، در دو بُعد عرضه و تقاضای محصول قابل ارزیابی است. در بُعد عرضه می‌توان به مشکلات موجود در مراحل مختلف تولید، حمل و بازار توزیع و در بُعد تقاضا به فرهنگ، نیاز و انگیزش مصرف‌کنندگان اشاره نمود. از مهم‌ترین دلایل مصرف‌کنندگان به خرید محصولات ارگانیک، توجه به سلامت عمومی با دریافت حداکثر مواد مغذی ضروری و حداقل دریافت افزودنی‌های مصنوعی، خطرات احتمالی ناشی از مصرف موادی که مورد دست‌کاری ژنتیکی واقع شده‌اند، باقی‌مانده سموم شیمیایی و همچنین مسائل اخلاقی و توجه به محیط‌زیست بوده است و از جمله چالش‌های تولیدکنندگان محصولات ارگانیک در کشور می‌توان به عدم جذب سرمایه‌گذاری در محصولات جدید، تنوع کم و قیمت بالای محصول، فسادپذیری محصولات کشاورزی در مسیر عرضه، کمبود کود آلی، عدم شناخت غالب واسطه‌ها از کالاهای ارگانیک، ضعف نام‌های تجاری محصول، محدودیت‌ها در باب حفظ و نگهداری مشتریان و افزایش محصولات غیر ارگانیک و مشابه ارگانیک، ضعف ارتباط تولیدکنندگان با بازاربایان و عدم اجرای مناسب استراتژی‌های بازاربایی در این محصولات نام برد. **واژه‌های کلیدی:** بازاربایی سبز، محصول سالم، موانع تولید، راهبردهای توسعه‌ای