



# مبانی طراحی و تدوین نشریات ترویجی

■ مهندس محمدرضا عباسی

## ■ چکیده

فرآیند آموزشهای ترویجی نسبت به آموزشهای رسمی، بسیار پیچیدهتر است. در این آموزشها روستاییان و مروجین، در هر مکان و به هر شیوه‌ای در تعامل هستند، تا نیازهای آموزشی را از طریق آموزش و یادگیری از سر راه خود بردارند.

شیوه‌ها و امکانات آموزشی بسیار متعدد در دسترس ترویج و نیز مروجین روستایی قرار دارد. آموزشهای فردی، گروهی و انبوهی به وسیلهٔ تخته و گچ، نمایش فیلم، بازدید علمی، نشریه، پوستر، برنامه‌های رادیویی - تلویزیونی و ... هر یک موقعیت و شرایط ویژه‌ای را طلب می‌کنند و با توجه به اهداف و امکانات آموزشی، کاربری خاص خود را دارند.

بر این اساس، رسانه‌های آموزشی بر پایه خصلتهای آموزشی در آموزشهای ترویجی موارد استفاده متعددی دارند. یکی از این رسانه‌ها، نشریات ترویجی است. بدیهی است نشریات ترویجی زمانی مفید و مؤثر خواهند بود که محتوای آموزشی، روش نگارش، اصول طراحی آنها بر اساس نیازها و ویژگیهای فردی مخاطبین خود تهیه شده باشد.

خانواده‌های روستایی است. ترویج، خدمات خود را بیشتر بر مسائل خاص جامعهٔ روستایی بنا می‌نهد و تلاش می‌کند، این مسائل و مشکلات را به روشهای علمی و عملی برای مردم حل کند و آن را تا مرحله‌ای که روستاییان مخاطب، دقیقاً و بدون احتیاج و کمک دیگران به استقلال عمل برسند. پیگیری کند و ادامه دهد.

ترویج روستایی، برای خدمات خویش، روشها و رسانه‌های آموزشی متعددی را در اختیار دارد. روشهای آموزشی ترویج، در سه حیطهٔ فردی، گروهی و انبوهی، اشتها یافته‌اند که می‌توان برای هر روش، از رسانه‌های آموزشی متنوعی برای تسهیل و تسریع یادگیری بهره‌گیری نمود.<sup>(۱)</sup>

در جنبه‌های آموزشی انبوهی، ترویج تمایل دارد، از رسانه‌های فراگیر استفاده کند، تا قادر شود، جمعیت بیشتری از جامعه روستایی را به نحوی مؤثر زیر پوشش آموزشهای خود ببرد. در این باره، می‌توان از رادیو، تلویزیون، جشنواره و به ویژه «نشریات ترویجی» نام برد.

مقالهٔ حاضر، بر آن است، نکاتی پیرامون اصول و مبانی در طراحی، تدوین و ارزشیابی نشریات ترویجی را که رعایت آنها ضروری است، مورد بررسی قرار دهد.

## ■ نشریات ترویجی

نشریات ترویجی، رسانه‌هایی آموزشی هستند که جدیدترین، مفیدترین و کاربردی‌ترین اطلاعات و دانش مورد نظر نظام ترویج روستایی را، در اختیار آن گروه از مردم روستایی که از سواد خواندن بهره‌مند هستند، قرار دهد. این گروه، با مدد گرفتن از این «ارتباط نوشتاری»، تشویق و ترغیب می‌شوند، در فعالیتهای شغلی خود آن دانش و اطلاعات را به کار گیرند.<sup>(۲)</sup> در این راستا، ترویج تلاش می‌کند با انتشار نشریات ترویجی، بینش و نگرش روستاییان را برای پذیرش نوآوری و تغییر رفتار متقاعد سازد.

نشریات ترویجی، رسانه‌هایی برنامه‌ریزی شده هستند. یعنی، مراحل طراحی، تدوین و تولید آنها، بر پایه نیازهای شناسایی شده مخاطبین استوار می‌گردند و طی یک فرایند برنامه‌ریزی شده، به اجرا گذاشته می‌شوند.

از سوی دیگر، نشریات ترویجی رسانه‌های

اصولاً نشریات ترویجی رسانه‌هایی آموزشی هستند که جدیدترین، مفیدترین و کاربردی‌ترین اطلاعات و دانش مورد نظر نظام ترویج روستایی را در اختیار جمعیت خاصی از مردم روستایی که سواد خواندن دارند قرار می‌دهد تا آنها با مدد گرفتن از ارتباط نوشتاری، تشویق و ترغیب شوند، در فعالیتهای شغلی، آن دانش و اطلاعات را به کار گیرند.

امتیاز بزرگ نشریات ترویجی آن است که در واقع، نوعی «خودآموز» هستند و دیگر نیازی به آموزشگر، سخت‌افزارهای نمایشی و سایر عوامل فنی، مادی و انسانی ندارند. روستاییان با استفاده از این نشریات، خود معلم خویش خواهند بود.

مبانی طراحی و تدوین نشریات ترویجی عبارتند از: تعیین ساختار آموزشی، گردآوری و تنظیم مطالب، طراحی تولید، ارزشیابی و تولید انبوه که این مقوله به تفصیل هر یک را مورد بحث قرار می‌دهد.

## ■ مقدمه

یکی از هدفهای عمده و اساسی ترویج، کمک به نشر دانش و اطلاعات مفید، جدید و کاربردی در قلمرو علوم کشاورزی و اقتصاد

آموزشی «خودآموز» قلمداد می‌گردند. از این جنبه، نشریات ترویجی دارای یک امتیاز بزرگ هستند. زیرا در مقایسه با سایر رسانه‌های آموزشی، این نشریات، بدون نیاز به عوامل دیگر انسانی و مادی (اعم از آموزشگر، سخت‌افزار، شرایط و امکانات) می‌توانند، در هر مکان و موقعیت دلخواه بارها و بارها مورد استفاده روستاییان قرار گیرند.

اگر نشریات ترویجی به شیوه‌ای مناسب و منطقی تهیه شوند، دارای مزایای فراوانی در پیشبرد اهداف و سیاستهای نظام ترویج و نیز جاری شدن آموزشهای ترویجی خواهند بود. برخی از این مزایا، عبارتند از:

- نشریات ترویجی موجب می‌شوند، امکان و زمینه مناسبی برای جمعیت انبوهی از مردم روستایی فراهم شود.

- انتشار این نشریات، مشکلات و موانع آموزشی حضوری و لاجرم کمبود نیروی انسانی ترویج را مرتفع می‌کند.

- نشریات ترویجی، سبب ارتقای بهره‌وری و صرفه‌جویی در نیروی انسانی متخصص می‌شوند. زیرا به وسیله یک گروه متخصص تهیه‌کننده نشریه، می‌توان تعداد بی‌شماری یادگیرنده را زیر پوشش آموزشهای ترویجی برد.

- انتشار و ارسال نشریات ترویجی تا اقصی نقاط کشور، موجب می‌شود جدیدترین و سودمندترین اطلاعات به دست مردم ساکن روستاهای دور افتاده برسد و با دقت و حوصله کافی از محتوای آنها در جریان فعالیتهای شغلی و زندگی خویش استفاده کنند.

- آموزش مؤثر، آموزشی است که «تداوم» داشته باشد. برای تداوم آموزش می‌باید یک منبع یا عامل آموزشی به طور مداوم در دسترس یادگیرنده باشد، تا وی قادر شود، در هر زمان و موقعیت به آن مراجعه نموده و مشکلات آموزشی خود را مرتفع سازد. از این رو، نشریات ترویجی، در واقع، یک منبع آموزشی محسوب می‌شوند، که برای تداوم یادگیری، نقش بسیار مطلوب و پویایی ایفا می‌کنند.

## ■ خصلت ممتاز «خودآموزی» نشریات ترویجی (۳)

اصولاً بیشتر رسانه‌های آموزشی، مانند: رادیو، تلویزیون، فیلم، نوار صوتی، نشریه، کتاب

## ● نقش آموزشگر، برای تدریس مطالب نشریات ترویجی نامرئی است. بنابراین، زیاد هم بی‌راهه نخواهد بود، که بگویم نشریات ترویجی، یک آموزشگر یا مروج چاپی هستند، به همین دلیل است که به آنها نشریات خودآموز گفته می‌شود.

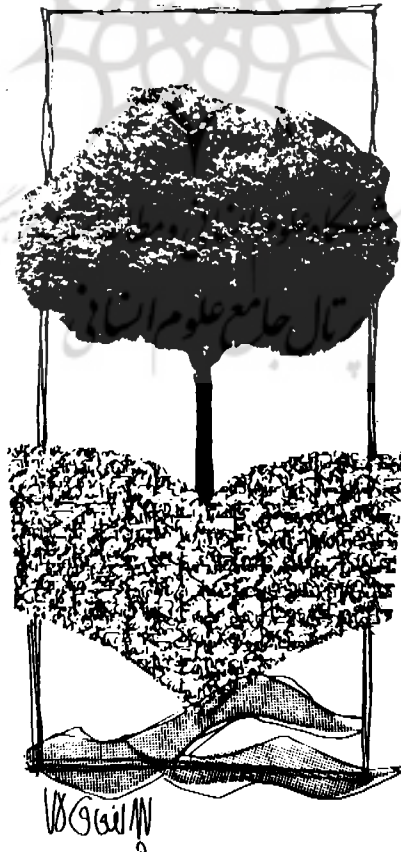
و ... قادر هستند، برای مخاطبین خود دارای خصلت خودآموزی باشند.

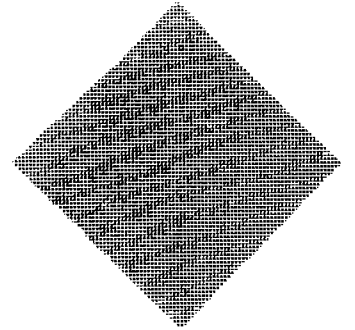
به طور کلی، رسانه‌های آموزشی «خودآموز»، رسانه‌هایی هستند که یادگیرنده را یاری می‌کنند، بدون استمداد از فرد یا منبع کمکی دیگری، پیامهای آموزشی نهفته در آن رسانه را بیاموزد و نیز فعالیتهای یادگیری، مشکلات، تجارب و آموخته‌های خویش را ارزشیابی کند. (خودارزشیابی)

بر این اساس، یادگیرنده بعد از هر بار استفاده از رسانه آموزشی قادر خواهد بود، برای خود مشخص سازد، تا چه میزان به هدفهای آموزشی آن رسانه نایل شده است و نیازهای آموزش - جدید - خود را تشخیص دهد. (خود - تشخیصی) در این راستا، نشریات ترویجی نیز، نوعی خودآموز محسوب می‌شوند. زیرا، این نشریات، از طریق برقراری «ارتباط نوشتاری»، یادگیری معنی‌داری را برای قشر مخاطب خود به ارمغان می‌آورند و مسافتهای طولانی بین آموزشگر و یادگیرنده را از میان برمی‌دارند.

با توجه به مطالب یاد شده، تهیه و نگارش متن نوشتاری برای یک خودآموز ویژه بزرگسالان - و به خصوص روستاییان - با یک نوشتار عادی (غیر خودآموز) بسیار متفاوت خواهد بود. به عبارتی دیگر، طراحی و تدوین متون کتابهای درسی (غیر خودآموز) و نشریات ترویجی (خودآموز)، تفاوتهای فراوانی دارد. زیرا، محتوای کتابهای درسی صرفاً بر اساس هدفهای آموزشی تدوین و ارائه می‌گردد و این معلم است که با فن و هنر خود، آن مطالب را به یادگیرندگان می‌آموزد. در این رهگذر، مسلم است که عیب و نقصهای احتمالی در بیان هدفها و مطالب، توسط وی برطرف می‌شود. حال آن که برای آموختن نشریات ترویجی، یادگیرنده خود معلم خویش است. بنابراین، محتوای نشریه باید به شیوه‌ای دقیق تر و قابل فهم تر ارائه گردد تا خواننده بدون کمک دیگران، قادر به یادگیری مطالب و درک صحیح و سریع آن باشد.

نقش آموزشگر، برای تدریس مطالب نشریات ترویجی نامرئی است. بنابراین، زیاد هم بی‌راهه نخواهد بود، که بگویم نشریات ترویجی، یک آموزشگر یا مروج چاپی هستند، به همین دلیل است، که به آنها نشریات خودآموز گفته می‌شود.





**- نشریات ترویجی، سبب ارتقای بهره‌وری و صرفه‌جویی در نیروی انسانی متخصص می‌شوند. زیرا به وسیله یک گروه متخصص تهیه کننده نشریه می‌توان تعداد بی‌شماری یادگیرنده را زیر پوشش آموزشهای ترویجی برد.**  
**- انتشار و ارسال نشریات ترویجی تا اقصا نقاط کشور، موجب می‌شود جدیدترین و سودمندترین اطلاعات به دست مردم ساکن روستاهای دور افتاده برسد و با دقت و حوصله کافی از محتوای آنها در جریان فعالیتهای شغلی و زندگی خویش استفاده کنند.**

## ■ اصول طراحی و تدوین نشریات ترویجی<sup>(۴)</sup>

با عنایت به مطالب بیان شده، طراحی و تدوین یک نشریه ترویجی، امری مشکل و بسیار حساس به نظر می‌رسد. بنابراین، لازم است، کلیه مراحل تهیه آن بر اساس برنامه‌ریزی صحیح و مناسب طی شود. به طور کلی، برنامه‌ریزی تهیه یک نشریه ترویجی، به پنج مرحله زیر تقسیم می‌شود:

- ۱- تعیین ساختار آموزشی
- ۲- گردآوری و تنظیم مطالب
- ۳- طراحی تولید
- ۴- ارزشیابی
- ۵- تولید انبوه

### ۱- تعیین ساختار آموزشی

منظور از ساختار آموزشی یک نشریه ترویجی در واقع، تبدیل دقیق، هماهنگ و منطقی نیازهای آموزشی شناسایی و تعیین شده، به هدفهای آموزشی (برای رفع نیازهای مزبور) بر اساس ویژگیهای مخاطبین یک نشریه خاص است.

برای تعیین ساختار آموزشی، نخستین گام، در اختیار داشتن نیازهای آموزشی قشر مخاطب، به عنوان خمیرمایه اصلی کار است. بدیهی است، اگر نیاز آموزشی خاصی در دست نباشد، نشریه‌ای تهیه و منتشر نخواهد شد - اگر هم تهیه شود، بی‌خاصیت می‌باشد و سبب حیف و میل سرمایه‌های انسانی و مادی خواهد شد، زیرا فلسفه وجودی و مقصود اصلی از انتشار این نشریات، رفع نیازهای آموزشی بخشی از مردم روستایی است، که نیازهای مزبور، مانع رشد و تعالی آنان شده‌اند.

معمولاً نیازهای آموزشی به کمک نیازسنجی آموزشی به روش (از مردم روستایی) یا غیر مستقیم (از طریق مروجان یا تجربه، کارشناسان، مسؤولین و سیاست‌گذاران نظام ترویج) تشخیص و شناسایی می‌شوند، سپس نیازهای شناسایی شده، از طریق تشکیلات ترویج به گروه تدوین نشریات ترویجی ابلاغ می‌گردد.

گروه تدوین نشریات ترویجی برای نیازهای آموزشی شناسایی شده، هدفهای آموزشی لازم را بر اساس ویژگیهای مخاطبین نیازمند تدوین می‌کند. اصول انجام این کار به شرح ذیل است.

### الف: تنظیم چک لیست

گروه تدوین نشریات ترویجی، سیاهه لیست (چک لیست) ویژگیهای مخاطبین مورد نظر را تنظیم می‌کند. برای نمونه، برخی از موارد این سیاهه در جدول شماره یک، آمده است. گروه تدوین برای انجام موفقیت‌آمیز فعالیتهای خویش، کلیه اطلاعات لازم را برای تنظیم سیاهه لیست ویژگیهای یادگیرندگان از طریق سفارش‌دهنده نشریه (واحد مسؤول و سفارش‌دهنده در تشکیلات ترویج) کسب می‌کند.

کاربری سیاهه لیست مزبور به تدوین‌کنندگان نشریات کمک می‌کند، تا ارائه مطالب و سایر امور طراحی را با سن، تجارب قبلی، تواناییها، علایق و ... مخاطبین همگام و هماهنگ سازند.

### ب- تدوین هدفهای آموزشی

تنظیم و تدوین آموزش نشریات ترویجی از مهمترین فعالیتهای مرحله تعیین ساختار آموزشی هر نشریه است. هدف آموزشی، بیانگر تغییرات قابل انتظاری است که خواننده پس از مطالعه نشریه باید از خودبروز دهد. به دیگر سخن، هدف آموزشی، رفتار یا رفتارهای پیش‌بینی شده‌ای را

نشان می‌دهد، که از آن طریق، نیاز آموزشی مخاطبین نشریه مرتفع خواهد شد.

نکته مهم آن است که هدف آموزشی واقعی، رفتاری را مد نظر قرار می‌دهد که خواننده فاقد آن رفتار است (نیاز آموزشی)، تا پس از مطالعه نشریه به آن رفتار راغب گردد و به آن عمل نماید. (رفع نیاز آموزشی) بنابراین، محتوای یک نشریه ترویجی به شیوه‌های تنظیم و تدوین می‌شود، که خواننده را به انجام رفتاری تشویق و ترغیب سازد که قبلاً از انجام آن عاجز بوده است. بر این اساس، از طریق تنظیم واقعی و منطقی هدفهای آموزشی امکان رفع نیازهای آموزشی خوانندگان نشریه و در نتیجه، توسعه آنان در زمینه دانش، مهارت و بینشهای جدید و مطلوب میسر می‌شود.

به منظور تدوین هدفهای آموزشی، باید برای سئوالهای زیر، پاسخ روشن و قاطع در دست باشد:

- آیا تحقق هدفهای تنظیم شده به رفع نیازهای آموزشی مخاطبین می‌انجامد؟

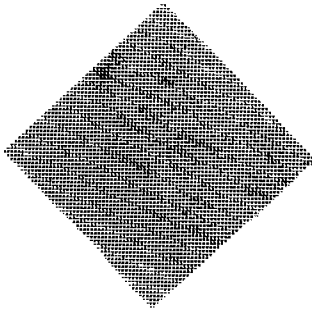
- آیا هدفها مشخص می‌کنند که پس از مطالعه نشریه، خوانندگان باید قادر به انجام چه رفتاری شوند

- آیا هدفها، قابل مشاهده، سنجش و ارزشیابی هستند

- آیا بیان هدفها به حالتی هست که خوانندگان را قادر سازد میزان دستیابی خویش را به هدفها تشخیص دهند؟ (خود ارزشیابی) و ...

### ■ انواع هدفهای آموزشی

گرچه نشریات ترویجی مواردی مانند: رشد و توسعه دانش، مهارتهای ذهنی، تواناییها، طرز تلقی، مهارتهای کاربردی و عملی، علایق و ارزشها را هدف قرار می‌دهند، اما تمامی این هدفها را می‌توان در قالب سه گروه هدفهای



نشریات ترویجی، رسانه‌هایی آموزشی هستند که جدیدترین، مفیدترین و کاربردی‌ترین اطلاعات و دانش مورد نظر نظام ترویج روستایی را در اختیار آن گروه از مردم روستایی که از سواد خواندن بهره‌مند هستند، قرار دهد.

برای نشریات ترویجی یک بار سرمایه‌گذاری می‌شود، ولی سالها (در صورت تدوین صحیح و گزینش اطلاعات اصولی و کاربردی) مورد استفاده قرار می‌گیرند. پس یکی از امتیازهای نشریات ترویجی، ماندگاری آنها می‌باشد.

مطلب نشریه باید ساختاری دقیق و هماهنگ با هدفهای آموزشی داشته باشد. علاوه بر آن، مطالب باید از جدیدترین، کاربردی‌ترین، معتبرترین و مفیدترین اطلاعات و منابع انتخاب و تدوین شوند تا خوانندگان به مطالب روز و مفید تجهیز گردند و بتوانند به مراحل والای رشد و توسعه دست یابند.

مطالب نشریه باید این ذهنیت را در خواننده تقویت کند که وی برای موفقیت بیشتر در زندگی ناچار است، این مطالب را بخواند و یاد بگیرد تا در فرصتهای شغلی خود، به نحوی چشمگیر و موثر به کار گیرد. بنابراین، برای تحقق این امر، باید مطالب با مقدار زیادی مثال، نمونه، طرح مسأله، عکس، تصویر، نمودار و ... همراه گردد و به گونه‌ای تدوین شود که خواننده با دقت و انگیزه کافی، نکات مهم را مورد تأکید قرار دهد و آنها را با علاقه برای بهره‌برداری به خاطر سپارد.

### ۳- طراحی تولید

منظور طراحی تولید آن است که کلیه مطالب گردآوری شده، با عنایت به ویژگیهای مخاطبین نشریه، به سورت رسانه‌ای آموزشی قابل ارائه گردد. طراحی تولید نشریات ترویجی، شامل: مراحل مختلف است، که مهمترین آنها به شرح زیر می‌باشد:

#### الف - زبان نوشتاری

نشریه ترویجی، یک رسانه آموزشی برای افرادی است که نیاز آموزشی نوشتاری دارند. در واقع، امتیاز نشریه در آن است که از طریق «آموزش نوشتاری»، می‌تواند برخی نیازهای آموزشی را مرتفع سازد.

پس زبان نوشتاری نقش اساسی در موفقیت نشریه دارد. در نشریات ترویجی، مطالب آموزشی به سبک شخصی و غیر رسمی ارائه می‌شود، به

آموزشی زیر طبقه‌بندی کرد: (۶)

الف - هدفهای عاطفی (رشد و توسعه طرز تفکر، علاقه، ارزشها و نگرشها)

ب - هدفهای شناختی (رشد معلومات، مهارتهای ذهنی و تواناییها)

ج - هدفهای روانی - حرکتی (تقویت نیرو یا مهارتهای عملی و فعالیتهای ماهیچه‌ای)

بنابراین لازم است طراح و تدوین‌کنندگان نشریات ترویجی گروه یا طبقه هدفهای آموزشی را مشخص کنند. سپس، مطالب و محتوا را به نحوی تهیه و تدوین کنند که هدفهای مزبور تحقق یابد.

### ■ هدفهای رفتاری

یکی از معیارهای اثربخشی نشریات ترویجی ایجاد حس موفقیت در خواننده است. برای این کار اگر هدفهای آموزشی به وضوح تنظیم گردند، طراحان نشریه تنها نیاز دارند که مطالب لازم را برای تحقق این هدف تنظیم کنند، بنابراین، هدفهای آموزشی نشریه باید قابل سنجش باشد و رفتاری را که پیش‌بینی می‌کند، قابل مشاهده باشد. این مطلب در واقع، اشاره به آن دارد که بعد از تدوین هدفها، باید کلیه آنها به هدفهای رفتاری تبدیل شوند تا به عنوان محور اصلی تهیه نشریه در دستور کار تدوین‌کنندگان قرار گیرد، و مخاطبین نیز برای خود - ارزشیابی از آنها استفاده کنند.

### ۲- گردآوری و تنظیم مطالب

نشریه ترویجی یک منبع آموزشی برای افراد است که نیاز آموزشی آنان را می‌توان به وسیله «زبان نوشتاری» مرتفع ساخت. پس مطالب نشریه کلید اصلی رفع نیازهای آموزشی مخاطبین محسوب می‌شود.

نحوی که گویی یک آموزشگر یا مروج نامرئی با یادگیرنده در حال صحبت است. این زبان نوشتاری، خوانندگان را به مطالعه دقیق تر و در نتیجه، یادگیری بهتر تشویق خواهد کرد.

علاوه بر آن، اگر چه نشریات ترویجی برای روستاییان که حداقل سواد خواندن و نوشتن دارند، تهیه می‌شوند، اما این واقعیت را نباید از نظر دور داشت که جمعیت زیادی از همین روستاییان با سواد، از سرعت، توانایی و مهارت لازم برای خواندن و درک مطالب بهره‌برده‌اند. از این رو در نگارش این نشریات، می‌باید توجه کافی مبذول شود. به طور کلی، زبان نوشتاری نشریات ترویجی باید حتی‌المقدور، نکات زیر را مورد نظر قرار دهد:

- پاراگرافها، جمله‌ها و واژه‌ها، کاملاً به هم مرتبط و از وحدت بیانی لازم برخوردار باشند  
- مطالب با تجارب و دانش قشر مخاطب، کاملاً هماهنگ و سازگار باشد. به طوری که خواننده احساس نکند که مطالب بیش از حد پیچیده یا بسیار ساده و پیش پا افتاده است. همچنین، مطالب باید، شیوه‌ای نگارش شوند که قشر مخاطب آنها را به آسانی درک کند. برای تحقیق این مسأله، باید گروه تدوین، مخاطبین خاص هر نشریه را دقیقاً مشخص و در شناسنامه نشریه نیز، ارائه کنند.

- زبان نگارش با توجه به فرهنگ عامه مخاطبین کاملاً رسا باشد. به طوری که خواننده احساس کند، نویسنده نشریه با وی در حال صحبت و گفتگو است. در این راستا، باید از واژه‌ها و زبان شفاهی رایج مخاطبین حداکثر استفاده به عمل آید.

- پاراگرافها و جمله‌ها، بسیار کوتاه، ولی معنی‌دار باشند و از بیان طولانی مطالب و جملات پیچیده اجتناب شود.

- و ...

## ب- ارتباط تصویری

امروزه در تدوین رسانه‌های نوشتاری و به ویژه نشریات ترویجی از هر ارتباط تصویری (گرافیک) استفاده‌های شایانی می‌شود. ارتباط تصویری سبب می‌شود متن نشریه از حالت نوشتاری خالص، خارج شود. بر همین اساس، انگیزه خواننده را تحریک می‌کند، تا میل به مطالعه بیشتر داشته باشد. علاوه بر این، به کارگیری فنون ارتباط تصویری، موجب می‌شود، از طریق تصویر، خطوط ترسیمی، رنگ، ترکیب‌بندی، اشکال سه بعدی و ... فهم و درک برخی مطالب را که بیانگر یک مهارت، پدیده، ویژگی‌های فیزیکی و ... است، آسان و قابل درک سازد.

برخی از نکات دیگری که در زمینه ارتباط تصویری برای نشریات ترویجی لازم الاجرا می‌باشند، عبارتند از:

- طرحها و تصاویر، باید بیانگر مفاهیم و واقعیهایی باشند که شرح و توصیف آنها به زبان نوشتاری مشکل است.

- طرحها و تصاویر، باید پیام نوشتاری نشریه را برای درک و یادگیری سریع و صحیح، تقویت و توسعه بخشند.

- طرحها و تصاویر، باید موجب تنوع و نیز، ایجاد علاقه و جذابیت برای مطالعه دقیق تر از سوی خواننده شوند.

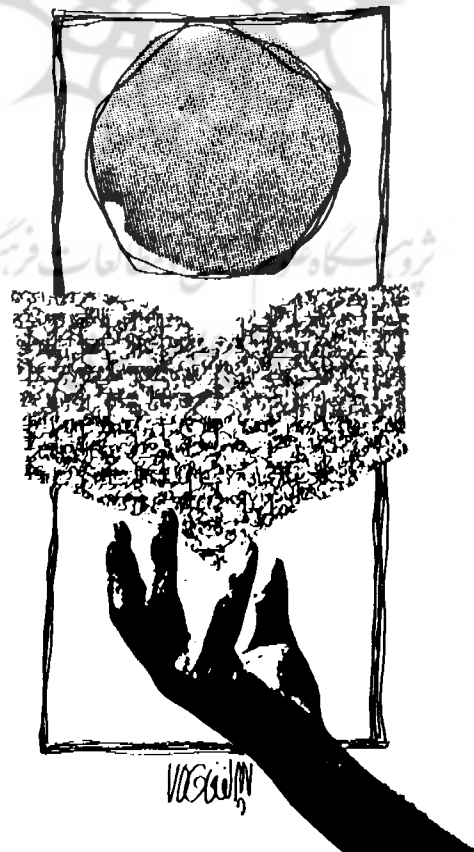
- و ...

## ج- طراحی صفحات (صفحه‌آرایی)

طراحی صفحات و به اصطلاح صفحه‌آرایی نشریات ترویجی، از اهمیت زیادی برخوردار است. صفحات نشریه، ضمن آن‌که باید برای بزرگسالان از نظر جذابیت مناسب باشد، باید در فهم و درک بهتر مطالب و نیز سرعت بخشیدن به آن مؤثر باشد. برخی از نکاتی که باید در صفحه‌آرایی نشریات ترویجی رعایت شوند، عبارتند از:

- نکات مهم و هدفهای مهم جزئی و محوری، در داخل کادر قرار داده شوند. این امر موجب می‌شود مخاطبین در نگاهی گذرا، مطالب کلیدی و هدفهای اساسی را به ذهن بسپارند یا تأکید و تأمل بیشتری برای به خاطر سپاری آنها از خود نشان دهند.

## ● نشریه ترویجی یک رسانه آموزشی برای افرادی است که نیاز آموزشی نوشتاری دارند. در واقع، امتیاز نشریه در آن است که از طریق «آموزش نوشتاری» می‌تواند برخی نیازهای آموزشی را مرتفع سازد.



- مفاهیم اصلی و تیترها، با حروفی متفاوت و درشت تر از حروف متن نوشته شوند.

- برای حاشیه صفحه در سمت چپ و راست ۳ - ۲ سانتی متر و بالا و پایین صفحه فاصله‌ای حدود ۲/۵ - ۲ سانتی متر در نظر گرفته شود.

- صفحات نشریه به طور دقیق شماره گذاری شوند. بهتر است شماره‌ها در گوشه و یا وسط حاشیه پایین صفحات حروفچینی شوند.

- مطالب با حروف خوانا و واضح (غیر تزیینی) حروفچینی گردند. از بکار بردن حروف ابتکاری و تزیینی که باید خوانندگان انرژی و دقت زیادی صرف خواندن آنها کنند، اجتناب شود.

- عکسها و تصاویر در جای مناسب نصب شوند. بهتر است، محل عکسها و تصاویر در ذیل هر مطلب و به عنوان مکمل آن قرار گیرند. در واقع، عکس و مطالب باید وحدت بیان داشته باشند. اگر هدف از ارائه عکس، درک بهتر مطالب است، باید زیرنویس مختصر و مفیدی برای هر عکس گنجانده شود، اما اگر هدف به فکر واداشتن مخاطبین است، آوردن زیرنویس لزومی ندارد یا می‌توان از عبارات استقهامی (طرح مسأله) بهره‌گیری کرد.

- قبل از ارائه مطالب کالبدی نشریه لازم است مقدمه نشریه گنجانده شود. مقدمه مطلبی کوتاه است که مبین موضوع و هدف از تدوین نشریه و شرایط کاربرد محتوای آن است.

- مطالب نشریه (محتوا)، باید به بخشها یا فصلهای اصلی و فرعی مرتبط به هم تقسیم شوند. برای فصلهای اصلی، تیتרהایی با حروف درشت و برای فصلهای فرعی تیتרהایی با حروف کوچکتر، که بین هدف مطلب است، تدوین و تنظیم شود.

- در پایان هر فصل سوالات (آزمون) قرار داده شده. این قسمت بهتر است با عنوان «سوالات متن» یا «به این سوالات پاسخ دهید» صفحه‌آرایی شود.

- در صفحات آخر نشریه، پاسخهای صحیح «سوالات متن» به تفکیک هر فصل از مطالب نشریه، با حروفی متفاوت از متن نشریه صفحه‌آرایی شود.

- باید کوشش شود از آوردن عکسها و نیز ترسیم خطوط و طرحهای متعدد اجتناب گردد، زیرا هر چه صفحات نشریه شلوغ تر شوند، مخاطبین ناچارند، انرژی بیشتری را برای پیدا کردن ارتباط

مابین مطالب، عکس، تصویر و ترسیمات صرف کنند و این امر سرعت مطالعه را کند می‌کند و درک و فهم را به تعویق می‌اندازد.

#### د- طراحی روی جلد

مهمترین عوامل برجسته روی جلد نشریات، عنوان نشریه و تصویر است. عنوان نشریه، باید با حروفی خوانا، کاملاً درشت و با ترکیبی زیبا طراحی شود. بدیهی است، عنوان نشریه می‌باید بیان‌کننده محتوای آموزشی آن باشد.

عامل برجسته دیگر، تصویرسازی روی جلد است. برای روی جلد باید مناسب‌ترین عکس یا تصویری که به نحو چشمگیری مبین محتوای آموزشی نشریه است، انتخاب شود. بنابراین هر یک از دو عامل مزبور، باید بیانگر محتوای آموزشی نشریه باشند. عنوان نشریه «بیان نوشتاری» و عکس یا تصویر «بیان دیداری» محتوا را به عهده دارند.

از عوامل مهم دیگر، استفاده به جا و منطقی از رنگ و ترکیب‌بندی تصویر و نوشته‌های روی جلد است که می‌باید از جذابیت بسیار بالایی برخوردار باشد.

#### ه- تنظیم راهنمای نشریه

راهنمای نشریه، بیانگر ویژگی‌هایی است که خواننده قبل از انتخاب و مطالعه نشریه ترویجی به یک شناخت کلی، ولی دقیق از محتوای آن دست می‌یابد. وی از این طریق تشخیص خواهد داد که آیا مطالعه این نشریه برای او لازم و مورد نیاز است یا خیر؟ برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از: هدفهای آموزشی نشریه (به زبان ساده) - فهرست عناوین (اصلی و فرعی) - شرایط استفاده از نشریه - ویژگی‌های لازم افرادی که نشریه برای آنان تدوین شده است.

- و -

#### و- تنظیم فعالیت‌های یادگیری

نشریات ترویجی به اقتضای ماهیت آنها، که غالباً مطالبی جدید و کاربردی را به قشر مخاطب خود ارائه می‌دهند، لازم است در حکم یک «کارگاه آموزشی» عمل کنند، در واقع می‌توان گفت: هر یک از نشریات ترویجی، یک کارگاه

گروه تهیه و تدوین نشریات ترویجی، باید هر ساله، از کارآیی و اثربخشی نشریات، ارزشیابی لازم را از طریق نظرسنجی مخاطبین، مسؤلان، کارشناسان و سایر مردم و افراد ذی‌صلاح به عمل آورد. اگر بر اساس نتایج ارزشیابی، نشریه دارای کارآیی مثبت باشد، ممکن است، بدون تغییرات اساسی و تنها از دیدگاه اضافه کردن اطلاعات جدید و حذف کردن اطلاعات هنسوخ شده، مورد تجدید نظر و بازسازی قرار گیرد. اما اگر میزان کارآیی و اثربخشی آن منفی باشد، باید در نشریه تغییرات بنیادین صورت گیرد و در صورت لزوم، حتی نشریه‌ای جدید تهیه و جایگزین آن شود.

**تنظیم و تدوین آموزش نشریات ترویجی از مهمترین فعالیت‌های مرحله تعیین ساختار آموزشی هر نشریه است. هدف آموزشی، بیانگر تغییرات قابل انتظاری است که خواننده پس از مطالعه نشریه، باید از خود بروز دهد. به دیگر سخن، هدف آموزشی، رفتار یا رفتارهای پیش‌بینی شده‌ای را نشان می‌دهد، که از طریق، نیاز آموزشی مخاطبین نشریه مرتفع خواهد شد.**

ز- تعیین توالی بخش‌های مختلف نشریه  
یک نشریه ترویجی، از بخش‌های متعددی تشکیل شده است، که هر بخش یک یا چند صفحه از صفحات نشریه را به خود اختصاص می‌دهد. ترتیب توالی صفحات نشریه بر اساس مطالب هر بخش عبارتند از:

- ۱- صفحه عنوان (در این صفحه عنوان نشریه، نویسنده، منتشرکننده، سال انتشار و ... می‌آید)
- ۲- صفحه راهنمای نشریه
- ۳- صفحه مقدمه نشریه
- ۴- صفحات مربوط به متن نشریه (در پایان هر بخش از متن، صفحه «سوالات متن» نیز گنجانده می‌شود)
- ۵- صفحات مربوط به فعالیت‌های دیگر
- ۶- چند صفحه سفید برای خلاصه‌برداری خواننده (در نشریات ترویجی بهتر است، خلاصه نشریه به عهده خواننده گذاشته شود)
- ۷- صفحه منابع و مأخذ مورد استفاده

#### ۴- ارزشیابی

الف- کنترل کیفیت- قبل از چاپ، باید نسخه تهیه شده نشریه (نسخه اصلی) برای کنترل کیفیت مورد ارزشیابی قرار گیرد. این مرحله از ارزشیابی که با نام «ارزشیابی اولیه» یا «کنترل کیفیت» معروف است، بر اساس پاسخ به سوالات سیاهه لیست تنظیم شده، صورت می‌گیرد. این

آموزشی نوشتاری است. از این رو، در تهیه مطالب این‌گونه نشریات باید خوانندگان را تشویق نمود تا از طریق فعالیت‌های طراحی شده، به درک واقعی و مطلوب مطالب برسند. برای این کار، باید از طریق طرح‌های ترسیمی، عکسهای بدون شرح، طرح مسأله، آوردن مثال، نمونه و ... در ساختار مطالب نشریه به خوانندگان کمک کرد، تا خود آنان برای یادگیری مطالب به خویش کمک کنند. این امر به «فعالیت یادگیری» موسوم است. فعالیت‌های یادگیری معمولاً در پایان نشریه و در بخش ضمیمه می‌آید. برخی از نمونه‌های فعالیت‌های یادگیری عبارتند از:

فعالیت یادگیری ۱- پاسخ خود را به سوالات متن بنویسید و به آدرس نشریه ارسال نمایید.  
فعالیت یادگیری ۲- روش اجرای هر یک از مهارت‌هایی را که در نشریه مطالعه کرده‌اید، با روش اجرای آن در منطقه سکونت خود مقایسه کنید. تفاوتها و شباهت‌های دو روش را برای ما ارسال فرمایید.

فعالیت یادگیری ۳- شرح مختصری از مطالب نشریه را تهیه کنید و با دوستان (همکاران) خود به بحث بگذارید.

فعالیت یادگیری ۴- در صفحات آخر نشریه، نکات مهم (مطالب) نشریه را یادداشت کنید.  
فعالیت یادگیری ۵- آیا می‌توانید درباره مطالب نشریه (علاوه بر مثال‌های مندرج در نشریه) چند مثال بیاورید؟

در حالی است که چنانچه اشکالاتی در تدوین نشریه مشاهده شود، تغییرات لازم به عمل خواهد آمد. در زیر، نمونه‌هایی از سیاهه لیست (چک لیست)، برای ارزشیابی (کنترل کیفیت) نشریات ترویجی ارائه می‌شود.

#### ۱- الف - عنوان و موضوع

آیا عنوان نشریه، بیانگر محتوای آموزشی آن می‌باشد؟  
آیا عنوان نشریه، برای قشر مخاطب آن از جذابیت کافی برخوردار است؟  
آیا مخاطبین نشریه، از عنوان نشریه می‌توانند به یک درک عمومی از محتوای آن دست یابند؟  
آیا موضوع نشریه، یک نیاز آموزشی برای قشر مخاطب می‌شود؟  
آیا موضوع نشریه، در راستای تحقق هدفهای نظام ترویج و توسعه قرار دارد؟

#### ۲- الف - هدفها

آیا هدفهای کلی و جزئی به طور واضح، دقیق و صحیح بیان شده‌اند؟  
آیا هدفها به صورت رفتاری بیان شده‌اند؟ (قابل سنجش، مشاهده و ارزشیابی هستند؟)  
آیا هدفهای آموزشی نشریه، برای رفع نیازهای آموزشی مخاطبین تدوین شده‌اند؟

#### ۳- الف - محتوا

آیا محتوای تدوین شده، تحقق هدفها را میسر می‌سازد؟  
آیا محتوای نشریه برای تحقق عنوان و موضوع آن جامع و کافی است؟  
آیا از طریق محتوا، فعالیتهای یادگیری قابل حصول هستند؟  
آیا مفاهیم و اصطلاحات از وقت کافی برخوردار هستند؟  
آیا محتوای نشریه مناسب و هماهنگ با سطح دانش و سواد قشر مخاطب تدوین شده است؟  
آیا محتوا به گونه‌ای تنظیم شده است، که مخاطبین را برای به کارگیری آنها تشویق و تحریک کند؟  
آیا عناوین اصلی و فرعی مشخص و از همدیگر تفکیک شده‌اند؟

آیا واژه‌ها و اصطلاحات جدید، یا مشکل، به طور دقیق و واضح معنی شده‌اند؟  
آیا برای درک بهتر مطالب از مثالهای کافی استفاده شده است؟  
آیا تمرینات کافی طرح و ارائه شده است؟  
بارها و بارها مرتفع نمایند.

برای نشریات ترویجی یک بار سرمایه گذاری می‌شود، ولی سالها (در صورت تدوین صحیح و گزینش اطلاعات اصولی و کاربردی) مورد استفاده قرار می‌گیرند. پس یکی از امتیازهای نشریات ترویجی، ماندگاری آنها می‌باشد.  
با توجه به مطالب یاد شده، به کارگیری نشریات ترویجی در فرایند آموزش و ترویج روستاییان، امری بسیار ضروری است، اما مشروط بر آن که، این نشریات، مطابق اصول مطروحه در رسانه‌های نوشتاری طراحی و تدوین گردند.

در حال حاضر، معاونت ترویج و مشارکت مردمی (مرکز نشر و تصویر)، به طراحی و انتشار نشریات ترویجی اقدام می‌نماید. برای بهبود کیفی این نشریات، به نظر می‌رسد، پیشنهادهای زیر مؤثر خواهد بود:  
از آنجا که نشریات ترویجی رسانه‌هایی ماندگار هستند و باید لاقلاً چند سالی طراوت و شادابی اطلاعات مندرج در آنها مورد نظر قرار گیرد، می‌باید اطلاعات گزینش شده در این نشریات، از اطلاعات اساسی و حتی المقدور تغییرناپذیر هر رشته علمی انتخاب شوند.

با توجه به دلیل فوق (ماندگاری نشریات)، باید کوشش شود، آن گروه از نیازهای آموزشی برای تدوین نشریات مورد نظر قرار گیرند، که مخاطبین بیشتری را در سطح کشور تحت پوشش بگیرد. به دیگر سخن، باید تدوین نشریات برای رفع نیازهای آموزش فراگیر جمعیت روستایی کشور صورت گیرد.

در نشریات ترویجی بهتر و مناسب تر است که به امر ارزشیابی بیشتر تأکید شود. یعنی زمینه خود - ارزشیابی را برای خواننده فراهم ساخت، تا هر یک از خوانندگان خود مشخص سازند، پس از خواندن نشریه تا چه حد مطالب را یاد گرفته‌اند و نیازهای آموزشی آنان تا چه میزان مرتفع گردیده است.  
در حال حاضر، تیراژ چاپ نشریات

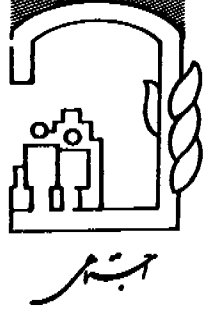
ترویجی، هرگز جوابگوی نیازهای روستاییان کشور نیست. این امر باید در طراحی و چاپ این نشریات، مورد نظر قرار گیرد.

#### ■ پی‌نوشتها:

- ۱- منبع شماره (۳)
- ۲- منبع شماره (۱۰)
- ۳- از منبع شماره (۱۱) و (۱۰) اقتباس گردیده است.
- ۴- مطالب این بخش از منابع شماره (۸) و (۹) و (۱۰) و (۱۱) و تجارب مشخصی نگارنده اقتباس و تدوین شده است.
- ۵- این گزینه از منبع شماره (۱۱) استخراج و جمع‌بندی گردیده است.
- ۶- منبع شماره (۸) و (۹)

#### ■ منابع:

- ۱- شهپازی، اسماعیل. «توسعه و ترویج روستایی». مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران. تهران ۱۳۷۲.
  - ۲- عباسی، محمدرضا. «الگوی اثربخش برای توسعه آموزش» مجله رشد تکنولوژی آموزشی. اردیبهشت ماه ۱۳۷۳. شماره ۷
  - ۳- عباسی، محمدرضا. «کاربری رسانه‌های آموزشی در ترویج و آموزش بزرگسالان روستایی». مجله جهاد، مهر و آبان ۱۳۷۳ شماره ۱۷۷ - ۱۷۶ - ۱۳۷۴.
  - ۴- شهپازی، اسماعیل. «مقدمه‌ای بر آموزش و ترویج و توسعه شیوه‌های نوین در روستاها». انتشارات دانشکده کشاورزی و دامپروری رضاییه. تهران. ۱۳۵۴.
  - ۵- سیف، علی‌اکبر. «روانشناسی تربیتی». نشر آگاه. تهران. ۱۳۷۰.
  - ۶- عراوکی، بیتزا و کارفوت، کریستوفر. «راهنمای آموزش ترویج» مترجم: محمد حسین عمادی. انتشارات مرکز تحقیقات مسائل روستایی (وزارت جهاد سازندگی). تهران ۱۳۶۹.
  - ۷- مرکز بین‌المللی واخنینگن. «ده مقاله درباره ترویج کشاورزی» انتشارات مرکز تحقیقات و مسائل روستایی. تهران ۱۳۶۹.
  - ۸- مرکز فرهنگی آسیایی یونسکو. «راهنمای نوین تهیه و تولید مواد آموزشی». مترجم: حسن موفق. انتشارات مؤسسه بین‌المللی روشهای آموزش بزرگسالان. تهران ۱۳۷۳.
  - ۹- مرکز فرهنگی آسیایی یونسکو. «آموزش از راه دور». مترجم: پرویندخت ناظم. انتشارات دانشگاه‌الزهرا. تهران. ۱۳۷۰.
- 10- lloydjphippis, Agricultural Education in School, University of Illinois, Champaign. U . S . A (1989)
- 11- Edgar Date, Audiovisual in teaching, (3rd Edition), The ohio state university. Holt. Rinehart and
- بقیه در صفحه ۵۷



# نگرش سیستمی و یکپارچگی توسعه روستایی در طرحهای بهسازی

● جانعلی بهزاد نسب  
کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی ناحیه‌ای

## ■ مقدمه

از دیرباز، روستائینی جلوه‌بارزی از حیات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور ما بوده و با وجود فرازونشیبهای فراوان در طول تاریخ، همچنان با نظامی کمابیش پایدار، در طی اعصار مختلف، به عنوان میراث و سنت زندگی اجتماعی ایران زمین، به حیات خود ادامه داده است.

تحولات روستاهای ایران، همواره تابع عناصر قدرت و تأثیر نهادها، افراد و جریانات مختلفی است که از کانونهای مسلط بر مقدرات روستا سرچشمه می‌گیرد. شکل اولیه روابط و تحولات در محیط روستا با اعمال قدرت و بنا به درخواست خوانین و مالکین آبادیها رقم می‌خورده است. این‌گونه فعل و انفعالات، عمدتاً در محدوده هر روستا و به صورت جزیره‌ای تجلی یافته و روابط بین روستاها یا روستا با نواحی شهری، برپایه خواست و نیاز مالک نظم می‌یافته است. با گسترش دامنه اقتدار دولت مرکزی و نفوذ هرچه

بیشتر عناصر دولتی در محیطهای روستایی و به‌ویژه پس از اصلاحات ارضی که رفته رفته نقش مالکان بزرگ کم‌رنگ‌تر شد، جریانات و روابط در روستاها و همچنین، تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستاها تا حد زیادی متکی بر خواست دولتمردان و برنامه‌های دولتی گردید. در این فرآیند، نقاط روستایی به عنوان یک جزء در فضای منطقه‌ای و کشور متأثر از سیاستها، برنامه‌ها و خدمات برنامه‌ریزی شده دولتی بودند. گسترش شبکه حاکمیت سیاسی دولت مرکزی و خدمات‌رسانی به نقاط روستایی به تدریج برنامه‌ریزان را برآن داشت، تا نظام تحول و تزریق سرمایه و امکانات به فضاهای روستایی را به نظم کشیده و تحت قانونمندی خاصی که در خدمت جریان عمومی تحول و توسعه منطقه‌ای یا منی قرار گیرد، درآورند. از جمله این کوششها، می‌توان به برنامه‌ریزی ایجاد حوزه‌های عمران روستایی در برنامه‌های توسعه پیش از انقلاب

اسلامی اشاره نمود.

با پیروزی انقلاب اسلامی ایران و توجه اساسی و عمیق به رفع محرومیت از نقاط روستایی، سیل امکانات و خدمات، به طرف فضاهای روستایی سرازیر شد که هدف اساسی آن، رعایت عدالت اجتماعی و کاهش اختلاف سطح زندگی روستا و شهر بود. به تدریج تشکیلات فعال در امر محرومیت‌زدایی از چهره روستاها، دریافتند که می‌باید گسیل خدمات، تزریق سرمایه و ظرفیت‌سازیهایی مختلف در فضاهای روستایی، در راستای اهداف مشخص و در چارچوب توسعه ملی و منطقه‌ای صورت پذیرد. در این رویکرد، نوع تحولات و مکان موردنظر برای استقرار خدمات، فعالیتها و نقاط روستایی به عنوان یک جزء از فضای کلان‌تر از خود موردنظر قرار گرفته و در برنامه‌های توسعه وارد می‌شوند. با توجه به این مهم، هرگونه فعالیت روستایی خاص، در ارتباط با نقش و اهمیت آن روستا در



فضای منطقه‌ای بروز و ظهور می‌یابد و تابعی از صرفه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. بنابراین، هر روستا نخست در نظام منطقه‌ای و استانی تعین می‌یابد و به عنوان یک کل مستقل و دارای روابط با سایر اجزای تشکیل‌دهنده یک فضای فراتر که بدان متعلق است، تعریف می‌شود که در این تعریف، جایگاه منطقه‌ای، عملکرد عمومی و سطح روابط روستا با سایر نقاط روستایی و شهری تبیین می‌گردد و به عنوان یک جزء تشکیل‌دهنده فضای فراتر از خود در برنامه‌ریزی توسعه وارد می‌شود. بنابراین نگرش به روستا در قالبی سیستمی صورت می‌پذیرد و طبیعتاً برنامه‌ریزی در حوزه سیستمها و نگرش یکپارچه انجام می‌شود.

## ■ تعریف و اهداف موضوع

فرایند برنامه‌ریزی روستایی متأثر از طرز تلقی برنامه‌ریزی از پدیده هدف (روستا) و نوع نگرش به برنامه ریزی است.

برخی از محافل کارشناسی در کشور، با توجه و نگرش صرفاً تولیدی به روستا، معتقدند: که اساساً فضاهای روستایی، مکان تولید زراعی نظیر غلات، حیوانات و غیره با روش سنتی و براساس خرده مالکی امکان رفع نیازهای داخلی و ایجاد مزیت‌های نسبی برای صادرات کشاورزی کشور را فراهم نمی‌کند؛ بنابراین می‌باید به طرف یکپارچه سازی اراضی، مکانیزاسیون و ایجاد مزارع بزرگ پیش رفت، که در این صورت، نقاط روستایی به‌عنوان یک سکونتگاه انسانی فارغ از پیوستگی‌های تولیدی به حفظ جمعیت و بهره‌برداری از درآمد حاصل از مزارع مکانیزه خواهد پرداخت. در این نگرش، بدون توجه به هویت فرهنگی و اقتصادی روستا و بدون توجه به روابط عمیق و درهم تنیدگی ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی روستا، هویت مستقل و کلی روستاها تا سطح یک خوابگاه انسانی تنزل می‌باشد.

دیدگاه دیگری نیز وجود دارد که در مقابل دیدگاه نخستین، روستا را یک فضای فرهنگی می‌داند که با دارا بودن هویت مستقل و پویا، در طول زمان، فرهنگ معیشت و تولید، فرهنگ اجتماعی زیستی فرهنگ اجتماعی زیستی در کنار یکدیگر به‌عنوان عناصر تشکیل‌دهنده یک ماهیت مشخص شکل یافته و به‌صورت پیوسته و

متعامل روبه تکامل نهاده است. در این نگرش، توسعه روستایی چهار مقوله، ۱- تولید بهتر و بیشتر ۲- اشتغال برای همه ۳- عزت انسانی و اعتماد به نفس ۴- آزادی از هرگونه استبداد و سلطه‌طلبی را دربرمی‌گیرد.<sup>۱</sup>

از طرفی، می‌توان برنامه‌ریزی را به دو گونه متفاوت از هم تقسیم نمود که عبارتند از:

۱- برنامه‌ریزی بخشی

۲- برنامه‌ریزی یکپارچه

در برنامه‌ریزی بخشی، هریک از بخشهای اقتصادی و اجتماعی موجود، نظیر: بخش آب، برق، راه، آموزش و پرورش، آموزش عالی، حمل و نقل و غیره، بطور جداگانه و عموماً بدون توجه به دیگری، به برنامه‌ریزی فعالیتها و از اختصاص بودجه و امکانات در پروژه‌های خاص خود می‌پردازند. هر یک از برنامه‌های بخشی نیز می‌تواند، از سطوح ملی، منطقه‌ای، محلی و نقاط روستایی برخوردار باشد.

نقطه مقابل برنامه‌ریزی بخشی، برنامه‌ریزی یکپارچه است. در این نوع برنامه‌ریزی، در یک فضای معین (نظیر منطقه‌ای یا محلی و غیره)، کلیه بخشها در کنار هم و به‌صورت تکمیل‌کننده یکدیگر مورد توجه هستند و تخصیص منابع و ارائه پروژه‌ها در راستای یک یا چند هدف توسعه‌ای و تولیدی صورت می‌گیرد. که در این صورت، کلیه بخشهای اجرایی تابع یک برنامه جامع و مجری پروژه‌های متعلق به خود در چارچوب مشخصی می‌باشند.

برنامه‌های بخشی، عموماً مرکزگرا و کثرت‌گرا هستند. به عبارت دیگر، اگر برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای نیز با پذیرش برنامه‌ریزی بخشی صورت گیرد، در واقع برنامه‌ریزی یکپارچه برای توسعه یا برنامه‌ریزی توسعه یکپارچه، اساساً محلی و وحدت‌گراست. زیرا نقش هر یک از متغیرها و روابط و حرکات عناصر مختلف در محل وقوع آن، تعریف شده است و به‌صورت روابط دوجانبه یا چندجانبه، سنجیده می‌شود.

با توجه به آنچه گذشت، اساساً روستا در ایران پدیده‌ای است فضایی - مکانی که دارای هویت مستقل و روابط وسیع پیرامونی است. اقتصاد در روستا غالباً برپایه کشاورزی و دامداری، جزئی از پیکره آن بوده و در راستای هویت و قدرت هر روستا تعریف و تبیین می‌گردد. روستا در نظام

منطقه‌ای یک جزء از کل منطقه است که کمابیش به‌صورت فعال به ایقای نقش خود در قالب روابط درون و بعضاً برون منطقه‌ای می‌پردازد.

در این نظام، روستا دارای رفتاری مشخصی است که از نقش اجتماعی، اقتصادی و قدرت ارتباطی آن در یک فضای فراتر از خود نشأت می‌گیرد. در این صورت هر یک از روستاها نقاط مستقلی هستند که به‌وسیله شبکه‌ای از ارتباطات (ساخت و عملکردها) با هم و با نقاط شهری اتصال می‌یابند. شناخت این‌گونه نقشها و روابط و کوشش در جهت تقویت نقاط قوت و اصلاح موارد ضعف موجود در این‌گونه روابط، مقوله‌ای است که در برنامه‌ریزی توسعه یکپارچه یا برنامه‌ریزی توسعه فضایی منطقه بدان پرداخته می‌شود.

با روشن شدن نقش و کارکرد روستا در نظام فراتر از آن و تنظیم روابط منطقه‌ای، لازم است که آبدی موردنظر در جهت ایقای نقش منطقه‌ای خود تجهیز شود و تمهیدات لازم را فراهم سازد. در اینجا، تعریف روستا و ماهیت متصور برای آن معنا می‌یابد.

اعتقاد براین است که؛ روستا پدیده‌ای است زنده و پویا، که همچون هر موجود زنده دیگری دارای عناصر تشکیل‌دهنده و کارکرد مکمل این عناصر می‌باشد. در واقع، روستا یک سیستم به هم پیوسته است که توجه به آن، نیازمند کل‌نگری (از دیدگاه سیستمی) و یکپارچه‌نگری از دیدگاه برنامه‌ریزی است.

در این نوشتار، سعی خواهد شد تا ضمن تشریح مفاهیم سیستم و یکپارچگی در محیط روستا، جایگاه طرحهای بهسازی در فرایند توسعه یکپارچه روستاهای کشور تبیین گردد و مشکلات موجود در راه تحقق اهداف این طرحها بیان شود.

با توجه به موارد فوق‌الذکر، نخست دو بحث پایه‌ای سیستم در روستا و یکپارچگی تر فضای روستایی شرح داده می‌شود و آنگاه موارد مربوط به طرحهای بهسازی تبیین خواهد شد.

## ■ مفهوم سیستم در روستا

کلمه سیستم<sup>۲</sup> که در فرهنگ گفتاری و نوشتاری دهه‌های اخیر فراوان مورد استفاده قرار می‌گیرد، اشاره به پیوند مداری و تمامیت اشیاء یا پدیده‌ها دارد که در علوم مختلف به‌صورت گوناگون

به کار برده می‌شود. در تکنولوژیهای پیچیده از سیستمهای فنی و مدیریتی، در علم الاجتماع از سیستمهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و در زیست‌شناسی از سیستمهای حیاتی نام می‌برند. تعریف مفهوم سیستم، از زمانی که متفکرین قرن بیستم به بینش سیستمی روی آورده‌اند، خود از جمله مسائلی بوده که مباحثات فراوانی در پی داشته است. از نظر 'برتالنفی'، سیستم عبارت است از: تعدادی عنصر که با یکدیگر ارتباطی دارند. برخی دیگر، سیستم را عبارت از مجموعه چیزهایی که بین اعراض آنها روابطی وجود دارد، دانسته‌اند. بالاخره گروهی نیز، سیستم را عبارت از هر چیزی که متشکل از عناصری مرتبط با هم باشد؛ تعریف نموده‌اند. کلیه تعاریف، دارای وجه مشترک هستند، که عبارتند از: یکی آنکه، سیستم به عنوان نمودی یکپارچه از موجودی که سیستم نیست، متمایز می‌شود و دوم آنکه، ارتباط بین عناصر در هرگونه تعریفی از سیستم، باید منظور شود.

مفهوم اساسی و جهان شمولی که از سیستم مورد نظر همگان است، عبارت از: موجودیتی است که متشکل از عناصری مرتبط و متعامل است و این ارتباط و تعامل، به سیستم، نوعی کلیت و تمامیت می‌بخشد.<sup>۲</sup>

بنا به تعریفی که از سیستم بیان شد، سیستمها دارای اصول اساسی و مفاهیم پایه و بنیادی هستند که عبارتند از: الف - کلیت ب - عنصر ج - ارتباط د - سلسله مراتب

#### الف - کلیت

اعتقاد به کلیت و جامعیت یک موجود، جزء ارکان اصلی تفکر سیستمی است و مقصود از آن این است که خواص و رفتار یک موجود زنده، همواره فراتر از جمع خواص اجزای همان موجود است. به عبارتی، چنانچه کلیه خواص عناصر تشکیل‌دهنده یک پدیده را جمع نماییم، نمایشگر هویت آن پدیده به‌طور کامل نخواهد بود بلکه، باید به آن پدیده به‌صورت کلی نگریست و رفتار عمومی آن را مورد نظر قرار داد به رفتار تک تک عناصر آن را.

#### ب - عنصر

بنابه تعریف؛ کوچکترین واحد یک سیستم که از تجربه سیستم حاصل شده و مجموع چین

واحدهایی آن سیستم را تشکیل می‌دهند، عنصر سیستم خوانده شده است. در بینش سیستمی، عنصر براساس نقشی که در پدیدآوردن یک کلیت و عملکرد دارد، تبیین و مشخص می‌شود. یک عنصر عضوی از یک ارگانیسم است که ضمن آنکه جزئی از یک سیستم و هدف کلی تر است، خود دارای هویتی مستقل و نقش خاص می‌باشد.<sup>۴</sup>

#### ج - ارتباط

ارتباط، از عوامل بنیادی شخصیت سیستم است. انواع ارتباطهایی که ممکن است عناصری را به هم پیوند دهند و سیستمی را پدید آورند، عبارتند از: ارتباط اندرکنشی، ارتباط زایشی، ارتباط تبدیلی، ارتباط ساختی، ارتباط رفتاری (که در آن عناصر یک سیستم برای عملکرد واحدی با هم متحد می‌شوند)، ارتباط تحولی و ارتباط کنترلی.<sup>۵</sup>

#### د - سلسله مراتب

در مفهوم کلیت هر سیستم، صنعتی نهفته است که به آن سلسله مراتب گفته می‌شود. سیستمها، همواره از رده‌بندی ساختی و رفتاری تشکیل شده‌اند، به این معنا که عناصر سیستمها در سطوحی از فرم و عملکرد قرار دارند. هر یک از این سطوح، سیستم کاملی است که به مثابه عنصری از سیستم بالاتر از خود عمل می‌کند. با توجه به تعریف و بیان اصول و مفاهیم اساسی در بینش سیستمی به جهان و پدیده‌ها، چگونه می‌توان روستا را به عنوان یک سیستم یا یک نظام بیان نمود؟ به این منظور، لازم است تا بررسی را از سطح عناصر تشکیل‌دهنده روستا شروع کنیم و به کلیت برسیم.

برای تبیین هر چه بهتر موضوع، به‌صورت فرضی، خطی به دور حدود روستا می‌کشیم و حدود مرز پدیده مورد نظر را تحدید می‌نماییم. اختلافی که در این مرحله بین اندیشمندان وجود دارد، این است که آیا فضای روستایی محدود به حدود فیزیکی (مسکونی) روستا است یا چیزی فراتر از آن است و منابع وابسته به آن را نیز دربر می‌گیرد؟ آنچه مسلم است این که، روستا نه یک نقطه، بلکه لگه‌ای است مشتمل بر محدوده واحدهای مسکونی و مزارع و منابع تولید وابسته به

آن که محل رفت‌وآمد مرتب اهالی است این مزارع و منابع تولید، جزء لاینفک هر روستا هستند.

با تعیین حدود روستا می‌توان عناصر تشکیل‌دهنده آن را تفکیک و دسته‌بندی نمود. به این صورت که در یک روستا، واحدها یا عناصری چون: خانواده، قامل، طایفه، مسجد، کتابخانه و غیره وجود دارند که مجموعاً عناصر اجتماعی - فرهنگی نامیده می‌شوند که از آن به ساختار اجتماعی - فرهنگی تعبیر می‌گردد. عناصر دیگری چون کارگاهها، مزارع و غیره، ساختار اقتصادی، عناصری نظیر: واحدهای مسکونی، معابر و ... ساختار کالبدی و سایر واحدهای تشکیل‌دهنده یک روستا را به‌وجود می‌آورند. هر یک از این عناصر مثلاً خانواده، مزارع و ... به‌صورت مستقل دارای نقش و هویتی است که وقتی در ارتباط با سایر واحدهای متشکله روستا قرار می‌گیرند، به عنوان یک عنصر از مجموعه روستا عمل می‌نماید.

کلیه ساختارهای موردنظر، در ارتباط متقابل با هم می‌باشند؛ به عبارتی، واحدهای مسکونی با معابر و با ساختار اقتصادی و اجتماعی در ارتباط متقابل هستند. یا عنصر خانواده رابطه نزدیک با عنصر تولید یا عنصر فرهنگی دارد و به این ترتیب کلیه این روابط، بین اجزا در جهت رفع نیازهای یکدیگر و تکمیل‌کننده نقش عنصر دیگر است. مثلاً معابر روستایی تکمیل‌کننده نقش رابطه سیان واحدهای مسکونی و خانواده‌هاست. علاوه‌براین، کلیه ارتباطات و نقش‌آفرینیها در راستای یک هدف اصلی و کلی که همان قدرت و نقش عمومی روستا در ادامه حیات روستایی و اهمیت آن در بین سایر روستاهاست، می‌باشد. با این تعبیر، وقتی می‌گوییم یک روستا فعال، پویا و زنده است، منظور ما این است که از مجموع عملکرد عناصر تشکیل‌دهنده روستا، خصیصه‌ای بروز می‌نماید که به آن پویایی و حیات روستایی می‌گویند که این مهم را نمی‌توان در عملکرد هر عنصر جستجو نمود. بلکه کلیت یک سکونتگاه، تجلی‌دهنده این خصیصه می‌باشد. به عبارتی، هویت روستایی، همان کلیت سیستم روستاست.

نکته مهم دیگری که در یک روستا به عنوان یک سیستم دارای عناصر متعامل و کلی، قابل ذکر می‌باشد، وجود سلسله مراتب بین عناصر آن

است. عناصر یک سیستم در سطوحی از فرم و عملکرد قرار دارند که هر یک از این سطوح سیستم کاملی است که به مثابه عنصری از سیستم بالاتر از خود عمل می‌کند. مثلاً خانواده یک سیستم مستقل و دارای اعضا، روابط و کلیت می‌باشد. لیکن به عنوان یک عنصر از ساختار اجتماعی روستا مطرح می‌باشد. ساختار اجتماعی یک روستا، که به عنوان یک سیستم مطرح است، به نوعی یک عنصر از ساختار اجتماعی منطقه مطرح می‌باشد و الی آخر.

این امر در مورد مسائل کالبدی و سلسله مراتب کالبدی، خدماتی و ... نیز مطرح است. همچنین، باید اشاره نمود که خود روستا به عنوان یک سیستم، یک عنصر از سیستم بالاتر از خود یعنی ناحیه روستایی است. این ویژگی در هر یک از عناصر روستا به طرف سطوح بالاتر و پایین تر قابل ذکر می‌باشد. مثال دیگری در این زمینه کمک بیشتری به روشن تر شدن مفهوم سلسله مراتب در دیدگاه سیستمی خواهد نمود؛ یک مزرعه از ساختار اقتصادی روستا می‌باشد. ولی همین مزرعه، دارای رفتار اقتصادی معین بوده و به عنوان یک سیستم مستقل دارای عناصر تشکیل دهنده‌ای است که هر یک از آن عناصر نیز خود یک سیستم هستند، عنصر آب و کرت‌بندی در مزرعه، سیستم آبیاری را به وجود آورده است. یا عنصر خاک که یک جزء از سیستم مزرعه است، متشکل از عناصری است که هر یک از آن عناصر و ملکولها، خود یک سیستم کوچک تر می‌باشد.

میان عناصر تشکیل دهنده مزرعه، شامل آب، خاک و ... روابط متقابل و تکمیل کننده وجود دارد که در نهایت به تولید یک محصول معین منجر می‌شود. این محصول معین، مثلاً گندم، یک پدیده جدید (کلیت) می‌باشد که در واقع برابر با مجموع خواص عناصر فوق‌الذکر نبوده و چیزی فراتر از آن و یک پدیده نو است. این پدیده نو (محصول نهایی) مفهوم و هویت واقعی مزرعه را متجلی می‌نماید.

بنابراین، روستا سیستمی است که ضمن دارا بودن عناصر مختلف با عملکرد و سطوح متفاوت، دارای هویت و کلیتی مستقل است که در نظام ناحیه‌ای به عنوان یک عنصر، از کلیت ناحیه مطرح می‌شود.



### ■ یکپارچگی در روستا

نگرش یکپارچه به پدیده‌ها، از جمله روستا: مولود تفکر سیستمی است. در این رویکرد، پدیده مورد نظر دارای اجزای تشکیل دهنده‌ای است که در ارتباط با هم و تکمیل کننده نقش یکدیگر هستند و در راستای هدف خاص تلاش می‌نمایند. یکپارچگی در تقابل با مفهوم پراکندگی است که در آن، حلقه اتصال میان عناصر متشکله یک سیستم از هم گسیخته شده و نظام فضایی عناصر بر هم خورده است. برنامه‌ریزی یکپارچه، در واقع توجه به همه عناصر در ارتباط با هم و بسامان نمودن پراکندگیها می‌باشد. در این رویکرد می‌توان گفت: سرمایه‌گذاری جداگانه در اجزایی که متقابلاً یکدیگر را تقویت می‌کنند، منافعی به دست می‌دهد که بیشتر از حاصل جمع منافع تک تک اجزا است.<sup>۷</sup>

مفهوم فوق، در واقع، توجه به کلیت یک سیستم است که فراتر از مجموع عناصر آن می‌باشد. و با توجه به ساختارهای اقتصادی،

اجتماعی، فرهنگی، کالبدی و محیطی که قبلاً در تفکر سیستمی درباره روستاها ذکر شد. منظور از یکپارچگی در روستا، وجود چند مقوله ذیل خواهد بود:

الف: ترتیب و توزیع نظام یافته در مجموع واحدهای مستقر در روستا در راستای عملکرد عمومی آن روستا<sup>۸</sup>

ب: کنش و واکنش متقابل عوامل و عناصر تشکیل دهنده روستا، شامل: نقاط، خطوط و لکه‌ها به عنوان ساختارهای تشکیل دهنده آن روستا.

با توجه به مفهوم فوق‌الذکر از یکپارچگی در روستا، چنانچه آرایش مکانی عناصر تشکیل دهنده روستا و روابط متقابل آنها در یک نظام سلسله مراتبی به صورت منطقی و سیستماتیک عمل نماید، کلیتی واحد و یکپارچه را بروز خواهد داد. در غیر این صورت، کارایی روستا در حدود مطلوب خود نخواهد بود و نیازمند برنامه‌ریزی و مداخله در فضای روستایی جهت

برقراری تعادل و تنسيق فضا می‌باشد.

## ■ طرحهای بهسازی روستا به عنوان برنامه‌ریزی توسعه و یکپارچه

یکپارچگی فضایی به معنای آرایش انتظام یافته عناصر فضایی و کنش و واکنش متقابل این عناصر کارکردی به صورت منطقی و پویا و در راستای تحقق یک یا چند هدف معین، آمده است. بر اساس این تفکر، رهیافت توسعه یکپارچه در نظام برنامه‌ریزی توسعه روستایی کشورهای جهان از دهه ۷۰ میلادی به بعد مورد توجه قرار گرفت. در کشور ما هر چند برنامه‌ریزی ایجاد حوره‌های عمران روستای ایران در برنامه‌های توسعه قبل از انقلاب اسلامی، زمینه فکری این رویکرد از برنامه‌ریزی را به صورت بسیار محتمل و دور از دسترس مطرح نمود، لیکن اندیشه برنامه‌ریزی توسعه یکپارچه روستایی در ایران چه در نواحی روستایی و چه در درون یک روستا، روبه گسترش بوده و در حال حاضر برخی از طرحها و برنامه‌ها با این مفهوم شکل گرفته یا در حال شکل‌گیری است.

نگرش بر اساس رهیافت فوق‌الذکر، طرحهایی را به‌وجود می‌آورد که اطلاق طرح توسعه یکپارچه یا طرح توسعه فضایی به آن صورت می‌گیرد. از جمله این طرحها می‌توان به طرحهای بهسازی اشاره نمود. طرحهای بهسازی در زمره طرحهای فضایی - کالبدی است که تنسيق فضایی مراکز روستایی (به ویژه مراکز دهستان و روستاهای مرکزی) و اصلاح ساختار خدمات‌رسانی به حوزه نفوذ این گونه مراکز را مورد توجه قرار می‌دهد.

در ردیف طرح بهسازی آمده است که بهسازی تهیه و اجرای طرح جامعی است که ضمن انجام بررسیهای اقتصادی، اجتماعی و ... در سطح دهستان و روستای مرکزی (مرکز دهستان) به ارائه سطح‌بندی خدمات در سطح دهستان می‌پردازد و طرح هادی روستای مرکزی و الگوی هدایت فیزیکی حوزه نفوذ را ارائه می‌دهد.<sup>۱</sup> توجه به ضرورتها و اهداف طرحهای بهسازی، مفاهیم نهفته در تعریف فوق را روشن خواهد نمود.

این ضرورتها و اهداف عبارتند از:<sup>۱۰</sup>

۱- ارتقای سطح زندگی روستاییان از طریق ارائه خدمات متناسب و ایجاد اشتغال.

۲- تنسيق فضا و تبیین جایگاه روستا و ایجاد وحدت رویه در سرمایه‌گذاری و خدمات‌رسانی به روستا.

۳- ایجاد کانونهای خدمات‌رسانی و تولیدی از طریق رونق کشاورزی، استقرار صنعت و رونق تجارت.

۴- اصلاح و بهبود محیط زیست و ساختار فیزیکی روستا.

۵- کاهش روند مهاجرت و نگهداشت مطلوب جمعیت در روستا.

با توجه به تعریف، ضرورتها و اهداف طرحهای بهسازی که از سال ۱۳۶۵ در سرلوحه برنامه‌های مطالعاتی و اجرایی وزارت جهادسازندگی در امر عمران و بهسازی روستاها قرار گرفت، در می‌یابیم که طرحهای بهسازی دارای ویژگیها و ابعاد ذیل می‌باشند:

الف: با توجه به هدف ارتقای سطح زندگی روستا، در این‌گونه طرحها، روستا به‌عنوان یک کل مطرح است و توسعه زندگی روستایی هدفی فراتر و برتر از رشد ابعاد مختلف زندگی روستاییان دارد.

ب: در این طرح، کلیه ساختارهای تشکیل‌دهنده زندگی روستایی اعم از ساختارهای محیطی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی مورد توجه است و با توجه به شرح خدمات طرحهای بهسازی در می‌یابیم که روابط فی‌مابین عناصری هر یک از ساختارها، از اهم مسائل مورد توجه این‌گونه برنامه‌ریزی است.

ج- یکی از اساسی‌ترین بخشهای مطالعاتی و برنامه‌ریزی طرحهای بهسازی، تشخیص و تعیین و تقویت نقش عمده روستای مرکزی است که در راستای مفهوم کلیت دیدگاه سیستمی در قالب برنامه‌ریزی یکپارچه مورد توجه قرار می‌گیرد.

د- در این طرحها، وجه توجه و برنامه‌ریزی روستای مرکزی قوی‌تر از مطالعات ناحیه‌ای است. زیرا در بعد حوزه نفوذ روستای مرکزی ضمن مطالعه اجمالی ساختارهای ناحیه مورد نظر، الگوی کلی توزیع خدمات و توسعه فیزیکی ارائه می‌گردد. لیکن برای روستای مرکزی ضمن مطالعه عمیق کلیه عناصر و روابط فی‌مابین آنها، برنامه مشخصی برای اشتغال، آموزش، خدمات مورد نیاز، توسعه فیزیکی، الگوی مسکن و غیره

روستا داده می‌شود.

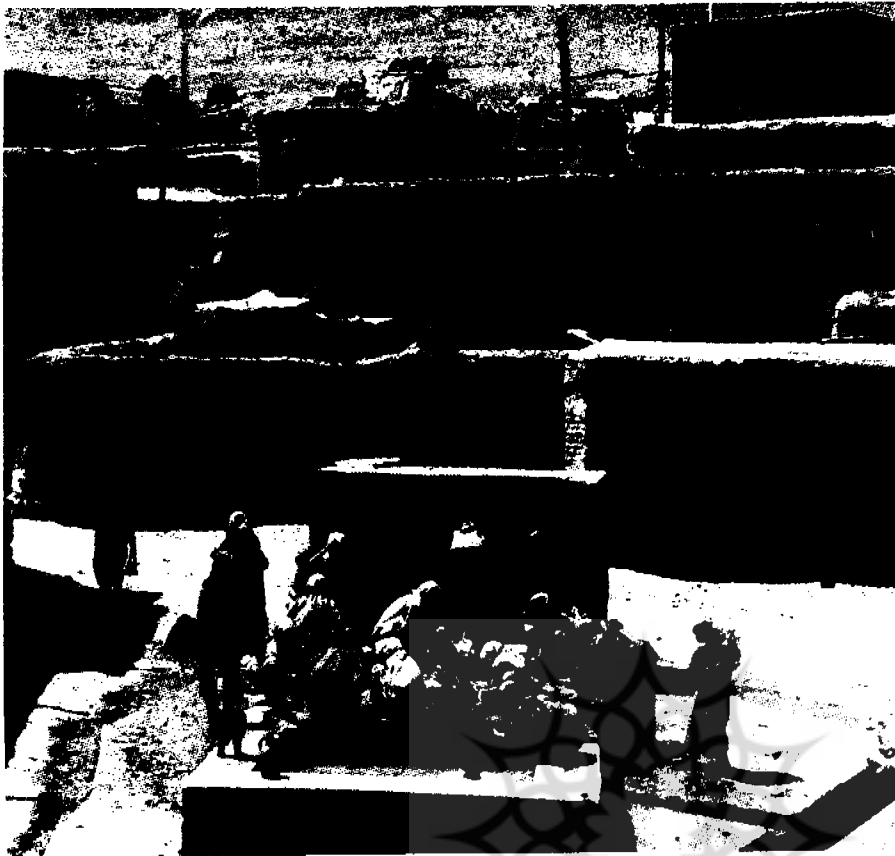
پس می‌توان گفت: طرحهای بهسازی به واقع برنامه‌ریزی توسعه یکپارچه نقاط روستایی است که در روستاهای مرکزی (مراکز دهستان و ...) متجلی می‌شود و با توجه به خصیصه‌های نگرش سیستمی به روستا به امر تنسيق فضا، کشف روابط و تنظیم عملکردها و درنهایت، توسعه زندگی روستاییان در همه زمینه‌ها می‌پردازد.

چنانچه قبلاً ذکر شد، روستاییان به‌عنوان یک سیستم مستقل در مرتبه بالاتر از خود یک عنصر از سیستم ناحیه‌ای است که بدان تعلق دارد و از طرفی خود به‌عنوان یک سیستم دارای عناصر، کلیت، روابط عنصری و سلسله مراتب وجودی عناصر و ساختارهای متشکله می‌باشد. حال با توجه به این دو خصیصه مهم روستا، نگرش سیستمی، نقش طرحهای بهسازی در توسعه روستایی چگونه خواهد بود؟ به عبارت دیگر طرحهای بهسازی (با توجه به تعریف و اهداف) در چه سطحی از سلسله مراتب برنامه‌ریزی، مطلوب خواهد بود؟ بیان چند مقوله ذیل، موضوع را آشکار می‌سازد:

الف: رفتار عمومی روستا (داده - ستانده) و روابط آن با سایر نقاط، تعیین‌کننده جایگاه و نقش روستا در کل ناحیه خواهد بود که به تبع آن سطح تولید، اشتغال و خدمات آن روستا براساس نظام سلسله مراتب و طبقه‌بندی نقاط روستایی و شهری تعیین می‌گردد. این مهم در طرحهای توسعه یکپارچه نواحی یا طرحهای ساماندهی با مفهوم توسعه یکپارچه روستایی صورت می‌گیرد.

ب: پس از آنکه نقش و جایگاه روستا در نظام ناحیه‌ای معین شد، عناصر تشکیل‌دهنده روستا (ساختارها) باید در راستای آن هدف و کلیت آرایش یافته و روابط متقابل و سلسله مراتب عملکردی داشته باشند که این امر، در قالب طرحهای بهسازی (با ماهیتی که قبلاً بحث شد) صورت می‌گیرد.

ج: با توجه به دو نکته اساسی فوق‌الذکر، طرحهای بهسازی می‌تواند به تعیین نقش و رفتار ناحیه‌ای روستای مورد نظر کمک نماید. (برنامه‌ریزی از پایین به بالا) و باید دقت داشت که این‌گونه طرحها به روستا به‌عنوان یک سیستم، یکپارچه می‌نگرد و صرفاً طرحهای فیزیکی - کالبدی نیستند.



با توجه به ۳ مقوله ذکر شده که باید طرحهای بهسازی، و جایگاه آن در نظام برنامه‌ریزی کشور (به عقیده این جانب) مورد توجه قرار می‌گیرد، طرحهای بهسازی فراهم آورنده بستر لازم برای توسعه روستایی و مکانهای خوبی برای رشد صنعت می‌باشد. ضرورت دارد تا این‌گونه طرحها با انجام اصلاحات لازم و تقویت جایگاه برنامه‌ریزی آن ادامه یابند. برخی از این ضرورتها را می‌توان در زمینه‌های ذیل جستجو نمود.

## ■ ضرورت‌های توجه به بهسازی روستاها

با توجه به تبیین طرحهای بهسازی به عنوان طرحهای توسعه یکپارچه روستاهای مرکزی در این نوشتار، ضرورت ادامه این فعالیت و حل مشکلات علمی و اجرایی احتمال بر سرراه این‌گونه فعالیت، از موارد ذیل ناشی می‌شود:

### الف: تکمیل حلقه‌ها و سلسله مراتب برنامه‌ریزی در کشور

به نظر می‌رسد که می‌توان سطوح برنامه‌ریزی را به شکل زیر دسته‌بندی نمود:

- ۱ - برنامه‌ریزی ملی ۲ - برنامه‌ریزی استانی یا منطقه‌ای ۳ - برنامه‌ریزی ناحیه‌ای ۴ - برنامه‌ریزی محلی یا روستایی

با توجه به اینکه طرحهای آمایش سرزمین جمهوری اسلامی ایران در مرحله تصویب و اجرا، همچنان در حاله‌ای از ابهام قرار دارند، در سطح ملی و استانی نمی‌توان به طرح فراگیری اشاره نمود. در حال حاضر، در سطوح استان و شهرستانها، طرحهای جامع شهرستان، طرح طبقه‌بندی روستاها و تعیین خطوط استراتژی توسعه روستایی، طرحهای سازماندهی روستاهای برآکنده و غیر مطرح می‌باشد که به همراه طرحهای توسعه یکپارچه نواحی روستایی سدرج در برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۷۸ - ۱۳۷۴)، می‌تواند تا سطوح ناحیه‌ای را برنامه‌ریزی نموده، نقش و جایگاه روستاها را در نظام برنامه‌ریزی کشور، استان و مناطق و نواحی تعیین نماید. در صورت انجام چنین طرحهایی آنچه باقی خواهد ماند، برنامه‌ریزی در سطح روستا خواهد بود که طبیعتاً روستاهای مرکزی در اولویت هستند و لازم

که لازم است سالانه حدود ۷۵ هزار فرصت شغلی جدید (جمعاً ۳/۵ میلیون) در بخش صنعت تا سال ۱۴۰۰ ه.ش به وجود آید.

فراهم نمودن مکانی مناسب برای استقرار واحدهای تولید و اسکان جمعیت مذکور نیازمند توجه به نقاط روستایی است. از این نظر مراکز روستایی (مراکز دهستان و روستاهای مرکزی) عموماً وضعیت متناسبی دارند و از نظر جغرافیایی امکان استقرار صنایع، خدمات و جمعیت را فراهم می‌کند. لیکن به دلیل نداشتن برنامه توسعه خاص، رشد این‌گونه روستاها به صورت ناموزون صورت گرفته و حتی بدلیل عدم یکپارچگی در برنامه‌ریزی، مهاجرپرست نیز شده‌اند. نزریق سرمایه، ارائه خدمات، اصلاح بافت فیزیکی و آرایش مطلوب عناصر تشکیل دهنده این‌گونه روستاها که هدف طرحهای بهسازی است، زمینه لازم برای نگهداشت مطلوب جمعیت مذکور و ایجاد فرصتهای شغلی لازم را فراهم خواهد کرد.

### ج - اصلاح نظام توزیع جغرافیایی جمعیت در کشور

با عنایت به تغییر سیاست توسعه کشور از اتکا به درآمد نفت و گسترش بازار مصرف متمرکز

است که با نگرش سیستمی و در قالب برنامه‌ریزی یکپارچه توسعه روستایی به انجام برسد. با عنایت به تمسیری که از طرحهای بهسازی انجام شد، این سطح از برنامه‌ریزی نیز با این‌گونه طرحها پوشش داده می‌شود.

ضمن آنکه در صورت خلاء برنامه‌های ناحیه‌ای و استانی، طرحهای بهسازی از پایین به بالا تعیین کننده نقش روستاها و در نهایت باروی برنامه‌ریزی در سطوح فوق‌الذکر خواهند بود.

### ب - نگهداشت مطلوب جمعیت در روستا و ایجاد زمینه‌های اشتغال و سرمایه‌گذاری

مطابق یکی از برآوردهای جمعیتی کشور<sup>۱۱</sup> تا سال ۱۴۰۰ ه.ش جمعیت ایران به حدود ۱۳۰ میلیون نفر خواهد رسید که از این رقم، حدود ۳۰ میلیون نفر در نقاط روستایی به سر خواهند برد. برای تأمین زندگی اقتصادی جمعیت مذکور (روستایی)، در سال ۱۴۰۰، لازم است که حداقل ۹/۸ میلیون فرصت شغلی وجود داشته باشد که ۳/۵ میلیون فرصت شغلی در بخش کشاورزی، ۳ میلیون در بخش خدمات و حدود ۳/۵ میلیون فرصت شغلی در بخش صنعت. در حال حاضر، در بخش صنعت ۱/۵ میلیون فرصت شغلی وجود دارد

یکی از برآوردهای جمعیتی کشور تا سال ۱۴۰۰ هـ ش جمعیت ایران به حدود ۱۳۰ میلیون نفر خواهد رسید که از این رقم، حدود ۳۰ میلیون نفر در نقاط روستایی به سر خواهند برد. برای تأمین زندگی اقتصادی جمعیت مذکور (روستایی) در سال ۱۴۰۰، لازم است که حداقل ۹/۸ میلیون فرصت شغلی در بخش کشاورزی، ۳ میلیون در بخش خدمات و حدود ۳/۵ میلیون فرصت شغلی در بخش صنعت. در حال حاضر، در بخش صنعت ۱/۵ میلیون فرصت شغلی وجود دارد که لازم است سالانه حدود ۷۵ هزار فرصت شغلی جدید (جمعاً ۳/۵ میلیون) در بخش صنعت تا سال ۱۴۰۰ هـ ش به وجود آید.

### ■ مشکلات موجود و راهبردهای قابل توجه

چنانچه ذکر شد، طرحهای بهسازی در زمره طرحهای توسعه یکپارچه روستایی می‌توانند به عنوان حلقه یزین نظام برنامه‌ریزی کشور و در قالب برنامه‌ریزی از پایین به بالا، جریان توسعه در روستاهای مرکزی را سامان دهند و هدف تنسيق فضا و توسعه زندگی را در مراکز روستایی (دهستان و روستاهای مرکزی) محقق نمایند. این‌گونه طرحها که ماهیتاً سیستمی و یکپارچه هستند کلیه ساختارهای موجود در روستا را پوشش می‌دهند و طبیعتاً برنامه‌ریزی آن، عناصر و در نهایت بخشهای اجرایی را دربر می‌گیرد، با مسائلی روبرو است که در ذیل ذکر می‌شود:

الف - وجود برنامه‌ریزی بخشی در کشور و عدم اجرای کلیه بخشهای این طرح.

ب - تبلور فیزیکی طرحهای بهسازی و نهایتاً ضعف در کارکردهای برنامه‌ریزی شده روستا.

ج - موازی‌کاری و تفاوت علمی و اجرایی طرحهای بهسازی (یا هادی)

د - فقدان مدیریت یکپارچه روستایی و طبیعتاً مدیریت نگهداری در روستاها.

ه - ابهام و تشتت‌آرا در نگرش به مفهوم آینده روستاهای کشور.

و - فقدان طرحهای توسعه‌ای در سطح استان و نواحی روستایی به عنوان حلقه‌های پیشین طرحهای بهسازی.

ز - گسترش اندک صنایع روستایی به دلایلی چون:

- عدم تناسب ابزار تولید با واقعیت‌های بازار ملی و جهانی.

- گرایش عمومی برنامه‌ریزی صنعتی کشور به

در برنامه دوم توسعه برای نخستین بار، بخش عمران روستایی و عشایری به صورت مستقل در نظر گرفته شده و عمران و نوسازی روستاها به عنوان یک فصل تعریف شده است. جهت‌گیریهای عمده برنامه به طرف توسعه اشتغال و ارتقای سطح زندگی روستاییان با استفاده از طرحهای توسعه یکپارچه نواحی روستایی و ساماندهی روستاهای پراکنده می‌باشد. اهداف کیفی این فصل، عبارتند از:

۱ - توسعه یکپارچه فضاهای دارای ظرفیت بالقوه رشد روستایی.

۲ - بهبود کیفیت زیست، اصلاح ساختار کالبدی و بهبود کیفیت سکونتگاههای روستایی.

۳ - ارتقای نقش روستاییان در اداره امور روستاها.

۴ - ارتقای ظرفیت اشتغالزایی صنایع کوچک.

۵ - برقراری تناسب بین ارائه خدمات و جمعیت روستایی.

۶ - اصلاح الگوی استقرار جمعیت در نواحی روستایی.

چنانچه ملاحظه می‌شود، هدف‌گذاری برنامه دوم در فصل عمران و نوسازی روستاها در راستای توسعه یکپارچه نقاط و نواحی روستایی بوده و امکان تعریف و اجرای پروژه‌های بهسازی در این قالب را به خوبی فراهم کرده است. براساس تبصره ۸۰ قانون برنامه، قرار است تا پایان برنامه دوم، حدود ۲۵۶۰ طرح بهسازی برای روستاهای مرکزی تهیه شود که در این صورت، بالغ بر ۳/۹ میلیون نفر از ساکنین روستاها تحت پوشش طرحهای بهسازی قرار خواهند گرفت.

به طرف اتکا به منابع تر، داخلی و کنترل مصرف، لاجرم نظام توزیع جمعیت نیز به صورت غیرمتمرکز در خواهد آمد. برای تحقق این هدف، روستاهای کشور به ویژه روستاهای مرکزی مکان مناسبی خواهند بود و طرحهای بهسازی اجزای مناسب جهت برنامه‌ریزی این مهم می‌باشند.

### د - سیاست فقرزدایی

پذیرش این سیاست ما را به توجه بیشتر به روستاها و رفع محرومیت‌های اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و خدماتی این نقاط سوق می‌دهد. گسترش خدمات برتر، استقرار واحدهای تولیدی، رونق تجارت و رفع مشکلات زیست‌محیطی که در زمره اهداف طرحهای بهسازی است، ضرورت توجه به این‌گونه طرحها را در راستای سیاست فقرزدایی از روستاها آشکار می‌کند.

### ■ بهسازی در برنامه دوم توسعه

تهیه و اجرای طرحهای بهسازی از سال ۱۳۶۵ در دستور کار وزارت جهادسازندگی قرار گرفت و متعاقب آن، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی تهیه و اجرای این‌گونه طرحها را با نام طرح هادی آغاز نمود.

در برنامه اول توسعه، جمهوری اسلامی ایران (۷۲ - ۱۳۶۸) و سالهای ۱۳۷۳ و ۱۳۷۴ وزارت جهادسازندگی جمعاً ۸۴۵ طرح مطالعاتی بهسازی روستایی با جمعیتی بالغ بر ۲/۸ میلیون نفر را به انجام رسانده و عملیات اجرایی حدود ۵۸۰ روستا را پیگیری نموده است. اگرچه، در مبنای ارقام، تفاوت ماهوی وجود دارد، لیکن بنیاد مسکن انقلاب اسلامی نیز، حدود همین میزان فعالیت تهیه و اجرای طرح هادی داشته است.<sup>۱۲</sup>

● با توجه به لزوم توجه هر چه بیشتر به امر برنامه‌ریزی توسعه روستایی و با توجه به اهداف متعالی نظام اسلامی در رفع محرومیتها و فقرزدایی، تکمیل حلقه (و سلسله مراتب برنامه‌ریزی کشور، تمرکز مطلوب جمعیت در نقاط روستایی و اصلاح نظام توزیع جغرافیایی جمعیت ضرورت پرداختن به این گونه طرحها و اصلاح، تکمیل و اجرای آن آشکار می‌باشد. لیکن تحت تأثیر نظام برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی بخشی، عدم هماهنگی سازمانها در اجرای پروژه‌های توسعه روستایی و فقدان ابزاری کارآمد و قومی در هماهنگی و یک سو نمودن کلیه سیاستها، طرحها، برنامه‌ها و پروژه‌ها پیشنهادی، طرحهای بهسازی به طور تمام و کمال انجام نگرفته و در اغلب موارد تمامیت طرح صرفاً در اصلاح کالبدی معابر روستایی که یکی از اهداف طرح بهسازی است، خلاصه می‌گردد.

صنایع پایه و مادر.

- عدم گرایش بخش خصوصی.

- مسائل مربوط به ساختار کالبدی روستاها و ارتباطات ناحیه‌ای در برخی مناطق.

- فقدان سرمایه در دست اهالی و ضعف منابع بانکی.

با عنایت به مسائل مطروحه در تهیه و اجرای مطلوب طرحهای بهسازی، برخی اقبهای روشن و راهبردهای قابل توجه نیز وجود دارد که می‌تواند حلال بسیاری از مسائل مذکور باشد که عبارتند از:

الف - به منظور حل پاره‌ای از مسائل ناشی از برنامه‌ریزی بخشی در کشور، تشکیل شوراهای هماهنگی عمران روستایی در مراکز استان می‌تواند راهگشا باشد. شورای هماهنگی عمران روستایی کشور در محل وزارت جهادسازندگی تشکیل شده و امید می‌رود که بزودی با اعلام دستورالعمل اجرایی از مرکز، شوراهای مذکور در مراکز استان نیز تشکیل شود. این شورا، وظایفی چون برنامه‌ریزی و سیاستگذاری پروژه‌های توسعه روستایی، تصویب ساختار خدمات‌رسانی به روستاها، تصویب طرحهای توسعه روستایی و نظارت بر حسن انجام آن‌را بر عهده خواهند داشت که در این صورت، ضمن آنکه طرحهای بهسازی و نظایر آن از پشتوانه قانونی برخوردار خواهند شد، ضمانت اجرایی پروژه‌های تعریف شده در این‌گونه طرحها نیز از طرف اعضای شورا (که تمامی دستگاههای دخیل در امر عمران روستایی هستند) صورت خواهد گرفت.

ب - با تصویب قانون تشکیل شوراها و تعیین دهیار برای هر روستا در سال جاری تا حدودی زمینه قانونی برای ایجاد مدیریت یکپارچه روستایی فراهم شده است.

ج - گسترش اشتغال صنعتی در روستا نیازمند تحول در چرخه سرمایه‌گذاری و ابزار تولیدی است و لازم است که تکنولوژی کارآ، جایگزین تکنولوژیهای کوچک و کند شود.

د - همچنان که مدیریت یکپارچه روستایی از ضرورت‌های توسعه روستایی است، تولی‌گری واحد نیز جزء ضرورت‌های این توسعه می‌باشد و لازم است تا موازی‌کاریهای موجود به نحو مطلوب مرتفع شود.

ه - نگرش به روستا به عنوان یک خوابگاه و سکونتگاه محض ما را به انحراف خواهد کشاند. روستا دارای هویت و کلیت بوده و زنده و پویا است. علاوه بر این، مرزهای موجود میان روستا و شهر در حال فروریختن است و اساساً یکپارچگی فضایی فضایی شهر و روستا در قالب روابط وسیع و تحولات سریع در حال شکل‌گیری است. لذا، دوری جستن از تفرکات سنتی زندگی روستایی، غیر از سنت‌گرایی اقتصادی و کالبدی مورد نظر این نوشتار می‌باشد. چرا که اعتلای ارزشهای سنتی و ذی‌نی در روابط انسانی روستاییان، لازمه توسعه انسانی است.

و - در حال حاضر، طرحهای طبقه‌بندی و تعیین خطوط استراتژی توسعه روستایی توسط وزارت جهادسازندگی برای کلیه استانها در دست تهیه است و با توجه جدی به تهیه طرحهای توسعه یکپارچه نواحی روستایی و طرحهای ساماندهی روستاهای پراکنده و سایر طرحهای جامع منطقه‌ای خلاء موجود در سطوح برنامه‌ریزی استانی و منطقه‌ای آن‌شاء... برطرف خواهد شد.

### ■ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

اشاره شد، که روستا یک پدیده فضایی - مکانی است که دارای هویت مستقل و روابط وسیع

پیرامونی است. روستا در نظام منطقه‌ای به عنوان یک جزء از کل است که کمابیش به صورت فعال به ایفای نقش می‌پردازد. در این نظام روستا دارای رفتار مشخصی است که از نقش اجتماعی، اقتصادی و قدرت ارتباطی آن در یک فضای فراتر نشأت می‌گیرد. روستاها به عنوان نقاطی مستقل در نظام منطقه‌ای به وسیله شبکه‌ای از ارتباطات (ساختاری و عملکردی) با هم و با نقاط شهری اتصال می‌یابند.

با حرکت در عمق و توجه به ماهیت وجودی یک روستا، این پدیده زنده و پویا دارای عناصر تشکیل‌دهنده‌ای است که دارای کارکرد مکمل هم می‌باشند، در واقع هر روستا یک تیم محسوب می‌شود. عناصر وابسته به ساختار اجتماعی و فرهنگی، عرصه‌های اقتصادی و ساختار فضایی - کالبدی اجزاء تیم روستا می‌باشند که دارای ارتباط، سلسله مراتب و کلیت واحد هدفمند می‌باشند. این عناصر و عرصه‌های ساختاری دارای روابط متقابل و به هم فزاینده هستند که فی مابین خود و در کل تیم روستا تعریف و تبیین می‌گردند. کلیه این فعالیتها و تعاملات در روستا مکمل نقش عناصر و بروز هویت روستایی است. زمانی که سخن از روستای زنده و پویا به میان می‌آوریم، منظور ما تیمی است که در آن هر یک از عناصر اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و کالبدی نقش خود را به خوبی انجام داده و در حد لازم مورد توجه و تقویت قرار بگیرد. در چنین وضعیتی یکپارچگی روستایی یابداز می‌شود. در غیر این صورت حلقه اتصال اجزاء از هم گسیخته و پراکندگی روستایی حاصل آن خواهد بود. با تحقق هدف یکپارچگی در روستا و کارکرد صحیح تیم، سطح زندگی، سطح ارزشهای اجتماعی و

محیطی ارتقاء یافته و منافع حاصل، فراتر از مجموع هزینه‌های صورت گرفته، به توسعه روستا در همه ابعاد منجر خواهد شد.

با توجه به تعریف و اهداف فرض شده برای طرح‌های بهسازی، اجرای کامل و صحیح این گونه طرح‌ها، منجر به یکپارچگی فضایی و آرایش مکانی بهتر و رفع نواقص ساختاری و کارکردی روستا خواهد شد. این طرح‌ها به مثابه ابزاری مهم در برنامه‌ریزی توسعه نقاط روستایی (بویژه نقاط مرکزی) در قالب رهیافت توسعه یکپارچه نواحی روستایی و با توجه به خصیصه‌های نگرش تیمی به روستا مطرح بوده و به امر تنسيق فضا، کشف روابط و تنظیم عملکردها و در نهایت توسعه زندگی روستائیان در همه ابعاد می‌پردازد.

با توجه به لزوم توجه هرچه بیشتر به امر برنامه‌ریزی توسعه روستایی و با توجه به اهداف متعالی نظام اسلامی در رفع محرومیتها و فقرزدایی، تکمیل حلقه‌ها و سلسله مراتب برنامه‌ریزی کشور، تمرکز مطلوب جمعیت در نقاط روستایی و اصلاح نظام توزیع جغرافیایی جمعیت، ضرورت پرداختن به این‌گونه طرح‌ها و اصلاح، تکمیل و اجرای آن آشکار می‌باشد. لیکن تحت

تأثیر نظام برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی بخشی، عدم هماهنگی سازمانها در اجرای پروژه‌های توسعه روستایی و فقدان ابزاری کارآمد و قوی در هماهنگی و یک‌سو نمودن کلیه سیاستها، طرح‌ها، برنامه‌ها و پروژه‌های پیشنهادی است و در نتیجه طرح‌های بهسازی به‌طور تمام و کمال انجام نگرفته و در اغلب موارد تمامیت طرح صرفاً در اصلاح کالبدی معابر روستایی که یکی از اهداف طرح بهسازی است، خلاصه می‌گردد. به نظر نگارنده از جمله ضرورت‌های بنیادی در نظام

حشی توسعه روستایی توجه به این مشکل مهم و اصلاح مکانیزم فعلی در اجرای طرح‌های بهسازی روستایی است. طرح‌هایی که در صورت تحقق کامل و اجرای سیاستها و پروژه‌های آن به عنوان یک سند توسعه نقاط روستایی می‌تواند، بسنر مناسبی برای برنامه‌ریزی توسعه روستایی باشد. تحقق این خواست نیازمند تحقق و تفحص بیشتر و اصلاح و تکمیل ساختار اینگونه طرح‌ها و برقراری نمودن مکانیزم‌های مؤثر اجرایی آن می‌باشد.

## پی‌نوشتها:

- ۱- آر - پی - میسراوجی . شیرچیمما، "برنامه‌ریزی مشارکتی برای توسعه از سطوح پایین" مجله جهاد، شماره ۹۳
- ۲- برای کلمه سیستم System واژه‌هایی چون نظام، منظومه، تشکیلات غیره در فارسی در نظر گرفته شده است.
- ۳- فرشاد مهدی نگرش سیستمی انتشارات امیرکبیر ۱۳۶۲ ص ۴۲-۴۳
- ۴- همان منبع: ص ۴۶
- ۵ و ۶- رک همان منبع ص ۴۷-۴۶
- ۷- عبدالحی حسنت مقاله توسعه روستایی همه جانبه فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۱، وزارت جهاد سازندگی، ۱۳۷۳، ص ۲۱
- ۸- صرافقی مظفر نسیری در مباحث توسعه فضایی سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۶۴، ص ۱۷
- ۹- اداره کل بهسازی و مسکن کلیات طرح بهسازی معاونت عمران وزارت جهاد سازندگی ص ۲
- ۱۰- همان منبع ص ۶-۲
- ۱۱- رک، معاونت عمران و صنایع روستایی وزارت جهادسازندگی "طرح طبقه‌بندی روستاها و تعیین خطوط استراتژی توسعه و عمران روستایی" جلد دوم: روند تحولات و آینده‌نگری ۱۳۷۴
- ۱۲- اداره کل بهسازی و مسکن گزارش عملکرد برنامه اول ۱۳۷۳ و گفتگوی شفاهی
- ۱۳- پیوست قانون برنامه دوم توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، فصل عمران و نوسازی روستاها.

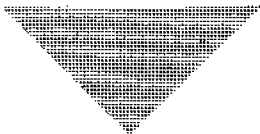
## فهرست منابع و مآخذ

- ۱- آر - پی - میسراوجی . شیرچیمما، "برنامه‌ریزی مشارکتی برای توسعه از سطوح پایین" مجله جهاد، شماره ۹۳
- ۲- فرشاد مهدی نگرش سیستمی انتشارات امیرکبیر ۱۳۶۲
- ۳- عبدالحی حسنت مقاله "توسعه روستایی همه جانبه" فصلنامه روستا و توسعه، شماره ۱، ۱۳۷۳
- ۴- صرافقی مظفر نسیری در مباحث توسعه فضایی سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۶۴
- ۵- اداره کل بهسازی و مسکن کلیات طرح بهسازی معاونت عمران وزارت جهاد سازندگی
- ۶- وزارت جهادسازندگی "طرح طبقه‌بندی روستاها و تعیین خطوط استراتژی توسعه و عمران روستایی"، ۱۳۷۴
- ۷- اداره کل بهسازی و مسکن "ارزیابی عملکرد برنامه اول و اهداف برنامه دوم"، ۱۳۷۲
- ۸- پیوست قانون برنامه دوم توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، (۷۸-۱۳۷۴)

۹- اسکاپ، مهندسین مشاور رهنمودهایی برای برنامه‌ریزی مراکز روستایی مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، وزارت جهادسازندگی، ۱۳۷۱

۱۰- اوکلی پیترومارسدن دیوید رهیافتهای مشارکت در توسعه روستایی مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، وزارت جهاد سازندگی، ۱۳۷۰

۱۱- آورم بن دیوید - وال برنامه‌ریزی توسعه نواحی روستایی روستا و توسعه، شماره ۲۱، وزارت جهاد سازندگی، ۱۳۷۴



## ● بقیه از صفحه ۷۴

ed.). Food and Agricultural organization of the United Nations. Rome.

24- University of Minnesota, Minnesota Extension Service. Dairy Initiatives, strategies for success in the 90's. Minnesota Extension Service, St. Paul. 1991.

25- Vines, C.A. and Anderson, M.A. (1976). Heritage horizons : extension commitment to people. Madison WI Extension Journal , Inc.

## ● پی‌نوشتها

- 1- Dairy Intitive Demonstration Farms Program.
- 2- (Maalouf , W.D 1965. Cook, B. D 1966. Arokoyo, J.O 1981 Oni. D.O 1983. Peters, R. R, Manspeaker, J. E. and Cohen, E. R. 1986. Riesenber, L. E. and obel Gor, c.1989).
- 3- S.C.C = Somatic cell Count
- 4- TMR = Total Mix Ration



# مشارکت و توسعه ایده‌ها و تجارب

حاصل مطالعات میدانی در روستای کلاه سیاه شهرستان ممسنی

■ دکتر سوزان رایت

## ■ اشاره

خانم دکتر رایت از کشور انگلستان و فارغ التحصیل دانشگاه آکسفورد است و صاحب ۵ کتاب و ۲۷ مقاله علمی در مورد مسایل مشارکت می‌باشد. وی در دانشگاه «ساکس» این کشور مشغول تدریس است. علاقه و گرایش تخصصی نامبرده، مشارکت و کاربرد آن در توسعه است. گزارشی که در پیش رو دارید در دو بخش تنظیم شده است که: بخش اول شامل مباحث نظری و دیدگاه‌های رایج در زمینه توسعه و مشارکت و بخش دوم شامل آرایه تجارب و مطالعه میدانی وی در روستای کلاه سیاه شهرستان ممسنی است.

باشد و باید مردم عناصری فعال و خلاق در روند توسعه باشند.

این رهیافت، تأثیر به‌سزایی بر رابطه کارشناسان، محققان و مردم می‌گذارد و آنان بیشتر نقش راهنما و مشاور مردم را در فرایند توسعه پیدا می‌کند.

در این میان، هر دو الگوی سنتی و نوین توسعه به لحاظ مثبت بودن واژه مشارکت از این بهره می‌برند و معانی و تعابیر مورد نظر خویش را استنباط می‌نمایند. لذا، باید گفت: مشارکت در زمانهای متفاوت و از دیدگاه‌های گوناگون، معانی متفاوتی یافته است. برای مثال، در انگلستان پنج نوع استفاده و استنباط مشخص و متفاوت از واژه «مشارکت» شده است، که بعضاً در کشورهای جهان سوم نیز، چنین بوده است. این موارد عبارتند

موارد، به نفع مردم نبوده است.

۵- روند اجرای طرح‌های توسعه از «بالا به پایین - Top - Down» بوده است.

۶- به جای این که در فرایند توسعه، مردم هدف اصلی قلمداد شوند، همچون مسهره‌های بازی و عناصری بی‌اختیار در روند توسعه، قلمداد شدند.

۷- در الگوی سنتی توسعه، هر نوع تغییری در ساختار اجتماعی، اقتصادی مجاز شمرده می‌شود و حتی این فکر وجود دارد که فرهنگ جامعه نیز باید بر اساس اهداف ما تغییر یابد.

لیکن، نگرش نوین به توسعه برخلاف مدل سنتی بر نقش مردم و اهمیت آن در فرایند توسعه تأکید می‌نماید و معتقد است: توسعه نباید از بیرون به جامعه تحمیل شود، بلکه باید درون‌زا

در بخش اول و در مباحث نظری مشارکت، به دو شیوه نگرش سنتی و نوین توسعه اشاره شده که الگوی سنتی توسعه در سالهای اخیر، در نتیجه مباحث نظری و نیز تجارب به دست آمده از فعالیتهای اجرایی به طور جدی مورد انتقاد بوده است. موارد ذیل، به عنوان نقاط ضعف آن بر شمرده شده است:

۱- مدل سنتی توسعه، موجب در حاشیه قرار گرفتن بخشی از مردم و بی‌بهره ماندن آنها از نتایج طرح‌ها و فعالیتهای توسعه‌ای می‌شود.

۲- توسعه از بیرون به جامعه آرایه و دیکته می‌گردد.

۳- روند توسعه بیشتر بر اشیاء، جاده‌ها، طرح‌های عمرانی و... تأکید دارد تا انسان.

۴- نتایج پروژه‌های توسعه در بسیاری از

از:

۱- بعد از جنگ جهانی دوم و استقلال کشورهای متحده و نیاز به بازسازی و نوسازی ویرانه‌های ناشی از جنگ و پیشرفت در مسیر صنعتی شدن زندگی روستایی جذب نظام ملی گردید. در این دوران مشارکت بخش سنتی جامعه در روند صنعتی شدن به عنوان یک ضرورت مطرح بود. در این رهیافت مردم مهره‌هایی تلقی می‌شدند که باید جذب نظام جدید شوند.

۲- در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، با رشد دولتهای محلی در انگلستان که برنامه‌هایی برای بهبود توسعه مناطق تحت اختیار داشتند، بحث مشارکت مردم، توسط شوراهای محلی مطرح شد. لیکن، طرحهای بازسازی منطقه‌ای چارچوب مدون داشت و فقط مردم می‌توانستند درباره جزئیات نظر دهند و در مواردی که اصول و چارچوب طرحها را قبول نداشتند، قدرت اعمال تغییر در آن را نداشتند. از طرفی، دولتهای محلی نیز، ادعا می‌نمود که نظرات مردم درباره طرحها منعکس شده است.

۳- استفاده دیگری که از مشارکت شده، در مواردی بوده که طرحها و پروژه‌های عمرانی طراحی گردیده است و مردم باید تنها از طریق کمک مالی یا ارایه نیروی انسانی در انجام طرحها مشارکت نماید.

۴- در برداشت دیگری که از مشارکت وجود دارد، مشارکت به عنوان یک متدولوژی و روش‌شناسی و یک ابزار برای تعیین نیاز مردم روش (P - R - A) شناخته شده است. لیکن، از مرحله شناخت نیازها به بعد، دیگر مردم نقشی ندارند و در مراحل برنامه ریزی، اجرا، ارزشیابی و ... همان روند «بالا به پایین - Top - Down» حاکم است.

۵- برداشت پنجم از این مفهوم، این است که مردم باید در تمامی روند توسعه مشارکت داشته باشند از طراحی تا اجرا و ارزشیابی و ... این خود مردم هستند که مسیر و تحولات و سمت و سوی برنامه‌های توسعه را تعیین می‌کنند. در واقع، دولت در روند برنامه‌ریزی مردم مشارکت می‌کنند. نه مردم در برنامه‌های دولت.

در حال حاضر، تمام تعاریف و برداشتهای فوق از توسعه مورد استفاده قرار می‌گیرد. سه تعریف اول، متعلق به مدل سنتی توسعه است،

تعریف چهارم، مدل انتقالی است و تعریف و برداشت پنجم از واژه مشارکت، خود یک هدف است که برای رسیدن به آن، طی مراحل زیر ضروری می‌باشد:

۱- ارزشیابی نیازها و طراحی پروژه از طریق: گفت و شنود دو طرفه بین دستگاههای دولتی و مردم، که هدف آن برقراری ارتباط دو سویه و متوازن بین مردم و مسئولین و کارشناسان است و منجر به شناخت بیشتر طرفین می‌شود.

۲- بهره‌گیری از دانش بومی و ارزش قایل شدن برای آن و برقراری ارتباط دو سویه و مثبت بین دانش بومی مردم و دانش علمی و دانشگاهی.

۳- اجرا: در اجرا، موارد ذیل باید مدنظر قرار گیرد: مردم باید احساس کنند که می‌توانند، در تمامی مراحل اجرای پروژه تصمیم‌گیری نمایند و همه چیز قابل تغییر است.

۴- وظیفه ما افزایش توان و ظرفیت‌های مردم برای سازماندهی و ایجاد تشکیلات است.

۵- باید بین مردم و دستگاههای اجرایی هماهنگی ایجاد شود.

۶- بازنگری:

از فعالیتهای انجام شده، بازنگری منتقدانه صورت گیرد و این امر، به صورت یک سیکل مداوم و مستمر ادامه یابد. در این بازنگری، باید نظر مردم را دخیل نموده، به طرز تلقی آنان، بیشتر اهمیت دهیم.

۷- تأثیر توسعه بر گروههای ضعیف، ناتوان و فقیرمطالعه گردد و مشخص شود که آیا وضعیت آنان بهبود یافته است یا خیر؟

۸- تأثیر توسعه بر کل جامعه و بر اقتصاد محلی بررسی گردد و مشخص شود که منابع محلی چگونه مورد استفاده قرار گرفته‌اند؟ چه قدر از ارزش افزوده طرحهای انجام شده به مردم رسیده و چه مقدار از منطقه خارج گردیده است؟ در این الگو و روش، مردم خود با روند استفاده از منابع آشنا می‌شوند و برای برنامه‌ریزیها، سرمایه‌گذاریها و مشارکتهای آینده، آموزش می‌بینند. ساختار تصمیم‌گیری و رفتار کارشناسان، محققین و مسئولین امر عوض می‌شود و در نهایت، مردم خود را در موقعیت بهتری می‌بینند.

بخش دوم: مطالعه موردی روستای کلاذ سیاه در شهرستان ممسنی در استان فارس در بخش دوم گزارش به تجربه دکتر رایت در

مورد روستای کلاه سیاه شهرستان ممسنی از استان فارس پرداخته می‌شود. اولین سفر تحقیقاتی وی به این روستا، ۲۰ سال پیش بوده است؛ در آن هنگام در مورد تأثیر سیاست در زندگی مردم تحقیق کرده و بدین منظور، روستای فوق را برگزیده است. این روستا یکی از روستاهای فقیر و محروم عشایری منطقه بوده و حدود ۲۵۰ خانوار و ۲۵۰۰ نفر جمعیت داشته است. روستای فوق، در حادثه زلزله‌ای که در سالهای پس از انقلاب رخ داد، ویران شد و خسارات فراوانی دید. لیکن، تلفات جانی اندک بود. مردم روستا پس از این حادثه، تابستانها زیر چادر زندگی می‌کردند و در زمستانها به همان خانه‌های نیمه مخروبه پناه می‌بردند. متأسفانه در طرحی هم که بنیاد مسکن برای انتقال روستا به دو کیلومتری محل اصلی روستا تهیه کرده بود، با مردم مشورت نشد و نیازهای آنان مورد توجه قرار نگرفته بود. لذا، از لحاظ اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، اهالی روستای فوق را با مشکلاتی مواجه ساخت که در ذیل، به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱- اندازه خانه‌ها و طراحی فضاهای مربوط به آن با زندگی و معیشت روستایی‌ها ناسازگار و روستاییان برای مواردی از قبیل: انبار علوفه، محل نگهداری دام و ... مشکل داشتند.

۲- اهالی روستا در گذشته در خانواده‌های گسترده و در گروههای پدر تباری و خویشاوندی به نام «بیله» در یک خانه با هم زندگی می‌کردند، لیکن در شهرک این امکان وجود نداشت یا به طور کامل قابل اجرا نبود، لذا، موجب تبدیل خانواده‌های گسترده به خانواده‌های کوچک و هسته‌ای گردید.

۳- در ساخت شهرک از مصالح سنتی و محلی استفاده نشد و در واقع، دانش بومی مورد استفاده قرار نگرفت. مردم روستا نیز، که با تکنولوژی ساخت خانه‌های جدید آشنایی نداشتند، به ناچار از جاهای دیگر بتا و معمار آوردند و در این ارتباط ضررهایی را نیز متحمل شدند که در نتیجه منجر به تقویت احساس بی‌قدرتی در میان آنان شد.

۴- عدم هماهنگی بین ارگانهای دولتی نیز، موجب ایجاد مشکل در روند احداث شهرک کرد. برای مثال، تا زمانی که جهادسازندگی به

# توانهای بالقوه مناطق خشک

■ سید عباس میرجلیلی

## ۱- بخش گیاهی

مبنای گیاهی دارند و بخش عمده آنها به گیاهان مناطق خشک و نیمه خشک مربوط می‌شود. (۴) گیاهان دارویی در زمره گیاهان اقتصادی هستند، که در خدمت بشر قرار دارند و مواد بیوشیمیایی خاص و مفیدی را با مقادیر بسیار اندک (کمتر از یک درصد) در خود ذخیره می‌کنند. این مواد که جزء ترکیبات اصلی سازنده گیاه نیستند، نقش مستقیم آنها در حیات گیاه روشن نیست و متابولیستهای ثانویه خوانده می‌شوند. چنین ترکیباتی به رغم محصولات زراعی که در شرایط نامساعد محیطی، محصول نازل تری تولید می‌کنند، در وضعیت نامساعد، بازده اقتصادی برتری دارند.

مثالی از تأثیر شرایط اقلیمی گرم و خشک بر میزان ماده مؤثره یک گیاه، "حنای بلوچی" است. گیاه حنا در بسیاری از نقاط ایران، علاوه بر بلوچستان در استانهای کرمان، هرمزگان، فارس و حتی لرستان نیز، می‌روید. لیکن، محصول آنها هیچ‌گاه خواص و رنگ حنای روئیده در بلوچستان را ندارند.

گروه دیگری از گیاهان، موادی یا مصارف صنعتی تولید می‌کنند. اسانسها، صمغها و لعابها از موادی هستند که در صنعت، مصارف بسیاری دارند و تولید آنها بیشتر به گیاهان مناطق خشک و شرایط حاکم بر آنها برمی‌گردد.

مجارستان از جمله کشورهایی است، که در استفاده از توانهای بالقوه دارویی و صنعتی سرزمین خود سرمایه‌گذاری نموده و بالاترین سهم درآمد ملی خود را، به کشت و صنعت محصولات شیمیایی اختصاص داده است. استرالیا

اهمیت و ارزش گیاهان بر کسی پوشیده نیست، تا الفبای آبادانی (یعنی آب)، وجود نداشته باشد، گیاهی نخواهد بود و تا گیاهی نباشد، موجود زنده‌ای قادر به حیات نیست. منطقه عاری از گیاه، قابلیت سکونت برای هیچ موجودی ندارد و بدین جهت است که با ورود گیاه به یک منطقه همراه آن گیاه زندگی نیز پدیدار می‌شود.

قرن‌هاست، که انسانها از گیاهان مناطق خشک استفاده‌های بی‌شماری نموده‌اند و سوای از مصارف غذایی و صنعتی، مصارفی در زمینه‌های دارویی، ادویه‌ای، تخدیری و غیره داشته‌اند. در حیطه بحث ما، جالب‌ترین گیاهان آنها می‌باشند، که عوامل اقلیمی حاکم بر مناطق مورد بحث ما، سبب ارزشمندتر شدن آنها می‌شود.

شمار زیادی از گیاهان بیابانی وجود دارند، که حاوی ترکیبات بیوشیمیایی هستند و این مواد از لحاظ ارزش دارویی، حایز اهمیت می‌باشند. گیاهانی که محتوی الکاویتدها، اسانسها و مواد لعابی هستند، در زمره این گیاهان قرار می‌گیرند. گیاهانی همچون تاتوره و بذرالبنج حاوی ترکیبات الکاویتدی هستند. هیوسین و هیوسیامین از الکاویتدهای موجود در گیاهان مذکور هستند. بذرالبنج، گیاهی است که در کشور مصر ارزش صادراتی دارد و ثابت شده است که میزان الکاویتد بدست آمده از گیاهان روئیده در بیابان، به مراتب بیشتر از گیاهان دست کاشت است. (۱)

طبق آمار، حدود نیمی از داروها، هنوز از ماده پایه طبیعت گرفته می‌شوند و سنتر مستقل صنعتی ندارد. همچنین، بیش از نیمی از این مواد،

## ■ مقدمه

هنگامی که صحبت از بیابان به میان می‌آید، اکثر افراد زمینهای پوشیده از ماسه‌های روان یا حالت موج و عاری از گیاه را در ذهن تداعی می‌کنند، شاید هم زمینهایی را که از بی‌آبی ترک خورده و همچون ظروف سفالین خرد شده‌ای، از هم فاصله گرفته‌اند را در ذهن خود مجسم نمایند و از تأمل در این که چنین عرصه‌هایی نیز، بهر حکمتی آفریده شده‌اند و ممکن است، بشر بتواند از این مناطق بهره‌برداری اقتصادی نماید، گریزانند. در نظام آفرینش هیچ چیز عبث آفریده نشده است، هر چند که در ظاهر با علم ناقص بشر بی‌فایده به نظر آید. (۷)

بیابانها با وجود شرایط سخت و دشوار اقلیمی و خاکی، اغلب برای تولید محصولات کشاورزی و دامداری استعداد دارند. از طرف دیگر، آنها از تنوع زیستی بسیار غنی برخوردارند و اکوسیستمهای بیابانی و کویری، اختصاصات و منابع منحصر به فرد خود را دارا هستند و حفاظت از آن همانند سایر اکوسیستمها، امری ضروری است.

شناسایی امکانات بالقوه محیطهای عظیم و گسترده بیابانی، مدیریت آن مناطق را بر اساس برنامه‌های توسعه‌ای تسهیل نموده است و روندهای تکاملی آنها را مشخص و تعیین می‌نماید. به نظر می‌رسد تفکیک این توانها در بخشهای مختلف، راهگشای بسیاری از برنامه‌ریزیهای بعدی و مدیریت صحیح آنها باشد. در اینجا، پتانسیلها در سه بخش گیاهی، دامی، و تکنولوژیکی مورد بحث قرار خواهند گرفت.

نیز، با استعانت از زمینهای کم بهره خود، بالاترین سهم بهره‌وری جهانی از زمینهای مذکور را، با اتکا به تولید محصولات شیمیایی از طریق کشاورزی، داشته است. (۵)

از نگاهی دیگر، به گیاهانی بر می‌خوریم که در مناطق خشک و نیمه خشک یافت می‌شوند و جزء گیاهان ادویه‌ای دسته‌بندی می‌شوند. قسمت اعظم مواد ادویه‌ای و معطر، در رویشگاههای طبیعی آنها به دست می‌آید. گیاهان خانواده جعفری، مصداق این مقوله از بحث هستند.

با عنایت به مطالب فوق و صرف نظر از مسائل عدیده‌ای که در باب بهره‌گیری از گیاهان، جهت امور مربوط به بیابان زدایی مطرح است، می‌شود چنین استدلال کرد که با، شناسایی اقلیمهای خشک و نیمه خشک و تعیین رویش طبیعی گیاهان دارویی و صنعتی، می‌توان به کشت مصنوعی و تقویت پوشش گیاهی مناطق مورد نظر مبادرت کرد و با صرف کمترین هزینه، از انهدام پوشش گیاهی ممانعت به عمل آورد، ضمن آن که بهره‌وری اقتصادی را نیز، به همراه دارد.

## ۲- بخش دامی

از دیداد سریع و بی‌وقفه جمعیت جهان، تصمیم‌گیرندگان و مسؤولان امر را به فکر تأمین کمبود مواد غذایی مورد مصرف آیندگان می‌اندازد. قسمت اعظم مواد پروتئینی که از عمده‌ترین مصارف غذایی بشر است، از منابع دامی تأمین می‌شود. لذا، توسعه و تقویت سرمایه‌های دامی کشور می‌تواند، اقدامی اساسی برای پیشگیری از این مشکل باشد.

آنچه مسلم است، زمینهای فقیر از پوشش گیاهی و مراتع مناطق خشک، نمی‌توانند منابع خوبی برای تغذیه دام باشند. لیکن، با مدیریت صحیح از تکنیکهای جدیدی که کشورهای پیشرفته نیز آنها را تجربه کرده‌اند، می‌توان نتایج ارزنده‌ای به دست آورد. استفاده از دامهایی که کم و بیش به عنوان پرهاقت‌تر مشهورند و در برخی نقاط نیز، به پرورش آنها مبادرت می‌ورزند، می‌تواند راهگشای مسائل دامپروری مناطق خشک باشد.

شتر و بز در زمره دامهایی هستند، که با کمترین توقع غذایی، بیشترین بازده را دارند. ضمن آنکه شرایط اقلیمی نامساعد مناطق

بیابانی را نیز تحمل می‌کنند. این دو نوع دام، دارای معایب و محاسنی هستند که در مجموع در شرایط کنترل شده و با مدیریت صحیح، می‌توانند برای منظوره‌ای خاصی مورد استفاده قرار گیرند.

## الف: پرورش شتر

شتر که در قرآن نیز، از خلقت آن صحبت به میان آمده، حیوانی بس مفید و پرهاقت است. این حیوان، در بیابانهای گرم و سوزان، کیلومترها راه می‌پیماید، بدون آنکه آبی بنوشد یا غذایی مطالبه کند. مدت زمان طولانی تری نسبت به گاو، شیر می‌دهد و بیش از ۹۰ درصد چربی شیر آن به کره و حدود ۶۵ درصد کره به روغن تبدیل می‌شود. شتر با چرای خود، خاک را سخت نمی‌کند و به شیوه‌ای صحیح، از گیاهان استفاده می‌نماید. همچنین، شتر نسبت به گاو از نظر تبدیل مواد غذایی ارجحیت دارد. چرا که، یک شتر ماده از ۲ کیلوگرم ماده خشک یک لیتر شیر تولید می‌کند در حالی که یک گاو، باید ماده خشکی معادل ۹ کیلوگرم مصرف کند، تا همان نتیجه را داشته باشد. (۱)

ساختار فیزیولوژیک شتر، به گونه‌ای طراحی شده است که او را در ادامه حیات در شرایط دشوار کویری، خشکی و بی‌آبی و گرمای شدید یاری می‌هد. از اهم خصوصیات فیزیولوژیک این حیوان، قابلیت تحمل فشار تشنگی و درجه حرارت بالا می‌باشد. جهت مبارزه با کم آبی، غالباً مقدار آب اتلافی از بدنش را می‌کاهد، تا از آب موجود در بدنش حداکثر استفاده را ببرد. شتر به هنگام تشنگی، کاهنسی معادل ۳۰ درصد وزن بدن خود را تحمل می‌کند و پس از دستیابی به آب قادر است، تا ۱۲۵ لیتر آب را یک مرتبه بنوشد. این میزان آب برای ذخیره نیست، بلکه برای جبران کمبود آب بدنش در زمان تشنگی است.

این حیوان جهت مقابله با افزایش درجه حرارت، معمولاً دمای بدن خود را افزایش می‌دهد و با کاهش دمای محیط، حرارت بدن خود را می‌کاهد. وجود پشم در تابستان، باعث کاهش جذب حرارت محیط و نیز جلوگیری از اتلاف حرارت ناشی از سوخت و ساز بدن می‌شود.

میانگین رشد روزانه شترهای نر پرواری، ۱/۴ کیلوگرم و برای شترهای ماده پرواری ۰/۹۵ کیلوگرم است، به نحوی که افزایش وزن آن به طور متوسط ۵ تا ۲۰ کیلوگرم در ماه است. متوسط وزن

شتر هنگام تولد ۲۵ تا ۴۰ کیلوگرم است که به ۳۵۰ تا ۷۰۰ کیلوگرم هنگام بلوغ می‌رسد.

شتر از ۴ سالگی باردار می‌شود و میزان تولید شیر آن، ۲ تا ۳ ماه پس از زایش به حداکثر می‌رسد. طول دوره شیردهی ۱۲ تا ۱۸ ماه است. میزان چربی شیر شتر بین ۲/۱ تا ۵/۵ است. همچنین، پروتئین آن ۲/۵ تا ۴/۵ درصد و لاکتوز (قند شیر) بین ۲/۹ و ۵/۸ درصد است.

پشم شتر از دو سالگی قابل چیدن است و چون شتر پشم خود را در بهار از دست می‌دهد، لذا، بهترین فصل چینی اوایل اردیبهشت است. میانگین وزن پشم شترهای یک کوهانه نر، حدود ۵ کیلوگرم و در ماده‌ها ۳ کیلوگرم و در شترهای دو کوهانه به ترتیب حدود ۱۰ و ۶ کیلوگرم در سال است.

در مجموع می‌توان گفت: شتر با تغذیه از بوته‌های خشک و خاردار که در مراتع فقیر و بیابانی یافت می‌شود، نسبت به دامهای دیگر، برای پرواربندی و حتی چرا صحرها مناسب نیست و برای مناطق خشک، دام بسیار مناسبی است. در برخی مناطق حاشیه‌ای استان یزد نیز، افرادی مبادرت به پرورش شتر نموده‌اند که این اقدام بسیار ارزشمند است. چرای اتریپلکسهای دست کاشت در زمینهای بسیار شور منطقه چاه‌افضل اردکان توسط شتر، از جمله اقدامات صحیحی است که باید حمایت و گسترش یابد و در مورد دامهای دیگر و سایر گونه‌های مفید، تعمیم داده شود. پرورش شتر می‌تواند، نیازهای پروتئینی و در برخی موارد لبنی و نا اندازه‌ای صنعت پشم را برآورده نماید.

## ب: پرورش بز

بز در زمره دامهایی است که بدون داشتن توقع زیاد از جهت خوراک و علوفه، احتیاجات عدیده‌ای از انسان را برطرف می‌سازد. در مقایسه با سایر نشخوارکنندگان، می‌تواند از مواد خشنی و علوفه‌های با کیفیت نازل تغذیه نموده، مایحتاج خود را برطرف کند. همچنین، فلور میکروبی شکم بز نسبت به گوسفند حساسیت کمتری به فقر پروتئینی دارد و این امر حیوان را در تبدیل مواد پاری می‌دهد. سیر، پوست، کرک، گوشت، شاخ و کوه، همگی محصولات ناشی از پرورش بز هستند. از پوست بز، که نسبت به پوست گوسفند بهتر است، شورو می‌سازند که برای تهیه کفشهای

ممتاز نرم و دستکشهای چرمی به کار می‌رود. کرک بز از منابع مهم درآمد است. در ایران پارچه‌های معروف "برک" در کرمان و شرق خراسان و نیز انواع شالها و ترمه و کشمیر از کرک بز بافته می‌شود. به عبارت کامل‌تر می‌توان گفت: بهترین و گران‌ترین تن پوشهای موجود را از کرک بز می‌یابند. امروزه پارچه‌های "موهر" که مورد توجه اغلب مردم است، از کرک بز تهیه می‌کنند. بهترین کرکهای دنیا را از نژادهای آنقوره و کشمیر می‌گیرند. در ایران نیز، نژادهایی همچون مرغوز در کردستان وجود دارد که چندی پیش در معرض انقراض قرار گرفته بود، ولی با همت تنی چند از متخصصین وضعیت این نژاد رو به بهبود گراییده است.

بز رائینی که در استان کرمان یافت می‌شود، از بزهای کرکی ایران است. هر کیلو کرک سفید رائینی، بیش از ۱۰۰ دلار ارزش دارد و از این نظر می‌تواند، درآمد ارزی قابل توجهی عاید پرورش دهندگان و صادرکنندگان کرک نماید. زاخری (۱۳۷۱) اعلام می‌دارد، که کرک تولیدی در جهان ۳۵۹۶ تن است و چین با ۱۷۰۰ تن، مقام اول تولید و ایران و افغانستان با هم ۸۶۰ تن تولید می‌کنند و مقام دوم را در جهان دارا هستند.

شیر بز، غذایی کامل و مقوی است. دوران بارداری بز معمولاً ۵ ماه است و اغلب در هر زایمان دو بچه می‌زاید. دوران شیردهی بین ۳ تا ۸ ماه متغیر است و مقدار آب، لاکتوز، چربی، پروتئین و خاکستر موجود در شیر آنها زیاد است. بهترین نژاد شیری دنیا، بز "سانن" که به ایران وارد شده است. کشور سوئیس در پرورش بز موفق‌تر بوده و سالیان متمادی است که برای اصلاح نژاد و ازدیاد محصولات لبنی آن برنامه‌ریزی کرده است. در ترکیه و یونان، در حدود ۳۰ درصد محصولات لبنی از شیر بز تهیه می‌شود. در آمریکا و شمار زیادی از کشورهای اروپایی و آسیایی نیز، شیر بز را به مصرف می‌رسانند. در آفریقا از پوست و گوشت این حیوان استفاده می‌شود.

از معایبی که برای پرورش بز برشمرده‌اند، تخریب مراتع به واسطه ریشه کن کردن بوته‌ها و نهالهای تازه رسته است. لذا، پرورش بز به طریق عشایری و بدوی مخرب‌ترین طریقه‌ای است که برای رشد و بقای جنگلها و نمو مراتع و حفظ گیاهان وجود دارد.

برای جلوگیری از تخریب مراتع در نتیجه فرسایش خاک، کافی است واحدهای پرورش بز به صورت بسته ایجاد شوند و همچون گاوداریها و دامداریهای مدرن به دستگاههای مکانیزه مجهز شوند. این وضعیت به خصوص برای واحدهای پرورش بز شیری مرسوم‌تر و عملی‌تر است. در مورد بزهای کرکی نیز، می‌توان زمینی در نظر گرفت، تا چرای آنها مقدور باشد، به گونه‌ای که به حواشی و مراتع مجاور نیز صدمه‌ای وارد نکنند. ایجاد و توسعه مراتع مشجر با گیاهان علوفه‌ای خانواده نخود، به خصوص در مناطق خشک، در این زمینه به ما کمک خواهد کرد. (۸)

### بخش تکنولوژیک

رو به اتمام رفتن منابع انرژی فسیلی و ذخایر سوختنی جهان، بشر را به فکر ایجاد راه‌های جدیدی برای کسب انرژی انداخته است. استفاده از انرژیهای لایتنایی موجود در طبیعت، همچون انرژی خورشیدی، باد، ثقل و هسته‌ای، مدتهاست که بر سر زبانهاست و کشورهای متعددی از آن بهره‌برداری می‌نمایند.

### الف: انرژی خورشیدی

طبق مطالعات انجام گرفته، مقدار انرژی که در هر دقیقه از خورشید به یک کیلومتر مربع سطح زمین می‌رسد، با انرژی حاصل از سوختن ۲۰۰ هزار تن زغال سنگ برابری می‌کند. همچنین، عنوان شده است که بیابانهای ریگزار اتحاد جماهیر شوروی سابق که مساحتی در حدود ۸۰۰ هزار کیلومتر مربع دارد، نیروی خورشیدی که دریافت می‌کند، تقریباً ۵۰ برابر نیروی استحصالی از سوختها استخراجی در تمام کره زمین است. (جوادی، ۱۳۵۰)

وضعیت انرژی تابیده به سطح بیابانها استثنایی است. از صد واحد انرژی خورشیدی که به سطح زمین می‌رسد، ۵ درصد صرف تبخیر آب، ۲۵ درصد منعکس و ۷۰ درصد مابقی جذب خاک می‌شود. در حالی که، اقیانوسها فقط ۲۰ درصد انرژی خورشیدی را جذب می‌کنند. تشعشعات خورشیدی به طور متوسط، ۰/۱۵ الی ۰/۲ کیلووات ساعت بر متر مربع و حداکثر ۱/۱۲ کیلووات ساعت بر متر مربع انرژی تولید می‌کنند. این مقدار ناچیز، در سطح وسیع می‌تواند قابل ملاحظه باشد. چنانکه، مقدار انرژی خورشیدی رسیده به بیابان

اتاگانا، طی یک سال، برابر تمام مواد فسیلی مصرفی همان سال بوده است. (عاصمی پور، ۱۳۶۴)

بسیاری از ماهواره‌های مخابراتی، هواشناسی و اکتشافی با باتریهای خورشیدی کار می‌کنند. ژنراتورهای مولد برق خورشیدی سالهاست به بهره‌برداری اقتصادی رسیده‌اند. در جاهایی نیز تأسیسات تهویه مطبوع، پمپهای آب و فرستنده‌های رادیویی با انرژی خورشیدی کار می‌کنند. نیروی برق مورد نیاز سفینه‌های بی‌سرنشین نیز از همین طریق تأمین می‌شود. مثالی از موارد استفاده انرژی خورشیدی و تبدیل آنها به قرار زیر است:

تبدیل انرژی خورشیدی به الکتریکی:

سلولهای فتوالکتریک قادرند تا تشعشعات خورشیدی را جذب نمایند و به انرژی الکتریکی تبدیل نمایند. هم اکنون، نیروگاههای خورشیدی در سطح وسیعی از بیابانهای کالیفرنای آمریکا استقرار یافته‌اند و برق بخش اعظمی از آن منطقه را تأمین می‌کنند. در منطقه ذربید حومه یزد نیز، نیروگاه کوچکی تأسیس شده، لیکن بنا به دلایلی توسعه داده نشده است. به نظر می‌رسد، عدم توجیه اقتصادی آن، از جمله موارد مسکوت ماندن طرح باشد. تحقیق، تفحص و دستیابی به تکنولوژی ساخت و طراحی نیروگاههای خورشیدی، امری ضروری جهت کاربری این تکنیک است.

تبدیل به انرژی حرارتی:

از دیر باز، بشر آموخته است که با متمرکز کردن اشعه‌های خورشیدی می‌تواند، حرارت تولید کند. ابتدا از آن در امر روشن کردن آتش استفاده می‌نمود. آب گرمکنهای خورشیدی که برای منازل و سطوح محدود کاربرد دارد، مدتها پیش رواج یافت. لیکن، با دسترس بودن سوختهای فسیلی، تمایلی به بسط آن نشان داده نشد.

انرژی حرارتی استحصالی به هر طریقی که باشد، می‌تواند در اموری دیگر، مورد استفاده قرار گیرد. شیرین کردن آنها یا تبخیر و تقطیر متعاقب آنها و استحصال املاح، یکی از آنهاست. مناطق و جزایر جنوبی ایران که با مشکل کمبود آب شیرین مواجه هستند، لیکن آسمان صاف و افتابی دارند، زمینه مناسبی برای تحقیق و اجرای طرحهای نوام شیرین کردن آبهای شور و جداسازی املاح

## ب : انرژی باد

یکی از خصوصیات اقلیمهای خشک، وزش بادهای مکرر و شدیدی است که دلیل آن تا اندازه‌های انتقال حرارت در طول روز است. پوشش گیاهی ناچیزی که در این مناطق وجود دارد نیز، می‌تواند پاسخگوی جلوگیری از سرعت باد باشد لذا، بادها با طوفانهای ماسه‌ای همراه می‌شوند و نیروی عظیم باد، صرف خیزش ذرات ریز خاک از منطقه‌ای و ته نشست آن در منطقه‌ای دیگر و ایجاد تپه‌های ماسه‌ای می‌شود.

ساکتین کهن شهرهای مرکزی ایران، طریقه استفاده از این بادها را آموخته بودند که بادگیرهای سنتی، تجلی‌گاه بهره‌گیری از این تکنیک است. آسیابهای بادی که جهت خرد کردن غلات و آرد استفاده می‌شده نیز، از مصارف باد بوده است. امروزه، در برخی کشورها، نیروگاههای بادی ایجاد شده است و بهره‌برداری می‌شوند. در ایران نیز، در مناطق خشک بیابانی می‌تواند تأسیس گردد. در متجیل رودبار نیز که قسمت اعظم سال باد می‌وزد، اخیراً نیروگاه بادی به بهره‌برداری رسیده است. تحقیقات یونسکو نشان می‌دهد، در ازای هر ۲۰ کیلووات سرعت باد در ساعت با آسیابی به قطر ۱۵ متر، می‌توان صد هزار کیلووات ساعت در سال الکتریسیته تولید کرد. این میزان انرژی الکتریکی، قادر است نیاز یک شهر صد هزار نفری را برآورده سازد. در کشور دانمارک، آسیابی به قطر ۵۴ متر وجود دارد، که در ازای سرعت بادی معادل ۱۵ متر بر ثانیه، ۲ مگاوات برق تولید می‌کند. (۷)

## ج : انرژی ثقل

جزر و مد دریاها، حاصل تأثیر نیروی جاذبه است. گرچه معمولاً از این پدیده طبیعی استفاده‌ای نمی‌شود، لیکن برخی کشورها از انرژی آن بهره‌جسته و به خدمت درآورده‌اند. در حاشیه سواحلی که در مناطق بیابانی و کویری قرار گرفته‌اند، این انرژی جهت مصارف ویژه‌ای سرمایه‌گذاری شود. در فرانسه در سواحل غربی، از ارتفاع ۸/۴ متر جزر و مد، ۲۴۰ مگاوات برق تولید می‌شود. سواحل غربی استرالیا نیز، با ۱۲ متر اختلاف ارتفاع جزر و مد، ۵۲۰ مگاوات برق استحصال می‌گردد. در سواحل جنوبی کشورمان که به خلیج فارس منتهی می‌شود، با ۱۸۰۰ کیلومتر



سواحل بیابانی روبرو هستیم، که نوعاً می‌تواند مساعد چنین نیروگاهی باشد.

## سایر منابع قابل بهره‌برداری

وجود ذخایر عظیم مواد معدنی که در دل خاکهای مناطق خشک و بیابانی و بیشتر از آن در کویرها قرار دارد، می‌تواند، چرخ عظیم صنایع شیمیایی را به راحتی به چرخش درآورد. متأسفانه، به دلیل حاکم بودن شرایط آب و هوایی نامساعد بر این مناطق، تاکنون توجه کمتری به این گونه منابع شده است.

طبق مطالعات سه ساله کارشناسان سازمان زمین‌شناسی کشور، به خصوص در کویر بزرگ ایران، می‌توان با استفاده از انرژی خورشیدی، نمک پتاس‌دار استخراج نمود و ماده اولیه یک کارخانه بزرگ تولید کلرور یا سولفات پتاسیم را با ظرفیت خوراک حداقل ۵۰۰ هزار تن کنسانتره در سال تأمین نمود (۳). ترکیبات پتاس، در صنعت، مصارف عدیده‌ای دارند. ترکیبات پتاس در تهیه کود شیمیایی و مواد شیمیایی همچون: یدور پتاسیم و نیترات پتاسیم، در صنعت پزشکی و

عکاسی، کاغذسازی، و شیشه‌سازی و رنگ‌سازی، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

از جمله مواد دیگری که می‌توان استخراج کرد، سبستین است، که حاوی ۵۶/۴ درصد اکسید استرانیم و ۴۳/۶ درصد سولفور است. در صنعت از این ماده، برای گرفتن ماس از شکر، در صنعت فلزسازی جهت تهیه آلیاژ و در شیشه‌سازی جهت رنگ کردن استفاده می‌شود.

گوگرد، ترکیب شیمیایی غیرفلزی دیگری است که در اثر تخریب مواد رسوبی گوگرددار، همچون گچ و انیدرید، پدید می‌آید و در تهیه اسید سولفوریک، صنایع کاغذسازی و رنگ‌سازی، تهیه مواد کائوچو و منفجره، صنایع کبریت‌سازی و لاستیک‌سازی و کودهای شیمیایی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

معادن متعددی که در زیر صحرای گرم و سوزان فلات مرکزی ایران گسترده‌اند، منابع خدادادی عظیمی هستند که امکانات نسبتاً زیادی را در اختیار کشور ما قرار می‌دهد. معادن اورانیوم، سنگ آهن، مس و غیره که در بخش مرکزی کشور قرار دارند، سرمایه‌های ملی هستند، که می‌توانند

# توسعه روستایی

## در ترکیه

● مترجم : رجب پناهی

### منبع : گزارش "Agriculture in Turkey"

کشور کمتر از ۱۶ درصد است. منابع تولیدی، فقط ۱۲ درصد تولید ناخالصی داخلی منطقه را تشکیل می‌دهد. رشد جمعیت در این منطقه بسیار زیاد است.

به رغم مهاجرت به شهرهای بزرگ میزان رشد سالانه جمعیت، ۳۸/۷ درصد می‌باشد.

رودخانه‌های فرات و تیگریس، در مجموع، تقریباً ۲۸ درصد ذخایر آبی حاصل از رودخانه‌ها را تشکیل می‌دهند، بنابراین، این منطقه از نظر منابع آب و خاک غنی است. ۱۹ درصد کل زمینهای قابل آبیاری مقرون به صرفه اقتصادی کشور، مربوط به این منطقه می‌باشد. لذا، توسعه منطقه با توسعه این دو منبع بسیار مهم، به شدت گره خورده است.

### ■ ماهیت و قلمرو پروژه GAP

اجرای پروژه با تشکیل ۱۳ گروه شروع شد. به محض تکمیل این گروهها، ۲۲ سد، ۱۹ طرح نیروگاه آبی<sup>۱۴</sup> و تعداد زیادی طرحهای آبیاری را در برنامه کار خود خواهد گنجانند. طرحهای آبیاری GAP، شامل ۱۴ پروژه است که ۸ پروژه در فرات و ۶ پروژه در تیگریس اجرا می‌شود.

بزرگترین ساختمان در بین این پروژهها، سد آتاتورک است که بزرگترین بندر کشور ترکیه محسوب می‌شود و از این نظر، مقام نهم را در جهان به خود اختصاص داده است. گالریهای

غازیان تپ،<sup>۲</sup> ادیامان،<sup>۳</sup> سانلورفا،<sup>۴</sup> دیار بکر،<sup>۵</sup> ماردین،<sup>۶</sup> باتمان،<sup>۷</sup> سیرت،<sup>۸</sup> کیلیس<sup>۹</sup> و سیرنک،<sup>۱۰</sup> واقع در حوزه پست رودخانه‌ای فرات<sup>۱۱</sup> و تیگریس<sup>۱۲</sup> تشکیل شده است و منطقه‌ای به وسعت تقریباً ۷۴ هزار کیلومتر مربع از مناطق کمتر توسعه یافته جنوب شرقی کشور را دربرمی‌گیرد. متوسط بارندگی سالانه این ناحیه بین ۳۰۴ تا ۴۷۲ میلیمتر در نوسان است. پروژه GAP، نه تنها کشاورزی، بلکه صنعت و خدمات زیربنایی، بهداشت، آموزشی و توریسم را نیز دربرمی‌گیرد، وای هنوز منابع آب و خاک، به عنوان مهمترین بخش پروژه، مطرح هستند.

مطالعه جامعی به منظور تحقیق و بررسی در باره توانهای بالقوه، منابع، تنگناها، موانع و مشکلات مربوط به توسعه اقتصادی - اجتماعی منطقه و تعیین اهداف و راهبردهای توسعه، هم در سطح کلان و هم در سطح بخشی، انجام گرفته است. برنامه جامع<sup>۱۳</sup> GAP یکسری الویت‌ها و رهنمودها و همچنین طرحهای اجتماعی - اقتصادی برای منطقه تعیین کرده است. (جدول ذیل)

### ■ تصویر منطقه‌ای GAP

بخش اقتصادی عمده در این منطقه، کشاورزی است که ۴۰ درصد تولید خالصی منطقه مربوط به این بخش می‌باشد. این رقم برای کل

بحران عدم توازن و نابرابریهای منطقه‌ای و لزوم بهبود توزیع عادلانه درآمد بین بخشهای مختلف جامعه توجه سیاستگذاران و تصمیم‌گیرندگان امور را به خود معطوف کرده است. از آنجایی که اکثریت قریب به اتفاق افراد فقیر در بخش کشاورزی و فعالیتهای روستایی مرتبط مشغول فعالیت هستند، توسعه کشاورزی پایدار و توسعه روستایی به عنوان موثرترین ابزار شناخته شده است. این رهیافت کاهش فقر، دارای مزیت دیگری است که می‌تواند مسأله فقر شهری که در پی مهاجرت به منظور یافتن فرصتهای شغلی کاذب صورت می‌گیرد را مرتفع کند. در این ارتباط در ذیل به شرح چند پروژه می‌پردازیم :

### ■ پروژه GAP یا پروژه عظیم آناطولی

پروژه GAP یا پروژه آناطولی جنوب شرقی، جایگاه ممتازی را در برنامه‌های توسعه شهری و روستایی ترکیه به خود اختصاص داده است. این پروژه، جامع‌ترین پروژه توسعه منطقه‌ای در کشور و یکی از بزرگترین پروژهها در دیاست. این پروژه که در واقع حکم یک برنامه پیش‌نویس شده برای دیگر پروژهها را دارد، یک برنامه توسعه منطقه‌ای یک پارچه چندبخشی است، که برای یکی از بخشهای کمتر توسعه یافته ترکیه در نظر گرفته شده است. این منطقه از استانهای

اتونلهای آبی) ۱۵ سانلورفا بزرگترین سیستم تونل در جهان را تشکیل می دهند که ۹۰ درصد کارهای ساختمانی آن انجام گرفته است.

منطقه‌ای به وسعت ۸ هزار و ۸۸۱ هکتار توسط سد آتاتورک و تونلهای «سانلورفا» آبیاری خواهد شد. آبیاری ۳۰ هزار هکتار در سال ۱۹۹۵ شروع شد و پیش بینی ها، حاکی از آن است که در حدود ۶۰۰ هزار در ۲۰ سال آینده به سیستم آبیاری مجهز خواهد شد. در حدود نیمی از منطقه واقع در محل اجرای پروژه، از طریق روشهای سطحی ۱۶ و بقیه از طریق سیستم‌های پمپاژ ۱۷ آبیاری خواهد شد.

علاوه بر پروژه‌های بخش دولتی، نواحی قابل توجهی توسط بخش خصوصی هم به روش سطحی و هم به روش استفاده از چاههای عمیق ۱۸ آبیاری می شود که در حال حاضر تعداد این چاههای فعال و قابل بهره‌برداری بیش از ۱۸۰۰ حلقه است.

### ■ «دیگر پروژه‌های توسعه روستایی»

بین اهداف و سیاستهای توسعه روستایی دولت، ایجاد اشتغال، بهبود سطح زندگی روستایی و کاهش یا حذف روند مهاجرت روستاییان به مناطق شهری، از موارد اصلی به‌شمار می‌روند. بهبود خدمات زیربنایی روستایی در مورد ساخت راه، آماده‌سازی طرحهای آبیاری و آب آشامیدنی و همچنین اهداف مربوط به امنیت غذایی، بهره‌وری کشاورزی، سیستم نگهداری و انبار و صنایع تبدیلی، دسترسی آسان به بازارها، خودکفایی بیشتر در زمینه مواد غذایی اساسی و درآمدهای کشاورزی بیشتر، بسیار اساسی و مهم تلقی می‌شوند.

در ادامه بحث ۵ پروژه توسعه روستایی که یا تماماً یا بطرز مشترک، توسط WB/IFAD (بانک جهانی / صندوق بین‌المللی توسعه کشاورزی) تأمین هزینه شده، معرفی می‌شوند.

### ■ پروژه کروم - کانگری ۱۱

این پروژه، بین سالهای ۱۹۷۶ و ۱۹۸۴ با هدف ایجاد تسهیلات آبیاری در مقیاس بزرگ و کوچک، در منطقه و تأمین آب و برق کشاورزان محلی اجرا شد. ۲۴/۴ میلیون دلار، اعتبار کشاورزی در اختیار کشاورزان قرار گرفت. این اعتبارات، ابتدا به‌صورت مستقیم و بدون واسطه

در اختیار کشاورزان فرار می‌گرفت؛ ولی بعدها به دلیل مسائل و مشکلات مربوط به اسناد مالکیت، این اعتبارات از طریق تعاونیهای اعتبار کشاورزی در اختیار آنان قرار می‌گرفت.

گروه هدف ۱۰ از ۸۰ هزار خانوار کشاورزی تشکیل شده است که در زمینه فنون پیشرفته کشت محصولات، مانند: غلات، علوفه و روشهای بهبود یافته دامداری، آموزش داده می‌شوند.

پروژه شامل ساخت فضاهای مخصوص احشام، آموزش و راهنماییهای مربوط به تغذیه احشام و معرفی شیوه‌های تلقیح مصنوعی است. نتایج پروژه، در افزایش قابل ملاحظه نواحی زیر کشت جو و گندم و محصول سالیانه در واحد هکتار، تجلی یافت. تولید شیر و گوشت و همچنین تعداد گاو و گوسفندان افزایش یافت. در مقایسه با نواحی مجاور و کل کشور، نتایج، رضایت‌بخش بود. اگرچه، بانک جهانی در گزارش نهایی خود بر این نکته ادعان می‌کند در صورتی که افراد گروه هدف کمتر بودند و سازمانهای دولتی کمتری در اجرای این پروژه دخالت می‌کردند. نتایج بهتری برای آن متصور بود.

### ■ پروژه ارض‌روم ۱۱

این پروژه بین سالهای ۱۹۸۲ و ۱۹۸۶ در ۱،۰۴۳ روستای ارض‌روم با هدف بهبود خدمات زیربنایی اقتصادی و اجتماعی به ویژه در زمینه طرحهای آبیاری با مقیاس کوچک و ایجاد راههای بهتر و آب آشامیدنی سالم اجرا شد. ارائه شیوه‌های بهبود یافته دامداری، حفاظت از نباتات، تولید محصول برای حدود ۳۵ هزار خانوار کشاورز و تهیه اعتبارات کشاورزی، بخشهای اصلی این

پروژه را تشکیل می‌دهند. استدلال ایجاد پروژه درباره کاشت گندم، جو، باقلا سیب‌زمینی، یونجه، اسپرس، مدیریت مراتع و هم‌چنین، مخزن مربوط به تاکستانها، باغداری، پرورش گوسفند و گاو و نگهداری از زنبور عسل ارائه شد. به همین دلیل بود که کود به‌طور رایگان بین کشاورزان توزیع شد. توجه خاصی به موضوع بهبود تولید مثل احشام، از طریق تلقیح مصنوعی شده است؛ ولی به نظر می‌رسد که خصلتهای محافظه‌کارانه کشاورزان، از موانع عمده بر سر راه به‌شمار می‌رود و لزوم نظارت بر حیوانات آبستن را، غیرممکن می‌نماید. چون در این موقع از سال، آنها در مواقع بهاری هستند، نتایج رضایت‌بخشی در زمینه افزایش تولید محصولات به‌دست آمده است. ولی نتایج حاصل در زمینه پرورش احشام، بسیار ناچیز است.

### ■ «پروژه ینگال - موس» ۱۱

این پروژه، در سال ۱۹۹۰ شروع شد و قرار است که در سال ۱۹۹۷ تکمیل شود. اهداف عمده این پروژه، افزایش تولید محصولات کشاورزی و احشام، ایجاد راههای روستایی، تأمین آب آشامیدنی، تهیه آب سالم برای دام، تأسیس شبکه‌ای آبیاری کوچک مقیاس و توسعه جنگل می‌باشد.

در رمای شروع پروژه، ۳۳۰ روستا در استان ینگال و ۵۹۰ روستا در استان موس، وجود داشت که جمعیت آنها در مجموع بالغ بر ۴۴۰ هزار نفر بوده.

مسائل امنی در این منطقه سبب‌کنندی بیشراف و موفقیت طرح شده است، و الزاماً باعث

اهداف اجتماعی - اقتصادی ناحیه GAP

عنوان	۱۹۸۵	۲۰۰۵	میزان رشد
تولید ناخالص منطقه (میلیارد لیر)	۸،۴۴۲	۳۷،۵۶۲	۷/۷
کشاورزی	۳،۳۳۹	۸،۶۷۲	۴/۹
صعت	۱،۳۲۴	۸،۹۲۸	۱۰/۰
ساختمان	۶۲۸	۲،۲۴۶	۶/۶
خدمات	۳،۱۵۰	۱۷،۷۱۶	۹/۰
جمعیت (هزار نفر)	۴،۳۰۴	۹،۲۸۴	۳/۹
شهری	۲،۱۴۸	۶،۳۹۹	۵/۵
روستایی	۲،۱۵۶	۲،۹۸۲	۱/۶
اشتغال	۱،۵۲۸	۳،۳۲۴	۴



شده است که، خدمات رسانی محدود، به مناطق به نسبت امن تری ارائه شود.

### ■ «پروژه یوزگات»<sup>۲۴</sup>

این پروژه در سال ۱۹۹۱ آغاز شد و قرار بر این است که در سال ۱۹۹۸ تکمیل شود. مشخصات اصلی این پروژه مانند پروژه توسعه روستایی بنگال - موسی است و ۶۳۶ روستا، با جمعیتی در حدود ۳۷۰ هزار نفر را در استان یوزگات، تحت پوشش قرار می دهد.

### ■ پروژه اردو - گیرسون<sup>۲۵</sup>

مطالعات مقدماتی این پروژه، در ماه مه سال ۱۹۹۴ تکمیل شد و توافقنامه وام بین ترکیه نو IFAD، در اکتبر ۱۹۹۵ امضاء شد. اعتباری تا سقف ۲۰ میلیون دلار، از طرف بانک توسعه اسلامی، در اختیار این پروژه قرار می گیرد. بقیه سرمایه این پروژه، از طریق IFAD (۲۰ میلیون دلار)، اتحادیه توسعه سوئسی (۵ میلیون دلار) و دولت ترکیه (۱۶ میلیون دلار) تأمین می شود. هدف پروژه، عبارت است از افزایش درآمد کشاورزان عمدتاً از طریق تهیه غذایی بهتر و بیشتر برای احتشام و تشویق منابع درآمد جایگزین، همچنین بهبود و بهسازی راههای روستایی، ایجاد امکانات و تسهیلات آب آشامیدنی، تأسیس شبکه ای آبیاری کوچک مقیاس، از دیگر اهداف این برنامه به شمار می روند.

یک وکت مهم و نودر این پروژه، عبارت است از: تهیه برنامه های توسعه روستایی جداگانه برای هر روستا<sup>۲۶</sup> که هدف آن، رفع احتیاجات و نیازهای موردی افراد بود. گروه های توسعه روستایی بودجه و برنامه جداگانه ای برای هر روستا همراه با گروه های توسعه ای، تعیین و مشخص شده است.

پی نوشتها:

- 1 - Great Anatolia Project
- 2 - Gazian Tep
- 3 - Adyaman
- 4 - Sanlyurfa
- 5 - Diyarbakir

- 6 - Mardin
- 7 - Batman
- 8 - Siirt
- 9 - Kilis
- 10 - Sirmak
- 11 - Fmhrates
- 12 - Tigris
- 13 - G. M. A
- 14 - Hydropower. plants
- 15 - Tunnels
- 16 - Surface methods
- 17 - Pumping Systems
- 18 - deep - well - pumps
- 19 - The Corum - Cankire Project
- 20 - Target Gramp
- 21 - The Erzurum Project
- 22 - Live Stock Farming
- 23 - The Bingol - Mus Project
- 24 - The Yozgat Project
- 25 - The Ordu - Girsun Project
- 26 - Village Development Plans Separate

### ● بقیه از صفحه ۱۹

زادآوری یابند و به مراتب مرغوب تر تبدیل شوند.

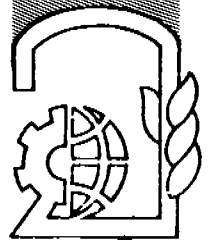
با توجه به آنچه که ذکر گردید و با توجه به ویژگی های منابع طبیعی، به خصوص مراتع در کشورهای جهان سوم و در حال توسعه و بهره برداران با نظام معیشتی مربوط، جهت جلوگیری از تخریب مراتع و اصلاح آنها، به کارگیری روش های فنی معرفی شده از طرف متخصصان، در گرو ارتقای سطح آگاهی علمی و مهارتی بهره برداران است تا با درک وضعیت با مشارکت فعال خود اقدامات لازم را به عمل آورند. یک نظام ترویج فعال و کارآمد می تواند، با بهره مندی از مروجان کارآموزده و دلسوز، در انتقال اطلاعات و ارتقای فکری مردم نقش به سزایی ایفا کند و از هدر رفتن سرمایه، نیرو و وقت در اجرای برنامه های احیا و توسعه جلوگیری نماید.

تنها در صورت جلب مشارکت واقعی بهره برداران از طریق ارتقای سطح آگاهی در اثر اجرای کلاس های آموزشی و برنامه های ترویجی است، که می توان با وجود وسعت زیاد مراتع و امکانات محدود دستگاه های اجرایی، از آنان به عنوان بازوی قوی دولت در نظارت بر روند بهره برداری از مراتع و کنترل آنها، استفاده کرد.

و تنها در این صورت است که می توانیم، افق روشنی از مراتع سرسبز و مرغوب را در آینده برای نسل های آتی، نظاره گر باشیم.

### ■ منابع

- ۱- پوشش گیاهی و شهرنشینان معاونت ترویج و مشارکت مردمی مجله جنگل و مرتع، شماره ۱۸، سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران، ۱۳۷۲
- ۲- بهرامی، تقی. تاریخ کشاورزی ایران، دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۳۰
- ۳- شهبازی، اسماعیل. توسعه و ترویج روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۷۲
- ۴- ازکیا، مصطفی. جامعه شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی ایران، انتشارات اطلاعات، تهران، ۱۳۶۵
- ۵- وثوقی، منصور. جامعه شناسی روستایی، ج اول، انتشارات کیهان، ۱۳۶۶
- ۶- شهبازی، اسماعیل. جایگاه ترویج در منابع طبیعی. مجله جنگل و مرتع، شماره ۱۶، سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران، ۱۳۷۱
- ۷- فصلنامه عشایر ذخائر انقلاب، سازمان امور عشایری ایران، تهران، ۱۳۷۲
- ۸- گزارش تحلیلی طرح مرتعداری و تولید علوفه دفتر فنی مرتع، مجله جنگل و مرتع، شماره ۱۶، سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران، ۱۳۷۱
- ۹- بیوتن سوان سون. مرجع ترویج کشاورزی، (ترجمه) اسماعیل شهبازی و احمد حجازان، سازمان ترویج کشاورزی، تهران، ۱۳۷۰
- ۱۰- سلماسی، جعفر. مروری بر مرتعداری ایران، مجله جنگل و مرتع، شماره ۲۰ و ۲۱، سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران، ۱۳۷۲
- ۱۱- اشرفی، چنگیز و معین الدین، حسن. نظارت بر اجرای طرح های مرتعداری مجله جنگل و مرتع، شماره ۲۱، سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران، ۱۳۷۲
- ۱۲- کنگره ها، سمینارها و ... مجله جنگل و مرتع، شماره ۲۳، سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران، ۱۳۷۳
- ۱۳- معین الدین، حسن. سیر تاریخی مالکیت و مرتع در ایران، مجله جنگل و مرتع شماره ۲۹، سازمان جنگلها و مراتع کشور، تهران، ۱۳۷۳



چکیده:

با اینکه روند تولید مرغ و تخم مرغ در کشور، طی دهه ۷۳ - ۱۳۶۳، نشان می‌دهد که مقدار تولید هر یک از آنها بیش از ۲ برابر افزایش یافته، اما مصرف سرانه آنها در بین خانوارها به نصف رسیده است، در حالی که سهم هزینه خانوارها برای گوشت مرغ ۱/۷ درصد افزایش داشته و برای تخم مرغ تقریباً ثابت مانده است. اگر چه علت کاهش مصرف به دلیل افزایش قیمت‌ها است، اما بخشی از آن نیز به دلیل نوسانات قیمت می‌باشد. به طوری که طی سالهای ۷۴ - ۱۳۷۱، ۸۰۴ میلیارد ریال از هزینه خانوارها صرف نوسانات قیمتی این دو محصول شده است. علت این امر، ناشی از کمبود مقطعی خوراک طیور است که ۷۲ درصد هزینه مرغداریها را در برمی‌گیرد و بخش اعظم آن وارداتی است. بنابراین هرگونه تأخیر در پرداخت ارز مورد نیاز جهت خرید و واردات آن موجب کمبود علوفه در داخل و در نتیجه، افزایش هزینه خوراک طیور شود که نوسانات قیمتی را به همراه خواهد داشت. برای حل مشکل فوق یا جلوگیری از افزایش بی‌رویه قیمت‌ها و حذف نوسانات قیمتی، ایجاد صندوق مرغ و تخم مرغ پیشنهاد می‌شود. به گونه‌ای که کلیه سیاستگذاران، به عهده تأمین کنندگان نهاده و تولید کنندگان قرار گیرد، تا ضمن قیمت گذاری مناسب، سیاستهای مناسبی در زمینه واردات، تولید و چگونگی حفظ واحدهای تولیدی در مقابل آثار منفی سیاستهای کلان اتخاذ نمایند.

مقدمه

مرغ و تخم مرغ از محصولات مهم تأمین کننده پروتئین حیوانی در تغذیه انسان می‌باشند. به طوری که هر ۱۰۰ گرم آنها به ترتیب حاوی ۱۷/۴ گرم و ۱۲/۶ گرم پروتئین هستند. (۱)

بررسی روند تحولات تولید،

واردات و مصرف مرغ و تخم مرغ

و راههای جلوگیری از کاهش مصرف آنها

علی خزاعی

کارشناس ارشد دفتر مطالعات جامع و نظارت

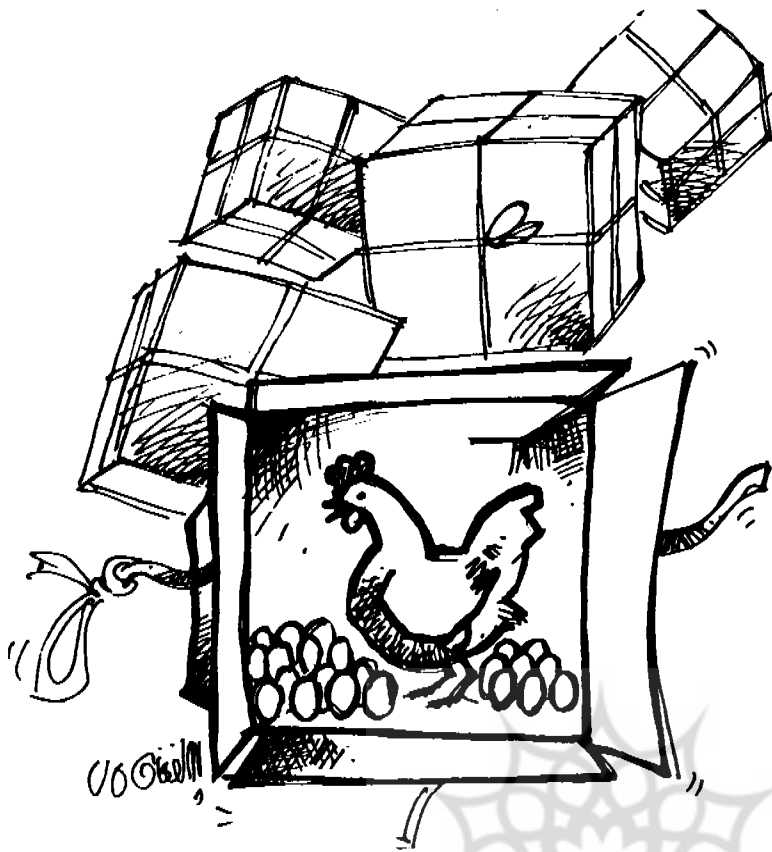
مربوط به مرغ گوشتی، ۸۸۱ واحد مرغ تخمگذار و ۱۲۷ واحد، مربوط به مؤسسات جوجه کشی و مرغ مادر می‌باشد. این ارقام، پس از سه سال و در سال ۱۳۷۳، کاهش یافته است، که نشان دهنده کاهش ۲۵۳۵ واحد از مرغداریهای کشور یا ۲۱ درصد است. با این که تعداد مؤسسات جوجه کشی و مرغ مادر طی مدت مذکور به ترتیب به ۸۸ واحد و ۱۳۴ واحد افزایش یافته، یعنی ۸۵ واحد اضافه شده است، اما تعداد مرغداریهای تخمگذار و مرغداریهای گوشتی کاهش یافته است. همچنین تعداد شاغلان مرغداریها در سال ۱۳۶۹، ۴۴/۶ هزار نفر است که از این تعداد، ۷۴ درصد آن یا ۳۳/۹ هزار نفر در مرغداریهای پرورش دهنده مرغ گوشتی شاغلند و ۲۶ درصد آن در مرغداریهای دیگر فعالیت دارند. تعداد شاغلان در سال ۱۳۷۳، با کاهش ۶ هزار نفری نسبت به سال ۱۳۶۹ به ۶/۲۸ هزار نفر رسیده که ۲۵/۵ هزار نفر آن یا ۶۶ درصد آن، مربوط به مرغداریهای گوشتی است و بقیه مرغداریها افزایش چندانی نداشته‌اند. از نظر ارزش تولیدات نیز در سال ۱۳۶۹،

در حالی که پروتئین مورد نیاز یک فرد معمولی با وزن ۶۵ کیلوگرم معادل ۳۷ گرم (۲) است. به عبارت دیگر، با ۲۰۰ گرم مرغ یا ۳۰۰ گرم تخم مرغ می‌توان پروتئین حیوانی مورد نیاز بدن را تأمین کرد. این ارقام، جدای از مواد دیگر شامل کلسیم و آهن یا ویتامینهای B<sub>1</sub> و B<sub>2</sub> است. از طرفی مرغ و تخم مرغ، از محصولات مهم بخش دام هستند. زیرا، ۳۱ درصد (۳) ارزش مهمترین محصولات بخش دام و طیور را در سال ۱۳۷۴ به خود اختصاص داده‌اند.

با توجه به اهمیت دو محصول مورد نظر، نیاز است، تا روند تحولات عرضه شامل تولید و واردات از یک سو و مصرف خانوارها از سوی دیگر مورد بررسی قرار گیرد، تا ضمن بررسی علل تغییرات و آثار منفی آن، راههای بهبود این روند پیشنهاد شود.

بررسی وضعیت مرغداریها

بر اساس جداول شماره (۲ و ۱)، تعداد مرغداریهای صنعتی کشور در سال ۱۳۷۰، ۱۲۰۹۱ واحد است، که از این تعداد، ۱۱ هزار واحد



مرغداریهها ۳۱۸ میلیارد ریال ارزش تولیدات داشته‌اند که در سال ۱۳۷۳ به ۱/۲ میلیارد ریال رسیده است. از این مقدار ۶۰ درصد آن مربوط به مرغداریهای گوشتی و حدود ۲۸ درصد آن مربوط به مرغداریهای تخمگذار است. با اینکه در طول سه سال ۷۲ - ۱۳۶۹ از تعداد مرغداریها و شاغلین کاسته شده، اما ارزش تولیدات این واحدها، افزایش یافته به طوری که سال ۱۳۷۲، ۳/۷ برابر سال ۱۳۶۹ ارزش تولیدات داشته است.

اگر چه، در طول سه سال مذکور، افزایش قیمتها موجب افزایش ارزش اسمی تولیدات مرغداریها شده است، اما بخشی از آن مربوط به افزایش ارزش واقعی تولیدات مرغداریها است. برای اثبات آن می‌توان ارزش تولیدات مرغداریها در سال ۱۳۷۲ را به قیمت ثابت سال ۱۳۶۹ محاسبه کرد، که رقمی معادل ۳۷۰ درصد می‌باشد (۴). در حالی که شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در سال ۱۳۷۲ به قیمت ثابت سال ۱۳۶۹، ۱۸۴/۴ درصد است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که، از ۳۷۰ درصد ارزش تولید شده، ۸۶ درصد آن ناشی از افزایش قیمتها بوده است. به عبارت دیگر، اگر افزایش تولیدی وجود نمی‌داشت، ارزش تولیدات باید، ۵۸۶ میلیارد ریال می‌شد. در حالی که ۱/۲ هزار میلیارد ریال ارزش تولید داشته‌ایم.

دستمزد پرداختی به کارکنان مرغداریها نیز، در سال ۱۳۶۹، ۲۸/۵ میلیارد ریال بوده که در سال ۱۳۷۲ به ۴۹/۳ میلیارد ریال افزایش یافته است. سهم مرغداریهای گوشتی از دستمزد پرداختی در سال ۱۳۶۹، ۴۹ درصد بوده که در سال ۱۳۷۲ به ۴۷ درصد کاهش یافته است.

## ■ نگاهی به روند تولید و واردات مرغ و تخم مرغ

بر اساس جدول شماره (۳)، طی ۲۰ سال ۷۳ - ۱۳۵۳، تولید گوشت مرغ از ۱۱۰ هزار تن در سال ۱۳۵۳ به ۱۶۳ هزار تن در سال ۱۳۵۶ افزایش یافته است و تا ابتدای برنامه اول، یعنی سال ۱۳۶۷ به ۳۰۰ هزار تن رسیده که معادل ۲/۷ برابر سال ۱۳۵۳ و ۱/۸ برابر سال ۱۳۵۶ و در طول برنامه اول و تا سال ۱۳۷۲ به ۶۱۳ هزار تن افزایش یافته است که نشان دهنده افزایشی معادل ۵/۵ برابر سال ۱۳۵۳ است.

به طور کلی تولید گوشت مرغ طی دوره مورد بررسی، روندی نوسانی و افزایشی داشته است. علت نوسانی بودن آن به دلیل تغییرات سیاستگذاریهای دولت از جمله جلوگیری از واردات یا اجرای سیاست آزادسازی و علت افزایشی بودن آن نیز به دلیل گرایش مصرف‌کنندگان به مصرف گوشت مرغ یا تغییر الگوی مصرف خانوارها، افزایش جمعیت و در نتیجه، افزایش تقاضا برای گوشت مرغ می‌باشد. به هر حال، واردات گوشت مرغ از ۲/۳ هزار تن در سال ۱۳۵۳ به ۷/۴ هزار تن در سال ۱۳۵۶ افزایش یافته و تا سال ۱۳۶۷ به حدود صفر رسیده، اما در سال پایان برنامه اول یا سال ۱۳۷۲ به ۴۸/۶ هزار تن افزایش یافته است. همچنین، بیشترین مقدار واردات گوشت مرغ در طول ۲۰ سال مورد بررسی، مربوط به سال ۱۳۶۰ است که معادل ۶۵/۵ هزار تن می‌باشد. اما اگر ضریب خودکفایی یا نسبت تولید به مجموع تولید و واردات مورد تحلیل قرار گیرد، خواهیم دید که در سال ۱۳۶۲، با ضریب خودکفایی ۸۵ درصد، بیشترین مقدار وابستگی از نظر گوشت مرغ داشته‌ایم. پس از آن در سالهای ۷۰ - ۱۳۶۴ ضریب خودکفایی ۱۰۰ درصد بوده، اما مجدداً در سالهای بعد، این ضریب روند کاهشی پیدا کرده است که علت آن را باید، در آثار سیاست آزادسازی

جستجو کرد زیرا برای نمونه در اواسط نیمه اول سال ۱۳۷۱، گوشت مرغ هر کیلو ۱۵۰۰ ریال وارد می‌شد و برای حفظ تولید داخلی باید به ۲۲۰۰ ریال به فروش می‌رسید. بنابراین، سود هر کیلو گوشت مرغ برای واردکننده حدود ۷۰۰ ریال و برای تولیدکننده ۱۰۰ ریال بود، زیرا تولید گوشت مرغ در داخل ۲۱۰۰ ریال هزینه در برداشت. (۵)

در مورد تولید تخم مرغ نیز، همان‌گونه که در جدول شماره (۴) نشان داده شده است، طی ۲۰ سال گذشته از ۱۴۴ هزار تن در سال ۱۳۵۳ به ۲۱۵ هزار تن در سال ۱۳۵۶ افزایش یافته و تا سال ۱۳۶۷ یا ابتدای برنامه اول به ۲۵۰ هزار تن رسیده و تا سال پایان برنامه اول به ۴۵۰ هزار تن افزایش یافته است. این رقم معادل ۳ برابر سال ۱۳۵۳، ۲ برابر سال ۱۳۵۶ و ۱/۸ برابر سال ۱۳۶۷ است. از نظر واردات نیز، در طول ۲۰ سال گذشته، روندی کاهنده داشته‌ایم. به طوری که واردات ۱۴ هزار تنی تخم مرغ در سال ۱۳۵۳ پس از یک روند صعودی که منجر به واردات ۲۷ هزار تن در سال ۱۳۵۶ و ۴۰ هزار تن در سال ۱۳۶۲ شد، سپس کاهش یافت و تا سال ۱۳۷۲ به ۰/۶۸ هزار تن رسید و موجب شد تا ضریب خودکفایی از ۷۸ درصد در سال ۱۳۵۳ به ۸۴ درصد در سال ۱۳۶۲ افزایش یابد و سپس به ۱۰۰ درصد در طول

سالهای برنامه اول برسد.

### ■ بررسی مصرف مرغ و تخم مرغ و جایگاه آن در هزینه خانوار

در طی ده سال گذشته، مصرف گوشت مرغ برای خانوارهای شهری، روندی نوسانی و کاهنده داشته است. به طوری که از ۱۲۶/۸ کیلوگرم در سال ۱۳۶۳، که بیشترین مقدار مصرف طی دوره مورد بررسی است به ۴۵/۸ کیلوگرم در سال ۱۳۶۸ که کمترین مقدار است، کاهش یافته و تا سال ۱۳۷۲ با روندی صعودی به ۷۰/۷ کیلوگرم رسیده و در سال ۱۳۷۳ به ۶۲/۹ کیلوگرم کاهش یافته است. به هر حال نسبت مصرف گوشت مرغ خانوارهای شهری در سال ۱۳۶۸ که کمترین مقدار مصرف را داشته، ۳۶ درصد سال ۱۳۶۳ که بیشترین مقدار مصرف را به خود اختصاص داده است، می‌باشد. همچنین در سال ۱۳۷۲، مقدار مصرف مرغ خانوارهای شهری ۵۰ درصد سال ۱۳۶۳ است. در حالی که مصرف گوشت مرغ خانوارهای شهری در طی دهه مورد بررسی به نصف کاهش یافته که هزینه صرف شده برای مرغ، اگر چه نوسانی، اما افزایشی بوده است، به طوری که هزینه مصرفی خانوارهای شهری برای گوشت مرغ از ۲۳/۶ هزار ریال در سال ۱۳۶۳ به ۱۳۴/۸ هزار ریال در سال ۱۳۷۳ افزایش یافته و سهم آن در هزینه‌های خوراکی خانوارها نیز از ۵/۲ درصد در سال ۱۳۶۳، به ۸ درصد در سال ۱۳۶۵ که بالاترین سهم در طول دوره مورد بررسی است، افزایش یافته و تا سال ۱۳۶۹ به ۴/۵ درصد که کمترین سهم را دارد، کاهش یافته است. در نهایت، در سال ۱۳۷۳ به ۶/۹ درصد هزینه‌های خوراکی رسیده است.

اگر هزینه صرف شده توسط خانوارهای شهری را به شاخص تبدیل کنیم و با شاخص قیمت‌ها مقایسه نماییم، خواهیم دید که هزینه خانوار برای مصرف گوشت مرغ در دوره مورد بررسی از ۷۴ درصد در سال ۱۳۶۳ به ۴۲۴ درصد در سال ۱۳۷۳ رسیده که بیانگر افزایشی معادل ۵/۷ برابر است. همچنین، شاخص قیمت گوشت مرغ از ۳۸/۵ درصد در سال ۱۳۶۳ به ۴۰۷/۹ درصد در سال ۱۳۷۳ افزایش یافته است و نشان دهنده افزایشی معادل ۱۰/۶ برابر سال ۱۳۶۳ است. اکنون اگر هزینه مصرفی تخم مرغ در سال ۱۳۶۳ را طوری به سال ۱۳۷۳ تبدیل کنیم که

اثرات تورمی آن حذف شود و مقدار مصرف ثابت بماند و سهم هزینه خانوار برای گوشت مرغ در سال ۱۳۷۳ را نسبت به آن به دست آوریم و با نسبت مقدار مصرف گوشت مرغ در سال ۱۳۶۳ به سال ۱۳۶۳ مقایسه نماییم، رقمی تقریباً شبیه هم به دست خواهد آمد. آمار بانک مرکزی صحت نمونه‌گیری مقدار مصرف گوشت مرغ خانوارها، را نشان می‌دهد.

برای انجام روش فوق، اگر هزینه صرف شده برای گوشت مرغ در سال ۱۳۶۳ که معادل ۲۳۵۸۸ ریال برای یک خانوار است را، به اندازه افزایش

شاخص قیمت خرده‌فروشی گوشت مرغ در سالهای ۷۳-۱۳۶۳ که برابر ۱۰/۶ برابر شده است، اضافه کنیم به رقم ۲۵۰ هزار ریال می‌رسیم. این رقم مقدار هزینه‌ای است که مصرف‌کننده در سال ۱۳۷۳ باید می‌پرداخت تا به اندازه سال ۱۳۶۳ گوشت مرغ خریداری کند. نسبت هزینه‌ای که خانوارها برای مصرف گوشت مرغ در سال ۱۳۷۳ پرداخت کردند، به هزینه واقعی که باید صرف می‌شد تا به اندازه سال ۱۳۶۳ گوشت مرغ مصرف شود یا نسبت ۱۳۴ هزار ریال به ۲۵۰ هزار ریال، معادل ۵۴ درصد است. همچنین، نسبت مقدار

جدول شماره (۱) - آمار تعداد شاغلان و ارزش تولیدات مرغداریها در سال ۱۳۶۹ و ۱۳۷۲

نوع مرغداری	سال	تعداد شاغلان	مزد و حقوق پراختی (میلیون ریال)	ارزش تولیدات (میلیون ریال)
مؤسسات جوجه‌کشی	۶۹	۹۳۰	۱۳۲۹	
	۷۲	۱۳۷۲	۴۳۳۷	
مؤسسات پرورش‌دهنده مرغ مادر	۶۹	۳۱۱۵	۷۳۳۳	۳۰۱۰۸
	۷۲	۴۰۵۸	۸۳۱۶	۱۴۹۴۸۶
مرغداریهای پرورش‌دهنده مرغ تخمگذار	۶۹	۷۶۶۹	۵۶۷۸	۹۱۴۵۴
	۷۲	۷۶۸۴	۱۳۲۰۵	۳۱۸۶۷۴
مرغداریهای پرورش‌دهنده مرغ گوشتی	۶۹	۳۲۸۶۸	۱۴۲۰۲	۱۹۷۳۰۸
	۷۲	۲۵۵۰۴	۲۳۵۱۱	۷۱۰۴۵۹
جمع کل	۶۹	۴۴۵۸۲	۲۸۵۴۲	۳۱۸۸۷۰
	۷۲	۳۸۶۱۸	۴۹۳۶۹	۱۱۷۸۶۱۹

مأخذ: مرکز آمار، سالنامه آماری سال ۱۳۷۳، مرکز آمار، ۱۳۷۲

جدول شماره (۲) - آمار تعداد مرغداریها در سال ۱۳۷۰ و ۱۳۷۳

نوع مرغداری	سال	تعداد کارگاه
مؤسسات مرغداری	۷۰	۶۷
	۷۳	۸۸
مؤسسات پرورش‌دهنده مرغ مادر	۷۰	۷۰
	۷۳	۱۳۴
مرغداریهای پرورش‌دهنده مرغ تخمگذار	۷۰	۸۸۱
	۷۳	۷۸۹
مرغداریهای پرورش‌دهنده مرغ گوشتی	۷۰	۱۱۰۷۳
	۷۳	۸۵۴۵
جمع کل	۷۰	۱۲۰۹۱
	۷۳	۹۵۵۶

مأخذ: مرکز آمار، سالنامه آماری سال ۱۳۷۳، مرکز آمار، ۱۳۷۲

گوشت مرغ مصرفی در سال ۱۳۷۳ که معادل ۶۲/۹ کیلوگرم است، به مقدار مصرف آن در سال ۱۳۶۳ که معادل ۱۲۶/۸ کیلوگرم است، معادل ۵۰ درصد می‌باشد. بنابراین، از بررسی فوق می‌توان چنین نتیجه گرفت که مصرف گوشت خانوارها در طول دهه مورد بررسی، بین ۵۴ - ۵۰ درصد کاهش یافته است.

در مورد تخم مرغ نیز، مصرف سرانه خانوارهای شهری طی سالهای ۷۳ - ۱۳۶۳ روندی نوسانی و کاهنده داشته است. به طوری که از ۹۲/۸ کیلوگرم تخم مرغ مصرفی در سال ۱۳۶۳، به بیشترین مقدار در طول دوره یعنی ۹۲/۲

کیلوگرم در سال ۱۳۶۵ افزایش یافته و سپس در سال ۱۳۷۱ به کمترین مقدار یعنی ۴۱/۲ کیلوگرم رسیده و تا سال ۱۳۷۳ به ۴۶/۲ کیلوگرم افزایش یافته است. مصرف تخم مرغ خانوارهای شهری در سال ۱۳۷۱ که کمترین مقدار بوده نسبت به سال ۱۳۶۵ که بیشترین مقدار بوده، ۴۴ درصد است و این نسبت برای سالهای ۱۳۷۳ به ۱۳۶۳، معادل ۵۰ درصد می‌باشد، که نشان دهنده کاهش مقدار مصرف تخم مرغ خانوارهای شهری به نصف است. این در حالی است که هزینه صرف شده برای تخم مرغ، از ۱۳/۴ هزار ریال در سال ۱۳۶۳ به ۵۳/۲ هزار ریال در سال ۱۳۷۳ افزایش

یافته و سهم آن در هزینه‌های خوراکی از ۲/۹ درصد در سال ۱۳۶۴ به ۲/۷ درصد در سال ۱۳۷۳ کاهش یافته است. البته اگر مقدار مصرف تخم مرغ به هزینه صرف شده برای آن را مقایسه کنیم، خواهیم دید که مصرف کننده سعی داشته است تا حدی مصرف خود را با توجه به درآمدش نسبت به سالهای قبل حفظ کند. بنابراین، وقتی شاخص قیمت خرده‌فروشی تخم مرغ در سال ۱۳۶۷ که ۹۷/۵ درصد است، به ۱۱۶/۵ درصد در سال ۱۳۶۸ افزایش می‌یابد، مصرف کننده برای حفظ مقدار مصرف قبلی خود به هزینه تخم مرغ افزوده و آن را از ۲۵/۸ هزار ریال به ۲۷/۵ هزار ریال رسانده یا ۲۰۰۰ ریال افزایش داده است. با این حال، مقدار مصرف او از ۸۱/۵ کیلوگرم در سال ۱۳۶۷ به ۴۴/۱ کیلوگرم در سال ۱۳۶۹ کاهش یافته است.

در تعیین هزینه واقعی صرف شده خانوارهای شهری برای تخم مرغ، می‌توان از شاخص قیمت‌های خرده‌فروشی تخم مرغ در مقایسه با شاخص هزینه خانوارها برای کالای مورد نظر استفاده کرد. این مقایسه نشان می‌دهد که شاخص قیمت خرده‌فروشی تخم مرغ از ۴۸/۵ درصد در سال ۱۳۶۴ به ۳۶۷/۷ درصد در سال ۱۳۷۳ افزایش یافته، که معادل ۷/۷ برابر افزایش است و شاخص هزینه خانوارها برای تخم مرغ از ۸۴ درصد در سال ۱۳۶۳ به ۳۳۴ درصد در سال ۱۳۷۳ رسیده یا ۴ برابر شده است. اگر هزینه خانوار برای مصرف تخم مرغ در سال ۱۳۶۳ را به میزان ۷/۷ برابر افزایش دهیم تا اثر تورمی آن حذف شود، در حالی که مقدار مصرف به اندازه سال ۱۳۶۳ ثابت بماند، به رقمی معادل ۱۰۲۹۱۰ ریال می‌رسیم، در حالی که هزینه صرف شده برای تخم مرغ در سال ۱۳۷۳ به هزینه واقعی برای تخم مرغ یا در حالت ثابت ماندن مقدار مصرف ۵۲ درصد است. از طرفی، همان گونه که جدول شماره (۵) نشان می‌دهد، مقدار مصرف تخم مرغ در سال ۱۳۶۳ به ۱۳۷۳، ۴۹ درصد است. زیرا، از ۹۲/۸ کیلوگرم در سال ۱۳۶۳ به ۴۶/۲ کیلوگرم در سال ۱۳۷۳ کاهش یافته است.

بررسی فوق نشان می‌دهد، که طی دوره مورد بررسی، مقدار مصرف تخم مرغ بین ۵۲ - ۴۹ درصد کاهش یافته است و این کاهش، نه تنها از طریق نمونه‌گیری بانک مرکزی در مورد مقدار مصرف تخم مرغ خانوارها نشان داده شده است،

جدول شماره (۳) - آمار تولید، واردات و ضریب خودکفایی گوشت مرغ طی سالهای ۷۳ - ۱۳۵۳ (واحد: هزار تن)

سال	تولید	واردات	ضریب خودکفایی
۵۳	۱۱۰	۲/۳	۹۸
۵۴	۱۲۶	۱۷/۴	۸۸
۵۵	۱۶۰	۱۵/۶	۹۱
۵۶	۱۶۳	۷/۴	۹۶
۵۷	۱۶۰	۱۶	۹۱
۵۸	۱۹۵	۱۳/۵	۹۴
۵۹	۲۲۰	۶/۴	۹۳
۶۰	۲۴۵	۶۵/۵	۷۹
۶۱	۲۴۵	۳۹/۲	۸۶
۶۲	۲۴۶	۴۲/۴	۸۵
۶۳	۲۷۰	۲۷/۷	۹۱
۶۴	۲۹۰	۰/۸	۱۰۰
۶۵	۳۴۵	۰	۱۰۰
۶۶	۳۳۰	۰	۱۰۰
۶۷	۳۰۰	۰/۰۰۰۴	۱۰۰
۶۸	۳۳۰	۰/۰۱۷	۱۰۰
۶۹	۳۵۰	۰/۰۰۳	۱۰۰
۷۰	۴۲۰	۰	۱۰۰
۷۱	۵۲۰	۲۸/۷	۹۵
۷۲	۵۶۰	۴۸/۶	۹۲
۷۳	۶۱۳	—	—

مأخذ:

۱. مرکز آمار، سالنامه باررسانی خارجی، سالهای ۷۲ - ۱۳۵۳
۲. بر جلال هاشمی، برآورد الخوی عرضه گوشت مرغ و تخم مرغ در ایران، دفتر مطالعات جامع و نظارت، ۱۳۷۳

بلکه از طریق هزینه خانوارها برای مصرف تخم مرغ که توسط مرکز آمار انجام می‌گیرد، در مقایسه با شاخص قیمت‌های خرده‌فروشی بانک مرکزی نیز، کاهش ۵۰ درصدی را نشان می‌دهد.

### ■ آثار نوسانات قیمتی مرغ و تخم مرغ بر هزینه خانوار

بر اساس جداول ۶ و ۷ قیمت هر کیلو گوشت مرغ، از ۱۹۶۶ ریال در فروردین سال ۱۳۷۱ به ۴۷۷۱ ریال در اسفند سال ۱۳۷۴ افزایش یافته که بیانگر افزایش ۲۴۳ درصد است. در مورد تخم مرغ نیز، از ۸۷۰ ریال برای هر کیلو در فروردین ماه سال ۱۳۷۱ به ۲۶۶۶ ریال در اسفند سال ۱۳۷۴ افزایش یافته، که نشان دهنده افزایش ۳۰۶ درصد در طول ۴ سال مورد نظر می‌باشد. اما سهم این افزایش در سال آخر یا سال ۱۳۷۴، بیشتر از سالهای قبل بوده است. زیرا متوسط قیمت هر کیلو گوشت مرغ در سالهای ۷۳ - ۱۳۷۱ به ترتیب ۲۰۵۱، ۲۲۸۵، ۲۸۱۸ ریال بوده، در حالی که در سال ۱۳۷۴، این رقم به ۴۱۹۳ ریال افزایش یافته است. در مورد تخم مرغ نیز، در سالهای ۷۳ - ۱۳۷۱ متوسط هر کیلو به ترتیب ۱۱۴، ۱۲۸۱ و ۱۵۲۷ ریال بوده، در حالی که در سال ۱۳۷۴ به ۲۲۷۰ ریال افزایش یافته است. این تغییرات نشان می‌دهد، که با گذشت زمان، روند قیمت افزایشی بوده، به خصوص در سال ۱۳۷۴ که با ۶۴ درصد افزایش قیمت گوشت مرغ و ۶۱ درصد افزایش قیمت تخم مرغ، بیشترین سهم را طی ۴ سال مورد بررسی به خود اختصاص داده است.

هر چه قیمت گوشت افزایش یابد (با ثابت ماندن درآمد واقعی) تقاضا برای آن کاهش می‌یابد، که عملاً در سالهای گذشته این امر اتفاق افتاده است. روند افزایشی قیمت و نوسانات قیمتی یا افزایش دائمی و موقتی قیمت در امر تقاضا مؤثر می‌باشند. عوامل خارجی نیز در روند افزایش قیمت دخالت دارند. زیرا، افزایش قیمت نهاده‌ها و قیمت محصولات جانشین و مکمل بر قیمت آنها اثر گذاشته و موجب افزایش آن می‌شود. اما در نوسانات قیمتی بیشتر عوامل درونی موجب این گونه نوسانات می‌شود، زیرا گاهی قیمت گوشت مرغ افزایش می‌یابد، که عرضه آن کم شود و زمانی عرضه کم می‌شود، که تولید کاهش یابد. کاهش تولید نیز، به دلیل کمبود خوراک طیور است

پس از مدتی به صورت افزایش قیمت مرغ و تخم مرغ آشکار می‌شود و پس از مدتی حذف می‌شود و موجب نوسانات قیمتی مرغ و تخم مرغ می‌گردد. این گونه نوسانات، موجب می‌شوند تا بخشی از درآمد مصرف‌کننده برای خرید گوشت مرغ و تخم مرغ صرف نوسانات قیمتی یا افزایش موقتی قیمت‌ها شود.

برای محاسبه اضافه پرداخت مصرف‌کننده در حالت نوسانات قیمتی می‌توان از مابه‌التفاوت هزینه خرید سالانه مصرف‌کننده و هزینه خرید در حالت بدون نوسانات قیمتی استفاده کرد. به عبارت دیگر، اگر قیمت محصول در زمان شروع دوره نوسان برای کل دوره در نظر گرفته شود،

که حدود ۷۲ (۶) درصد هزینه‌های مرغداری را به خود اختصاص داده است. از آنجایی که خوراک طیور اغلب وارداتی است و با کاهش واردات، مرغداریها دچار کمبود علوفه می‌شوند، آثار این کمبود، پس از مدتی به صورت افزایش قیمت مرغ و تخم مرغ پدیدار می‌شود. زیرا، مرغداری برای تأمین علوفه به بازار آزاد مراجعه می‌کند و با افزایش تقاضای علوفه، قیمت آن در بازار افزایش می‌یابد. این افزایش، تا زمان واردات علوفه همچنان ادامه خواهد داشت. دوره‌ای که مرغداریها دچار کمبود علوفه هستند و آن را با قیمت بالاتر از بازار آزاد تأمین می‌کنند یا در صورت امکان از مرحله تولید خارج می‌شوند، عملاً

جدول شماره (۴) - آمار تولید، واردات و ضریب خودکفایی تخم مرغ طی سالهای ۷۳ - ۱۳۵۳ (واحد: هزار تن)

سال	تولید	واردات	ضریب خودکفایی
۵۳	۱۴۴	۱۴	۷۸
۵۴	۱۷۸	۲۰	۹۵
۵۵	۱۹۷	۱۷	۹۲
۵۶	۲۱۵	۲۲	۸۹
۵۷	۲۶۰	۱۸	۹۰
۵۸	۲۶۰	۲۶	۹۲
۵۹	۲۰۰	۲۶	۹۰
۶۰	۳۰	۲۶۸	۸۵
۶۱	۲۲۰	۲۸	۸۹
۶۲	۲۲۰	۲۶۶	۸۲
۶۳	۲۳۰	۳۶	۸۶
۶۴	۲۳۰	۲۱۶	۹۹
۶۵	۲۳۰	۲۴۴	۹۹
۶۶	۲۵۰	۲۸	۹۲
۶۷	۲۵۰	۲۶۲	۱۰۰
۶۸	۲۵۰	۲۶۶	۱۰۰
۶۹	۲۱۵	۲۶۲	۸۰
۷۰	۲۲۰	۲۵۲	۱۰۰
۷۱	۲۶۰	۲۶	۱۰۲
۷۲	۲۵۰	۲۶	۱۰۰
۷۳	۵۱۶	۲۶	۱۰۰

مأخذ:

۱- مرکز کمرک، سالنامه بازرگانی خارجی، سالهای ۷۲ - ۱۳۵۳

۲- میر جلال هاشمی، برآورد الگوی عرضه گوشت مرغ و تخم مرغ در ایران، دفتر مطالعات جامع و

نظارت، ۱۳۷۳

می توان اضافه پرداخت مصرف کننده را به دست آورد. در دوره ۴ ساله ۷۴ - ۱۳۷۱ اضافه پرداخت مصرف کننده که ناشی از نوسانات قیمتی می باشد، برای گوشت مرغ و تخم مرغ ۸۰۴ میلیارد ریال است. اگر چه، نوسانات سالهای آخر دوره مورد بررسی، جای خود را به افزایش قیمت داده، اما با این وجود سهم نوسانات قیمتی در کل هزینه پرداختی بابت خرید گوشت مرغ طی ۴ سال مورد نظر ۴۹۲ میلیارد ریال است که ۹۲ میلیارد ریال یا ۲۰ درصد آن مربوط به سال ۱۳۷۴ یا سالی که کمترین نوسانات قیمتی را داشته ایم و اضافه هزینه پرداختی برای خرید تخم مرغ طی ۴ سال مورد نظر، ۳۱۲ میلیارد ریال می باشد، که سال ۱۳۷۴، ۶۶ میلیارد ریال یا ۲۰ درصد اضافه هزینه پرداخت شده توسط مصرف کنندگان را به خود اختصاص داده است.

به طور کلی، در طول ۴ سال مورد بررسی، نوسانات قیمتی موجب شده تا از ۹۵۷۰ میلیارد ریال هزینه پرداختی مصرف کننده بابت خرید مرغ و تخم مرغ ۸۰۴ میلیارد ریال از درآمد مصرف کننده به واسطه،

تولید کننده و غیره منتقل شود، که سهم سال ۱۳۷۴ از آن ۱۵۸ میلیارد ریال یا ۲۰ درصد است.

اگر چه، نوسانات قیمتی برای برخی از محصولات کشاورزی نیز وجود دارد، اما ماهیت آنها با مرغ و تخم مرغ متفاوت است. زیرا، محصولات زراعی فصلی هستند و پس از اتمام فصل محصول دهی، اضافه تولیدات در انبارها یا سردخانه ها نگهداری می شوند. هزینه انبارداری، خرابی محصول در انبار و سودجویی واسطه ها موجب می شود تا به مرور زمان، قیمت محصول افزایش یابد و در اوایل بازدهی محصول در سال بعد به اوج خود برسد. برای این محصولات، می توان از طرح خرید تعادلی استفاده کرد، یعنی دولت، محصول را در فصل محصول دهی خریداری و در زمان افزایش قیمت به فروش برساند، اما در مورد مرغ و تخم مرغ، همان گونه که پیش از این نیز بیان شد، مشکل اصلی کمبود علوفه است.

زیرا همان گونه که پیش از این بیان شده، حدود ۷۲ درصد هزینه مرغداریها مربوط به علوفه است، که توسط شرکت تهیه و توزیع علوفه تأمین

می شود. این شرکت، بیش از ۹۰ درصد علوفه مصرفی مرغداریها دارای موافقت اصولی را تأمین می کند. به همین دلیل، سالانه مبلغی را به صورت ریالی و ارزی از طرف دولت دریافت می نماید، تا پس از خرید علوفه مورد نیاز در داخل و کسری آن از خارج (که سهم بالایی دارد) به مرغداریها بفروشد.

جدول شماره (۸)، مقدار و ارزش خرید داخلی و خارجی را در سال ۱۳۷۴ نشان می دهد. بر اساس این جدول، در سال ۱۳۷۴، ۱۹۱۲ هزار تن انواع علوفه توسط شرکت به فروش رسیده، که از این مقدار، ۲۰۰ هزار تن یا ۱۰ درصد آن از داخل و ۱۷۱۲ هزار تن یا ۹۰ درصد از خارج خریداری شده است. از نظر هزینه نیز، همان طور که جدول شماره (۸) نشان می دهد، در سال ۱۳۷۴، ۷۹۷/۵ میلیون ریال اعتبار در اختیار شرکت تهیه و توزیع علوفه قرار گرفته، که ۵۲/۷ میلیون ریال یا ۶/۵ درصد آن به صورت ریالی و ۷۴۴/۸ میلیارد ریال به صورت ارز ۱۷۵۰ ریالی بوده است.

به دلیل عدم تأمین اعتبار پیش بینی شده و

جدول شماره (۵) - برخی آمارهای مربوط به مرغ و تخم مرغ طی سالهای ۷۳ - ۱۳۶۳

سال	گوشت مرغ				تخم مرغ			
	هزینه خانوار	سهم هزینه خانوارها	شاخص هزینه	مقدار مصرف	هزینه خانوار	سهم هزینه خانوارها	شاخص هزینه	مقدار مصرف
	برای مصرف گوشت مرغ (ریال)	برای مصرف گوشت مرغ (درصد)	برای مصرف گوشت مرغ (درصد)	برای مصرف گوشت مرغ (کیلوگرم)	برای مصرف تخم مرغ (ریال)	برای مصرف تخم مرغ (درصد)	برای مصرف تخم مرغ (درصد)	برای مصرف تخم مرغ (کیلوگرم)
۶۳	۲۳۵۸۸	۵/۲	۷۴	۲۸/۵	۱۳۳۶۵	۲/۹	۸۴	۴۸/۵
۶۴	۲۴۹۰۱	۵/۲	۷۸	۴۲/۲	۱۱۵۸۹	۲/۴	۷۳	۵۴/۶
۶۵	۴۱۷۳۶	۸	۱۳۳	۶۰/۹	۱۶۵۷۷	۲/۸	۹۱	۸۰/۲
۶۶	۳۹۲۱۶	۶/۵	۱۳۳	۸۸/۷	۱۶۲۷۸	۲/۷	۱۰۲	۱۰۱/۶
۶۷	۳۹۷۵۴	۵/۲	۱۲۵	۱۱۴/۷	۲۵۸۲۴	۳/۴	۱۶۲	۹۷/۵
۶۸	۴۰۳۹۵	۴/۶	۱۲۷	۸۴/۹	۳۷۴۹۲	۲/۲	۱۷۲	۱۱۶/۹
۶۹	۳۱۷۸۱	۴/۵	۱۰۰	۱۰۰	۱۵۹۳۳	۲/۳	۱۰۰	۱۰۰
۷۰	۵۴۷۰۷	۶	۱۷۲	۲۰۷/۸	۲۵۴۷۳	۲/۸	۱۶۰	۱۸۴/۲
۷۱	۷۹۰۹۱	۷/۱	۲۴۹	۲۹۳/۷	۳۷۷۴۷	۳/۴	۲۳۷	۳۰۹
۷۲	۱۰۱۹۰۰	۷/۴	۳۲۰	۳۲۲/۹	۴۲۸۵۲	۳/۱	۲۶۹	۳۲۵/۵
۷۳	۱۳۴۸۲۱	۶/۹	۴۲۴	۴۰۷/۹	۵۳۲۵۴	۲/۷	۳۳۴	۳۷۶/۷

مأخذ:

۱. بانک مرکزی، اداره آمار، (شاخص قیمت خرده فروشی)
۲. مقبول، فریا، نتایج بررسی بودجه خانوار در مناطق شهری ایران طی سالهای ۷۲ - ۱۳۶۳، روند، ش ۱۶ و ۱۷ - ۱۳۷۳، ص ۵۰ (مقدار مصرف)
۳. مرکز آمار، هزینه خانوار شهری، مرکز آمار، سالهای محالفا (هزینه خانوار)

تأخیر در پرداخت اعتبارات، شرکت نتوانسته علوفه مورد نیاز مرغدارها را تأمین کند. زیرا، ارز واقعی برای تأمین علوفه بر اساس مبلغ پیش‌بینی شده توسط شرکت مربوطه ۵۶۰ میلیون دلار بوده، در حالی که ۴۲۵ میلیون ریال ارز تخصیص داده شده است. بنابراین، ۱۳۵ میلیون دلار یا ۲۳۶ میلیارد ریال کمبود اعتبار به صورت ارز بوده که به علت عدم تأمین آن، موجب نوسانات قیمتی شده است. از آنجایی که ۷۲ درصد هزینه مرغدارها مربوط به علوفه است، پس مبلغ مذکور به حدود ۷۲ درصد نوسانات قیمتی تأثیر خواهد گذاشت که رقمی معادل ۱۷۰ میلیارد ریال می‌باشد. از طرفی، پیش از این محاسبه شده که اضافه هزینه پرداختی توسط مصرف‌کننده بابت نوسانات قیمتی در سال ۱۳۷۴، ۱۵۸ میلیارد ریال بوده است. تشابه این دو رقم نشان می‌دهد که، اگر اعتبار لازم به شرکت تهیه و توزیع علوفه بر اساس نیاز پیش‌بینی شده پرداخت می‌شد یا ۱۳۵ میلیون دلار بیشتر از ارز تخصیص داده شده در سال ۷۴ پرداخت می‌شد، نوسانات قیمتی در سال مذکور وجود نداشت، زیرا در صورت عدم تأمین علوفه، مرغدارها زمان شروع دوره جدید تولید را تا تحویل علوفه مورد نیاز به تأخیر می‌اندازند یا علوفه مورد نیاز را از بازار آزاد خریداری می‌نمایند، که به علت افزایش تقاضا، قیمت علوفه در بازار آزاد افزایش می‌یابد. نوسانات قیمتی در چهار سال ۷۴ - ۱۳۷۱ نشان می‌دهد. کمبود علوفه موجب می‌شود، تا آثار بعد از ۳ ماه آشکار شود و بین ۵ - ۲ ماه ادامه یابد.

بنابراین، با افزایش اعتبارات شرکت مربوطه در حد نیاز پیش‌بینی شده می‌توان نوسانات قیمتی مرغ و تخم مرغ را حذف کرد اما حذف کامل نوسانات قیمتی به زمان خرید علوفه و تحویل به موقع آن به مرغدارها نیز، ارتباط دارد. از طرفی، اگر شرایطی به وجود آید که کلیه نمایندگان بخشهای مؤثر بر تولید و قیمت مرغ و تخم مرغ از مرحله تولید تا مرحله توزیع در کنار هم باشند و عوامل ایجاد مشکلات احتمالی و اثرات ناشی از آن را در جمعی تحت عنوان اعضای صندوق مرغ و تخم مرغ مطرح کنند و نمایندگان مسؤول بروز چنین مشکلاتی را مورد بازخواست قرار دهند یا در جهت رفع هر چه بیشتر مشکلات با یکدیگر مشورت، سیاست‌گذاری و هماهنگی نمایند، در حذف کامل نوسانات قیمتی و حتی در

کاهش قیمت مرغ و تخم مرغ تأثیر خواهند گذاشت. از طرفی، ایجاد چنین صندوقی قدرت دفاعی مرغدارها را در مقابل سیاستهای کلان جدیدی را انتخاب می‌کند که ممکن است، تأثیر منفی بر مرغدارها داشته باشد، اعضای صندوق می‌توانند پس از مشورت با یکدیگر راههای مقابله با اثرات منفی سیاستهای مذکور را پیدا کنند و به سرعت به بخشهای تحت پوشش خود اعلام نمایند.

صندوق مرغ و تخم مرغ با اعضای متشکل از کلیه نمایندگان بخشهای مختلف (اعم از دولتی، تعاونی یا اتحادیه) می‌باشد که از مرحله تأمین نهاده مرغدارها تا آماده شدن محصولات برای فروش را به عهده دارد و وظیفه آن حل مشکلات مرغدارها و افزایش قدرت دفاعی آنها در مقابل سیاست‌گذاری دولت است. برای آشنایی بیشتر با صندوق مرغ و تخم مرغ، به مشخصات آن می‌پردازیم.

### ■ مشخصات صندوق مرغ و تخم مرغ

با توجه به اهمیت مرغ و تخم مرغ در تولید و مصرف کشور که پیش از این بیان شد اثرات مثبت ایجاد صندوق مرغ و تخم مرغ، اهداف، وظایف، اعضای صندوق و سرمایه مورد نیاز به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

جدول شماره (۶) - مشخصات قیمت، هزینه خرید و نوسانات قیمتی گوشت مرغ در سالهای ۷۴ - ۱۳۷۱

سال	واحد	۷۱	۷۲	۷۳	۷۴
متوسط قیمت فروردین	ریال	۱۹۶۶	۲۱۲۲	۲۵۱۲	۳۸۰۶
متوسط قیمت اسفند	ریال	۲۱۴۶	۲۵۴۵	۳۵۴۶	۴۷۷۱
متوسط قیمت سال	ریال	۲۰۵۱	۲۲۸۵	۲۸۱۸	۴۱۹۳
تولید سالانه	هزار تن	۵۲۰	۵۶۰	۶۱۳	۶۲۰
هزینه خرید سالانه	میلیارد ریال	۱۰۶۶	۱۲۸۰	۱۷۲۷	۲۶۰۰
هزینه خرید در حالت بدون نوسانات قیمتی	میلیارد ریال	۸۹۴	۱۱۷۸	۱۶۰۱	۲۵۰۸
مابه التفاوت ردیف ۵ و ۶	میلیارد ریال	۱۷۲	۱۰۲	۱۲۶	۹۲
سهم نوسانات قیمتی به کل هزینه خرید	درصد	۱۶	۸	۷	۴

مأخذ:

۱ - معاونت طرح و برنامه‌ریزی، اداره آمار و اطلاعات

۲ - وزارت جهادسازندگی، گزارش عملکرد وزارت جهادسازندگی در برنامه توسعه اقتصادی - اجتماعی (۷۲ - ۱۳۶۸)، ستاد برنامه دوم، ۱۳۷۳.

۳ - وزارت جهادسازندگی، برنامه پنج ساله دوم وزارت جهادسازندگی، ستاد برنامه دوم، ۱۳۷۲.

### الف - اهداف

- ۱ - تضمین بازار عرضه و حذف واسطه‌ها
- ۲ - کاهش قیمت و جلوگیری از نوسانات قیمت مرغ و تخم مرغ به منظور حفظ و افزایش قدرت خرید مصرف‌کنندگان.
- ۳ - کنترل تورم و تثبیت قیمت به منظور ثابت نگه داشتن قیمت محصولات جانشین مرغ و تخم مرغ.
- ۴ - دستیابی به خودکفایی در زمینه مرغ و تخم مرغ در شرایط فعلی که روند افزایش تقاضا بیشتر از روند افزایش عرضه است.

### ب - وظایف

- ۱ - تعیین قیمت مرغ و تخم مرغ و ثابت نگه داشتن آن.
- ۲ - خرید، فروش، و صادرات مرغ و تخم مرغ و خوراک طیور.
- ۳ - تهیه جوجه یک روزه و خوراک طیور با قیمت مناسب.
- ۴ - هدایت و ترویج کشتار بهداشتی مرغ در کشتارگاههای سنتی.

### ج - اعضاء

از آنجایی که تعیین قیمت به عواملی همچون مواد اولیه و جوجه یک روزه وابسته است و تهیه



این نهاده‌ها جزو وظایف صندوق است، زمانی قیمت تعیین شده پشتوانه دارد که به قیمت نهاده‌ها نیز توجه شود. لذا، حضور تشکلهای مربوط به صنایع خوراک طیور و تولیدکنندگان جوجه یک روزه الزامی است. از طرفی، وجود نماینده کشتارگاههای طیور در بین اعضای صندوق موجب می‌شود تا در مورد بهداشتی شدن کشتارگاههای سنتی نیز سیاست مناسبی اتخاذ شود. در نهایت، وجود یک نماینده از طرف مصرف‌کنندگان به منظور جلوگیری از افزایش بی‌رویه قیمت مرغ و تخم مرغ از سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز ضروری است. بنابراین، صندوق مرغ و تخم مرغ دارای ۹ عضو خواهد بود که عبارتند از:

- ۱- اتحادیه مرغداران گوشتی
  - ۲- اتحادیه مرغداران تخم‌گذار
  - ۳- شرکت تعاونی مرغ مادر
  - ۴- سندیکای مؤسسات جوجه‌کشی
  - ۵- شرکت تعاونی صنایع خوراک دام و طیور
  - ۶- شرکت تعاونی کشاورزان تولیدکنندگان خوراک دام و طیور
  - ۷- شرکت تعاونی کشتارگاههای صنعتی
  - ۸- سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان
  - ۹- نماینده معاونت امور دام وزارت جهاد سازندگی
- د- سرمایه  
سرمایه صندوق باید دایمی و حداقل مجموع

اعتبار پرداختی برای خرید علوفه در سال ۱۳۷۴ و کسری پرداختی که موجب نوسانات قیمتی شده، باشد که معادل ۱۰۳۳ میلیارد ریال می‌شود. از این رقم، ۹۵ درصد یا ۹۸۰ میلیون ریال آن به صورت ارز ۵۷۵۰ ریالی که معادل ۵۶۰ میلیون دلار است و بقیه آن به صورت ریالی باشد، که بابت خرید از داخل است.

### پی‌نوشت:

- ۱- ن. ترسرسیان، م. رحمانیان، م. آذر، ح. میوریان، ش. خلیلی، جدول ترکیبات مواد غذایی ایران جلد اول مواد غذایی، انستیتو تغذیه و صنایع غذایی ایران، ۱۳۵۸
- ۲- امین پور آزاده، صدیق‌گیتی، اصول علم تغذیه، انتشار، تهران: ۱۳۷۲، ص ۷۰
- ۳- معاونت امور دام.
- ۴- درصد محاسبه شده از تقسیم ارزش تولیدات سال ۱۳۷۳ به سال ۱۳۶۹ ضرب در ۱۰۰ بدست آمده است.
- ۵- وزارت جهاد سازندگی، معاونت امور دام
- ۶- بانک مرکزی، حسابهای ملی ایران (۱۳۶۹-۱۳۵۳)، اداره حسابهای اقتصادی، ۱۳۷۳، ص ۱۷

جدول شماره (۷) - مشخصات قیمت، هزینه خرید و نوسانات قیمتی تخم مرغ در سالهای ۷۴ - ۱۳۷۱

سال	واحد	۷۱	۷۲	۷۳	۷۴
متوسط قیمت فروردین	ریال	۸۷۰	۱۰۹۰	۱۱۵۷	۱۸۷۷
متوسط قیمت اسفند	ریال	۱۳۸۴	۱۲۶۰	۱۹۱۰	۲۶۶۶
متوسط قیمت سال	ریال	۱۱۴۰	۱۲۸۱	۱۵۲۷	۲۲۷۰
تولید سالانه	هزار تن	۳۹۰	۴۵۰	۵۱۶	۴۸۰
هزینه خرید سالانه	میلیارد ریال	۴۴۴	۵۷۶	۷۸۸	۱۰۸۹
هزینه خرید در حالت بدون نوسانات قیمتی	میلیارد ریال	۳۴۶	۵۱۲	۷۰۵	۱۰۲۳
مابه‌التفاوت ردیف ۵ و ۶	میلیارد ریال	۹۸	۶۴	۸۳	۶۶
سهم نوسانات قیمتی به کل هزینه خرید	درصد	۲۲	۱۲	۱۱	۶

ب.آخذ

- ۱- معاونت طرح و برنامه‌ریزی، اداره آمار و اطلاعات
- ۲- وزارت جهاد سازندگی، گزارش عملکرد وزارت جهاد سازندگی در برنامه توسعه اقتصادی - اجتماعی (۱۳۶۸ - ۱۳۷۳) ساد برنامه دوم، ۱۳۷۳
- ۳- وزارت جهاد سازندگی، برنامه پنج ساله دوم وزارت جهاد سازندگی، سند برنامه دوم، ۱۳۷۴

جدول شماره (۸) : مقدار و ارزش خرید و فروش علوفه در سال ۱۳۷۴

عنوان	مقدار (هزار تن)	ارزش (میلیون دلار)	ارزش (میلیون دلار)	ارزش کل (میلیون دلار)
خرید خارجی	۱۷۱۲	۴۲۵	—	۷۴۴/۸
خرید داخلی	۲۰۰	—	۵۲/۷	۵۲/۷
کل خرید	۱۹۱۲	—	—	۷۹۷/۵

ب.آخذ: دفتر جهاد سازندگی

● بقیه از صفحه ۳۱

Winston. INC New York. (1969).

12- Alfred H. Gorman, teachers and learners, The interactive process of Education. Allyn and Bacon. INC (1974)

13- Robertson Ian, Audio - visual Equipment, Butterworth-Heinemann Ltd, oxford, England (1991)