

(مقاله پژوهشی)

## تجزیه و تحلیل مدل "هر روستا یک محصول" و شکل‌گیری "خوشه‌های فعالیت غیر کشاورزی" در مناطق روستایی

سعید عیسی‌زاده\*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۰۵

### چکیده

بسیاری از روستاها در کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته به دلیل کسب‌وکار کشاورزی و در نتیجه وجود درآمد کمتر نسبت به مناطق شهری تصمیم به ایجاد صنایعی در روستاها گرفتند تا از طریق اشتغال غیر کشاورزی بتوانند درآمد بالایی را کسب کنند به طوری که هر روستا در تولید یک محصول متمایز مهارت کسب کرده و از این طریق می‌توانند سبب کاهش فقر در مناطق روستایی شوند.

هدف این تحقیق بررسی نحوه شکل‌گیری و استقرار این صنایع در روستاها است. برای این هدف مجموعه‌ای از روستاهای استان همدان که به فعالیت‌های غیر کشاورزی اشتغال دارند انتخاب شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه است و مصاحبه‌های عمیق و مشاهدات متعدد میدانی بوده و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از بسته نرم‌افزاری آماری SPSS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد در بین روستاهایی که موفق به استقرار فعالیت‌های "هر روستا یک محصول" شده‌اند یک عامل مهم ایجادکننده "دسترسی به بازار" فروش محصول، مشترک است. به طوری که با حفظ ارتباط با بازار و مشتری، کارگر دیروز شهری امروز به تولیدکننده روستایی غیر کشاورزی تبدیل شده است. در این مناطق روستایی ضمن انتقال محل و نقطه تولید به روستا، عملاً شیوه تولید را به روستا منتقل کرده و به دلیل نیاز به نیروی کار ماهر در محل تولید جدید، سایر اهالی روستا که به نوعی از نزدیکان محسوب می‌شوند را آموزش و بکار گرفته‌اند. در عین حال عامل تقلید باعث کسب مهارت و گسترش آن در روستا و ایجاد کارگاه‌های خانوادگی مشابه شده است. برای رفع نیازهای تأمین مواد و دستگاه‌های مربوطه و نیز نیاز به تعمیرات لازم، فعالیت‌های وابسته شکل گرفته‌اند که به نوعی نیازهای فعالیت‌های نخستین را برطرف و باعث تکمیل خوشه‌ای فعالیت مشخص شده است. در سایه این تحولات برخی روستاها شاهد مهاجرت معکوس بوده و افراد از شهرها به سمت روستا برگشته‌اند. در بررسی این فعالیت‌ها مشخص شده که چشم‌انداز درآمدی بهتر، انعطاف‌پذیری، کار در محیطی با استرس کمتر و همچنین ثبات شغلی از دلایل مهم ادامه این فعالیت‌ها بوده است.

**کلید واژه‌ها:** یک روستا یک محصول، صنعتی شدن روستا، مهاجرت معکوس و خوشه صنعتی.

طبقه بندی JEL: R11, O18.

## ۱. مقدمه

روستا به‌عنوان بخش بزرگی از نظام اجتماعی و جمعیتی، نقش مهمی در اقتصاد و اجتماع بشری در کشورهای مختلف دارد. به‌طور متوسط جمعیت روستایی در دنیا طبق آخرین آمار بانک جهانی ۴۵ درصد و در کشورهای در حال توسعه با درآمد پایین ۶۷ درصد جمعیت آن‌ها را تشکیل می‌دهد (بانک جهانی، ۲۰۱۸)<sup>۱</sup>. با وجود این گستردگی جمعیت، مطالعات و تحقیقات حاکی از وجود معضل فقر در این مناطق است. به‌طوری‌که براساس تحقیقات صورت گرفته در ایران، سطح پایین درآمد روستاییان یکی از اساسی‌ترین مشکلات اقتصادی در گذشته و امروز است. وجود فقر در مناطق روستایی سبب عقب‌ماندگی آن‌ها نسبت به مناطق شهری می‌شود که از معضلات دنیای امروز است. بانک جهانی دلایل وجود فقر در روستا را عواملی مانند سطح پایین درآمد و اشتغال پایین، مهاجرتی بالا، فرصت‌های محدود شغلی، بالا بودن بعد خانوار معرفی کرده است. پائین بودن درآمد روستاییان دارای دلایل متعددی است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها بیکاری پنهان و آشکار موجود در بخش کشاورزی است که علت آن نیز عدم قابلیت اشتغال‌زایی در این بخش هست. درآمد پایین و وجود فرصت‌های شغلی اندک، افشار روستایی را فقیرتر و آسیب‌پذیرتر کرده است و همین امر، مقدمات مهاجرت آنان به سمت شهرها را فراهم نموده است. دلایل وجود فرصت‌های شغلی اندک در این مناطق عبارتند از: پراکندگی جغرافیایی این مناطق و عدم وجود صرفه اقتصادی در تولید و ارائه خدمات و بهره‌وری پایین عوامل تولید، محدودیت منابع ارضی و منابع آبی در مقایسه با نرخ رشد جمعیت این مناطق، عدم توزیع درست فرصت‌ها و فعالیت‌های اقتصادی در مناطق مختلف براساس آمایش سرزمینی و عدم پیوند صحیح مناطق روستایی با مراکز مصرف اصلی و شهری را می‌توان به‌عنوان دلایل مطرح در این زمینه نام برد.

جهت رفع فقر شدید مناطق روستایی، ارتقای سطح و کیفیت زندگی روستاییان، ایجاد اشتغال و افزایش بهره‌وری آنان، توسعه روستایی متولد گردید و به‌عنوان یک استراتژی توسعه در مرکز توجه سیاست‌گذاران در کشورهای مختلف قرار گرفت.

امروزه برنامه‌های توسعه روستایی، جزئی از برنامه‌های توسعه هر کشور محسوب می‌شوند که برای دگرگون‌سازی ساختار اجتماعی-اقتصادی جامعه روستایی بکار می‌روند. توسعه روستایی را می‌توان عاملی در بهبود شرایط زندگی افراد متعلق به قشر کم‌درآمد ساکن روستا و خودکفاسازی آنان در روند توسعه کلان کشور دانست (ازکیا، ۱۳۹۶).

در گذشته سیاست‌گذاران امر توسعه، صرفاً بر توسعه کشاورزی متمرکز می‌شدند از آنجاکه کشاورزی فعالیت اصلی خانوارهای روستایی است لذا توسعه روستایی نیز تنها بر بخش کشاورزی متمرکز می‌کرد.

1. World Development indicator

اگرچه بخش کشاورزی دارای نقشی مهم است اما ابزاری برای درآمد زایی نیست و توسعه از طریق تمرکز بر بخش کشاورزی مستلزم افزایش بهره‌وری در بخش مربوطه است اما نیاز به افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی جذب نیروی کار را محدود می‌کند، حتی حفظ مشاغل هم در بخش کشاورزی سخت می‌شود. از این‌رو دو راه‌حل برای این مشکلات وجود دارد: اولین راه‌حل مهاجرت به مناطق شهری است که سبب می‌شود بسیاری از روستاییان درآمد بالاتر و رفاه بهتر را در شهرها جستجو کنند به طوری که آمارها در ایران نشان می‌دهد طی دوره ۱۳۹۰-۱۳۴۵ سهم جمعیتی روستاها از ۶۲ درصد به ۲۸٫۵ درصد کاهش یافته است<sup>۱</sup> (سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰).

همین امر سبب ایجاد مشکلی به نام معضل بیکاران شهری می‌شود. اما راه‌حل بعدی که برخی کشورها آن را به کار گرفته‌اند این است که بجای انتقال مشکلات روستا به شهر و در نتیجه افزودن بر مشکلات متعدد شهری، از پتانسیل روستا برای حل مشکل بیکاری استفاده شده است. به طوری که روستا به جای مشکل، قسمتی از راه‌حل معضلات بیکاری جامعه و کل کشور شده است. از آن جمله می‌توان به کشورهای ژاپن و چین و تایلند اشاره کرد. به عبارتی از توسعه روستایی به عنوان سیاستی برای توسعه اشتغال پایدار استفاده شده است و بدین ترتیب مشکل مهاجرت و افزایش بیکاری شهری را کاهش داده‌اند. از این‌رو با انتقال صنعت به روستا و ایجاد ارتباط با مراکز مصرف شهری و کمک به ایجاد خوشه‌های صنعتی و بنگاه‌های کوچک و متوسط مقیاس صنعتی در مناطق روستایی امکانی برای توسعه روستا از طریق صنعتی کردن روستاها فراهم شده است.

لذا انتخاب بعدی برای افزایش درآمد روستاییان عبارت است از فعالیت در بخش‌های غیرکشاورزی در مناطق روستایی که همان مفهوم صنعتی شدن روستا را در بر دارد. فعالیت در این مشاغل در صورت وجود بهره‌وری کافی می‌تواند راهی برای خروج از فقر ارائه دهد.

صنعتی شدن مناطق روستایی به عنوان یک کاتالیزور در جهت ایجاد اشتغال پایدار و در جهت حل مشکل بیکاری و عاملی تسکین‌دهنده برای مناطق محروم روستایی محسوب می‌شود.

صنعتی شدن روستاها، پیامدهای ارزشمندی مانند ایجاد اشتغال پایدار، افزایش رفاه، ایجاد منابع پایدار درآمدی کاهش مهاجرت داخلی و پایدار نمودن جمعیت روستایی و در نتیجه جمعیت شهری در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه داشته است. این صنایع قادرند با جذب نیروی کار مازاد بخش کشاورزی، گسترش آموزش و ارتقای مهارت‌ها زمینه‌ی مناسبی جهت توسعه‌ی مناطق روستایی فراهم آورند. صنعتی شدن روستاها از طریق افزایش تولیدات روستایی، ارتقاء بهره‌وری، ایجاد فرصت‌های شغلی، تأمین نیازهای اساسی نقش معنادارتری به روستاها می‌دهد. صنعت روستایی از طرفی با ایجاد پیوند با سایر بخش‌های اقتصادی به کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای نیز کمک می‌کند. لذا صنعتی شدن روستاها و گسترش فعالیت‌های غیر کشاورزی عاملی مهم در جهت افزایش رفاه برای خانوارهای فقیر است.

از این رو امروزه در دنیا تلاش جهت حل مسائل توسعه روستایی مشروط بر آنکه اجتماعات محلی با اتکا به منابع محلی خود بتوانند برنامه توسعه را پیاده نمایند، مدنظر مدیران و برنامه ریزان توسعه قرار دارد. اگرچه در ایران برنامه جامعی برای استقرار صنایع در روستاها تاکنون صورت نگرفته است، اما در برخی مناطق کشور بنا به ناکارآمدی سیاست‌های موجود مبنی بر تشویق کشت محصولات خاص و بنا به کمبود موجود در منابع آبی و غیره برای ادامه فعالیت‌های کشاورزی مرسوم، افراد و ذینفعان محلی اقدام به استقرار خودجوش فعالیت‌های اقتصادی نموده‌اند. در این راستا شواهدی وجود دارد که در برخی از روستاهای کشور تحرک جدی برای ایجاد مشاغل غیر کشاورزی به وجود آمده است که از آن جمله می‌توان به روستاهایی نظیر دستجرد (صنعت خیاطی و تولید پوشاک)، اشترمل (صنایع چوبی و مبلمان)، شهسواران (صنایع چوبی و مبلمان)، سید شهاب (منبت‌کاری)، سقین سرای (تولید ابزارآلات ساختمانی، صنعتی و کشاورزی) و لتگاه (صنعت جوراب‌بافی) اشاره کرد که به صورت خودجوش فعالیت‌های اقتصادی خود را شروع کرده‌اند. در جدول ۱ مشخصات برخی از این روستاها ارائه شده است:

جدول ۱: روستاهای با مشاغل غالب غیر کشاورزی

روستا	نام استان	نام شهرستان	نام بخش	نام دهستان	سال	جمعیت	شاغلین	بیکاران	نرخ اشتغال
دستجرد	همدان	بهار	لالجین	مهاجران	۱۳۸۵	۲۹۰۷	۸۸۰	۹۴	۹۰
					۱۳۹۰	۳۰۶۸	۱۰۲۴	۷۶	۹۳
					۱۳۹۰	۸۴۶	۲۵۰	۲۶	۹۰/۶
سیدشهاب	همدان	تویسرکان	مرکزی	سیدشهاب	۱۳۸۵	۲۹۳۳	۵۴۱	۴۰	۹۳
					۱۳۹۰	۳۲۱۵	۶۵۳	۵۴	۹۲/۳۶
کردآباد	همدان	کیبودرآهنگ	مرکزی	حاجی‌لو	۱۳۸۵	۲۳۱۲	۶۲۶	۱۳۹	۸۶
					۱۳۹۰	۲۳۳۷	۶۸۴	۱۱۱	۸۱/۸

منبع: مرکز آمار ایران - شناسنامه آبادی‌های کشور - ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰

علی‌رغم نقش مؤثر توسعه فعالیت‌های غیر کشاورزی در بهبود وضعیت اقتصادی روستاییان و همچنین توسعه روستایی، چالشی در این زمینه وجود دارد که چگونه فعالیت‌های روستایی در مناطق دوردست می‌تواند سازمان‌دهی گردد و چگونه روستاییان می‌توانند بر محدودیت‌های مالی و سرمایه‌ای غلبه کنند؟ پاسخ به این سؤال در مفهوم خوشه‌های صنعتی نهفته است. ایجاد خوشه‌های صنعتی راهی برای غلبه بر مشکلات مذکور می‌باشند.

## ۱-۲. تعریف خوشه کسب‌وکار

خوشه به مجموعه‌ای از واحدهای کسب‌وکار اطلاق می‌شود که در یک منطقه جغرافیایی و یک گرایش صنعتی متمرکز شده و با همکاری و تکمیل فعالیت‌های یکدیگر، به تولید و عرضه تعدادی کالا و خدمات می‌پردازند و از چالش‌ها و فرصت‌های مشترک برخوردارند. عموماً خوشه‌ها تعداد زیادی واحدهای خرید،

کوچک و متوسط را در برمی‌گیرند که از نظر جغرافیایی، همکاری در تکمیل فعالیت‌های یکدیگر، تولیدات و خدمات و همین‌طور چالش‌ها و فرصت‌ها، دارای وجه مشترک هستند. مثل خوشه لاستیک در روستای ماهنجان (از توابع شهرستان رزن) که با مرکزیت ماهنجان بقیه روستاهای اطراف مثل روستای بادکوبه، روستای ورنیان و آب باریک هر کدام در حال تولید مواد و مصالح مرتبط با خوشه اصلی هستند و بدین ترتیب در حال تولید و تکمیل حلقه یک فعالیت ویژه می‌باشند. مثال دیگر خوشه مبل و منبت در روستاهای اشترمل و سیدشهاب هست که با همکاری روستاهای اطراف خود (روستای دولایی و روستای جیجانکوه) در بخش تویسرکان به تولید کلاف و روکوبی انواع مبل و منبت مشغول هستند. خوشه کیف و کوله و انواع ساک ورزشی و مسافرتی در روستای زاغه مثال دیگری از این خوشه‌هاست که با همکاری هم در حال تولید و تکمیل حلقه‌های مرتبط باهم هستند؛ و همچنین است خوشه‌های کردآباد (تولید پوشاک) و دستجرد (تولید پوشاک جین بچه‌گانه) و لتگاه (جوراب) و رباط (تولید کفش زنانه)...؛ که هر کدام در زمینه خاصی در حال فعالیت و توسعه محصول و از طریق فراگیری روش‌های تولید جدید با تکنولوژی‌های بروزتر می‌باشند. این پژوهش به دنبال بررسی و تجزیه و تحلیل مدل یک روستا - یک محصول همچنین بررسی نقش فعالیت‌های غیرکشاورزی بر سطح درآمد و اشتغال روستاییان است. در ادامه مطالب به صورت زیر ساماندهی شده‌اند: بخش دوم شامل مبانی نظری و پیشینه پژوهش، بخش سوم هم شامل روش تحقیق، بخش چهارم تحلیل یافته‌های تحقیق، بخش پنجم هم نتیجه‌گیری و پیشنهادات را شامل می‌گردد.

## ۲. مبانی نظری

صنایع روستایی نقش به‌سزایی در افزایش درآمد روستاییان و اشتغال‌زایی در این بخش دارند. بررسی‌ها در مورد استقرار صنایع در روستا نشان می‌دهند که اشتغال‌زایی بخش غیرکشاورزی راهی مناسب جهت اشتغال روستاییان است. این صنایع علاوه بر ایجاد اشتغال می‌تواند در حل مسائل نابرابری و توزیع درآمد و امکانات، مهاجرت، امنیت ملی، آمایش سرزمین، رشد بیش‌ازاندازه جمعیت شهرها و آلودگی آن و دیگر موارد بسیار مؤثر باشد. صنایع روستایی به‌طور عمده کوچک مقیاس و کاربر هستند، روابط منطقی میان کار و نوع فن‌آوری با انتخاب فن‌آوری مناسب ایجاد شده و با توزیع فضایی صنایع، نوعی سازمان اجتماعی متوازن در سکونتگاه‌های روستایی شکل می‌گیرد. از این رو در کشورهای مختلف با توجه به شرایط و ویژگی‌های هر روستا صنایع مختلف در جهت بهبود وضعیت اقتصادی روستاییان ایجاد شده است (ملاشاهی، ۱۳۹۱).

## ۲-۱. دیدگاه‌های موجود درباره اثرات صنعتی شدن مناطق روستایی

بر اساس نظر سازمان توسعه روستایی، صنعتی شدن روستاها و کاهش فقر مکمل یکدیگر می‌باشند و از طریق استقرار صنایع کوچک مقیاس بر پایه استفاده از منابع محلی می‌توان تولید کالای مصرفی و تقاضای محلی را بهبود بخشید. راجر<sup>۱</sup> و همکاران نیز استقرار فعالیت‌های غیر کشاورزی در روستاها را گامی در جهت افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت نابرابری عنوان کردند. گودرای<sup>۲</sup> استقرار صنایع در روستا را در لویی‌زیانا راه‌حلی در جهت جلوگیری از مهاجرت به شهرها بیان نمود.

ولداسمیت<sup>۳</sup> توسعه فعالیت‌های غیر کشاورزی در روستاها را در اتیوپی راهبردی در جهت کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای، توسعه مهارت‌های جدید و اجتماعی شدن فعالیت‌های تولیدی می‌داند. لیدهولم<sup>۴</sup> در زمینه استقرار فعالیت‌های غیر کشاورزی در روستاها معتقد است که این فعالیت‌ها سهم قابل توجهی در همگن نمودن و ثبات درآمدی روستاییان داشته است (افتخاری و طاهرخانی، ۱۳۸۱).

با بررسی فعالیت‌های مشابه در کشورهای مختلف مدل مشابهی تحت عنوان «یک روستا، یک محصول»<sup>۵</sup> در کشورهای جنوب شرق آسیا و ژاپن با گسترش این مدل به سایر کشورهای دنیا به‌عنوان یک چارچوبی برای توسعه روستایی استفاده می‌شود. مدل «یک محصول، یک روستا» کاملاً با چارچوب فعالیت‌های روستاهای مورد مطالعه این تحقیق، مطابقت دارد. پس مبانی نظری که در این پژوهش مورد نظر قرار خواهد گرفت به‌صورت زیر هست.

## ۲-۲. ایده "هر روستا- یک محصول" (OVOP)

در سال ۱۹۷۹ با روی کار آمدن هیرواماتسو<sup>۶</sup> به‌عنوان استاندار اویتا<sup>۸</sup> در ژاپن توسط وی مطرح شد. لازم به اشاره است که قبل از سیاست‌گذاری در خصوص OVOP این امر به صورت خودجوش در این استان مطرح بوده است (اویاما-ماچی<sup>۹</sup> یکی از روستاهای مطرح در این زمینه بوده است که توسط یاهاتا<sup>۱۰</sup> طی نهضت «آلوچه و شاه‌بلوط جدید»<sup>۱۱</sup> توسعه پیدا کرده بود) که توسط هیرواماتسو به صورت رسمی نهادینه شد؛ به عبارتی نقش نهادها در این خصوص قبل از مطرح شدن آن بسیار کم‌رنگ بوده است (مورایاما<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۲).

1. Roger
2. Guedray
3. Woldesmait
4. Liedholm
5. One Village, One Product (OVOP)
6. one villiage,one product (ovop)
7. Morihiko Hramatsu
8. Oita
9. Oyama-machi
10. Yahata
11. New Plum and Chestnut (NPC)
12. Hiroshi MURAYAMA

اما با وجود اهمیت ذوق و ابتکار مردم محلی، استناداری اویتا نقش مهم تسهیل‌کننده‌ای علی‌الخصوص در توسعه فنی، ارتقاء سطح تولیدکننده و بازاریابی محصول ایفا کرده است و در عمومی کردن و گسترش آن نقش بسزائی داشته است که در این خصوص یوجیرو اکورا<sup>۱</sup>، یکی از تحلیل‌گران برجسته نهضت OVOP در اویتا، اشاره می‌کند که موفقیت فعالیت‌های OVOP با پشتیبانی مداوم دولت‌های محلی همراه بوده است (کورااکا<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۰).

به‌دنبال مطرح شدن و اجرایی شدن فعالیت‌های OVOP با توجه به مؤثر واقع شدن آن، در سایر کشورها (در قاره‌های آمریکا، آسیا، استرالیا و اروپا) با نمادهای متفاوت به کار گرفته شده است. براساس چنین فعالیت‌های اقتصادی، هیراماتسو در سال ۱۹۹۵ موفق به دریافت جایزه نوبل صلح در آسیا<sup>۳</sup> گردید.

در تئوری اقتصادی، اثربخشی چنین طرحی از مفهوم تمایز تولیدات قابل فهم است. اگر بنگاه‌ها محصولاتی نامتمایز تولید کنند، همانند تولیدات کشاورزی، آن‌ها به‌طور کامل در بازار رقابت کامل هستند. این بدین معنی است که بنگاه نه تنها نمی‌تواند در بازار روی قیمت‌ها مؤثر باشد، بلکه بازار بنگاه را مجبور می‌کند که قیمت بازار را بپذیرد.

برخلاف موردی که در آن بنگاه‌ها محصولات همگن تولید می‌کنند، یک بنگاه با تولید متمایز، همان‌طور که برای بنگاه‌های موفق OVOP در نظر گرفته شده است، در اعمال قیمتی بالاتر از هزینه نهایی و در نتیجه سود بالاتر حداقل در کوتاه‌مدت توانا خواهد بود. با این حال، در مقابل شرایط انحصاری، در فعالیت‌های از نوع OVOP، تعداد زیادی تولیدکننده محصولات مشابه با اندکی تفاوت در مشخصات تولید و بازاریابی وجود دارد. این نوع از ساختار بازار می‌تواند در قیمت‌گذاری، توزیع و سطح تولید در یک دامنه محدود شده تأثیرگذار باشد؛ چراکه موانع ورود به بازار به‌طور نسبی کمتر است. به لحاظ نظری، با وجود درجه بالاتر از تمایز در تولید و بازاریابی و کشش قیمتی جایگزینی پایین‌تر، قیمت بالاتر از هزینه نهایی‌شان را بنگاه‌ها می‌توانند روی تولیدات خود اعمال کنند که در زیر توضیح داده شده است؛ بنابراین، مزیت فعالیت‌های OVOP در تولید محصولات متمایز است که می‌تواند کشش قیمتی تقاضا را برای تولیدات کاهش دهد.

## ۲-۳. پیشینه پژوهش

هارتونو و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله خود براساس تحلیل زنجیره ارزش براساس مدل یک روستای یک محصول در اندونزی بیان کردند که محصول برتر در روستاها ردیابی جریان محصول از بالادست به پایین دست هست. نتایج او نشان دادند که تولیدات جدید از طریق کشاورزی و استخراج از دریاها به دست می‌آیند و این فرآیند از طریق استفاده از تکنولوژی ساده حاصل می‌گردد. بازاریابی می‌تواند

1. Yujiro Okura
2. Kiyoto Kurokawa, Fletcher Tembo and Dirk Willem te Velde
3. Ramon Magsaysay Award

فروش محصولات را در خارج از کشور پوشش دهد همچنین تولید محصولات براساس یک فرآیند ساده است که می‌تواند نیازهای چندین منطقه را برآورد کند.

اندیون و سوزوکی<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای به بررسی از طریق رویکرد DT<sup>۲</sup> در سنگال پرداختند. هدف آن‌ها ارائه چهارچوبی مناسب و جدید برای پروژه یک روستا یک محصول است این مطالعه بر شش مورد کسب‌وکار و کارآفرینی تحت پروژه یک روستا یک محصول تمرکز دارد. به عقیده آن‌ها رویکرد مربوطه (DT) توجه بالایی بر توسعه تولیدات محلی و همچنین توسعه کسب‌وکار دارد. همچنین این رویکرد برای کارآفرینان و شرکت‌های کوچک جهت ارائه راه‌حل‌های ضروری بسیار مفید و پراهمیت هست.

سارمن (۲۰۱۸) در مقاله خود به تحلیل استفاده از منابع محلی با استفاده از مدل یک روستا یک محصول در اندونزی پرداخت. به عقیده او این مدل می‌تواند به‌عنوان یک استراتژی برای بهینه کردن همه منابع در روستاها به کار رود. نقش دولت و بخش خصوصی در این مدل می‌تواند تعیین‌کننده باشد. همچنین از طریق مدل یک روستا یک محصول، منابع محلی می‌تواند به‌عنوان سرمایه اولیه جهت گسترش تولیدات استفاده شود. نتایج تحلیل او جهت سیاست‌گذاری در زمینه توسعه روستایی به کار می‌رود.

نگوگی و بوسا<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) عوامل دخیل و تأثیرگذار در رشد بنگاه‌های MSE در قالب فعالیت‌های OVOP منطقه یاتا<sup>۴</sup> را مورد مطالعه قرار دادند و در این خصوص عوامل دخیل موردبررسی را در چهار طبقه دسته‌بندی کردند که عبارتند از: تأثیر تکنولوژی، کیفیت تولیدات، دسترسی به منابع مالی و دسترسی به بازار. نتایج حاصله حاکی از این است که میزان رشد با تغییرات تکنولوژی، ارتقاء سطح استاندارد تولیدات، اتخاذ شیوه‌های بازاریابی مدرن موجب ارتقاء سطح رشد در بنگاه‌های مذکور می‌شود. همچنین، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اتخاذ سیاست‌ها و برنامه‌ها در راستای نیازهای بنگاه‌ها، رشد را شتاب می‌بخشد.

ناتسودا<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۱)، برنامه فعالیت‌های OTOP که بر پایه سیاست OVOP است را در تایلند موردبررسی قرار داده‌اند که نتایج نشان می‌دهد که این برنامه OTOP جوامعی را نهادینه کرده است که برای تولیدات محل آن بازار ایجاد شده است که این موضوع همراه با خلق فرصت‌های شغلی بوده است.

- 
1. NdioneI & Suzuki
  2. Design Thinking (DT) approach
  3. Ngugi and Bwisa
  4. Yatta district
  5. Natsuda



کادر<sup>۱</sup>، محمد<sup>۲</sup> و ابراهیم<sup>۳</sup> (۲۰۰۹)، طی پژوهشی در مالزی به بررسی عوامل موفقیت و تعیین‌کننده بنگاه‌های «یک منطقه، یک صنعت» در روستا پرداختند که در آن عوامل به دو دسته عوامل خارجی و داخلی تفکیک شدند که نتایج حاکی از این است که عوامل خارجی نسبت به عوامل داخلی مؤثرتر می‌باشند. در خصوص عوامل خارجی، دولت نقش بسزایی در موفقیت بنگاه‌ها دارد و می‌تواند محیط مساعدی همراه با همکاری را برای بنگاه‌های ODOI فراهم سازد.

استنینگ و میوشی<sup>۴</sup> (۲۰۰۸)، استراتژی‌های دانش و شبکه برای توسعه ظرفیت جامعه را با توجه به تجربه توسعه اوپاماچی، به‌عنوان الگوی اصلی و اولیه‌ای از نهضت OVOP، مورد بررسی قرار دادند. در این مقاله با استفاده از سه نوع ساختار و سرمایه اجتماعی<sup>۵</sup> در اوپاماچی که قبل از نهضت OVOP وجود داشت تلاش شده است به این پرسش که چگونه این فعالیت‌ها توسعه ظرفیت جامعه و خلق دانش و انتقال آن را از طریق ایجاد و تقویت شبکه‌های اجتماعی (سرمایه اجتماعی) تحریک می‌کنند، پاسخ داده شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد با استفاده از این استراتژی‌ها پلی از سرمایه اجتماعی جهت تأثیرگذاری بر خلق دانش و به اشتراک‌گذاری و توسعه ظرفیت جامعه و پس از آن ایجاد ساختارهای سیاسی جامعه با ارزش افزوده بالاتر، مانند روش‌های جدید تولید و بهبود سازمان‌دهی اجتماعی و فعالیت‌های جمعی ایجاد شده است. استراتژی‌های شبکه‌ای با ایجاد ارتباط بین سرمایه اجتماعی و جامعه، خلق دانش را به صورت خودجوش تحریک می‌کنند و از طریق ایجاد روابط بین افراد و سازمان‌ها در جامعه و تقویت روابط بین اعضای جامعه آن را به اشتراک می‌گذارد. این روابط و در نتیجه خلق دانش و به اشتراک‌گذاری نتایج می‌تواند توسعه ظرفیت جامعه را از طریق کمک به اعتماد، ارزش‌های مشترک، هنجارها و چشم‌اندازها، تعهد و همچنین توانایی‌های جمعی جامعه برای ارزیابی وضعیت فعلی، بحث در مورد گزینه‌ها، سازمان‌دهی، تشخیص و دسترسی به منابع و فعالیت‌ها را بهبود بخشد. توسعه ظرفیت جامعه شامل افزایش توانایی جامعه در ایجاد و پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ساختارهای سیاسی پیچیده‌تر و با ارزش افزوده بالا را شامل می‌شود؛ بنابراین، ارتقاء خلق دانش و به اشتراک‌گذاری آن به توسعه ظرفیت جامعه و ایجاد ساختارهای سیاسی با ارزش افزوده بالا کمک می‌کند و به همین ترتیب، ایجاد و پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز ساختارهای سیاسی با ارزش افزوده بالاتر از توسعه ظرفیت و نتایج دانش ناشی می‌شود.

---

1. Kader

2. Mohammad

3. Chi Ibrahim

4. Stenning & Miyoshi

5. Oyama Yuusen Housou; the Ohayou softball tournament; and an overseas sister city relationship

### ۳. روش پژوهش

صنایعی که جامعه هدف را در این تحقیق تشکیل می‌دهند عبارت است از کارگاه‌هایی که به صورت خودجوش در قالب مدل "هر روستا یک محصول" فعالیت خود را شروع و توسعه داده‌اند. این فعالیت‌ها با تکمیل حلقه‌های پسین و پیشین در روستاهای استان همدان تشکیل خوشه‌های صنعتی (غیرکشاورزی) در سطح واحدهای خرد، کوچک و متوسط مقیاس<sup>۱</sup> داده‌اند و به فعالیت مشغول هستند مانند خوشه لاستیک‌سازی رزن، خوشه مبلی توپسیرکان و خوشه پوشاک کرد آباد و دستجرد، صنایع غذایی گنج تپه و... جامعه آماری این تحقیق تقریباً به صورت همگن است و از این رو از روش نمونه‌گیری ساده استفاده شده است. همان‌طور که ذکر شد جمع‌آوری اطلاعات به دو صورت کمی و کیفی انجام گرفته است. به روش کمی ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای است که شامل ۳۴ سؤال که بخشی از آن مربوط به نیروی کار و بخش دیگر سؤالات مربوط به کارفرما است. در این تحقیق بعد از حذف سؤالاتی که با بقیه سؤالات همبستگی منفی یا همبستگی بسیار کمی دارد، پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۷ گزارش شده است.

روش آماری تحقیق حاضر توصیفی - پیمایشی بوده و از جهت هدف کاربردی است که جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از بسته نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۲ استفاده شده است. به روش کیفی نیز اطلاعات تکمیلی از طریق مصاحبه با صاحبان حرف و صنایع انجام شده است. همان‌طور که ذکر شد، برای بررسی موضوع تحقیق، گروهی از روستاهای استان همدان را انتخاب و پرسشنامه‌هایی را بین صاحبان صنایع مختلف که در قالب خوشه در حال فعالیت هستند توزیع شد. همچنین مصاحبه‌های عمیقی با صاحبان حرف انجام شد؛ بنابراین ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه و مصاحبه با صاحبان صنایع در روستاهای استان همدان هست.

### ۴. یافته‌های پرسشنامه

در این پژوهش میانگین سن افراد نمونه برابر با ۳۵ سال و ۷۰ درصد دیپلم و ۳۰ درصد تحصیلات کمتر از دیپلم دارند.

جمع‌آوری اطلاعات به دو صورت کمی و کیفی انجام گرفته است. به روش کمی ابزار پژوهش، پرسشنامه‌ای است که شامل ۳۴ سؤال که بخشی از آن مربوط به نیروی کار و بخش دیگر سؤالات مربوط به کارفرما است. در این تحقیق بعد از حذف سؤالاتی که با بقیه سؤالات همبستگی منفی یا همبستگی بسیار کمی دارد، پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ ۰/۸۷ گزارش شده است. برای بررسی معناداری عوامل در استقرار صنایع روستایی، از آزمون تی استفاده شد با توجه میزان آماره این

۱. واحدهای اقتصادی زیر ۵ نفر نیروی کار می‌باشند.

آزمون میانگین آزمون برای همه عوامل بالای عدد ۳ بوده‌اند که نشان‌دهنده معناداری و نشان‌دهنده تأثیر هر یک از این عوامل بر امکان استقرار پذیری صنایع در روستاهاست.

در این قسمت نتایج مربوط به مصاحبه‌ها و مشاهدات مرتبط با پروژه OVOP در روستاهای استان همدان معرفی می‌گردد. تحلیل‌ها و معرفی نتایج به شش قسمت تقسیم می‌شود که در ذیل بیان گردیده است:

۱. بخش اول شامل پروفایل شخصی و پروفایل کسب‌وکار (وضعیت شغلی، میزان درآمد مواد اولیه)
۲. بخش دوم مباحث مربوط به کسب کار از طریق پروژه OVOP و مواردی مانند سال تأسیس بنگاه، نوع مالکیت، وضعیت حقوقی بنگاه، تعداد کارکنان و منبع تأمین مواد.
۳. بخش سوم سؤالاتی که فاکتورهای اصلی را برای ایجاد انگیزه در مصاحبه‌شوندگانی که درگیر فعالیت OVOP هستند مشخص می‌کند.
۴. بخش چهارم سؤالات مربوط به دلایل مؤثر برای سرمایه‌گذاری پاسخ‌دهندگان در فعالیت OVOP.
۵. بخش پنجم مباحث مربوط به مسائل اصلی و چالش‌های OVOP در مناطق مورد مطالعه.
۶. بخش پایانی در این تحقیق به شرح یافته‌ها در قالب تحلیل سوات می‌پردازد و همچنین نتایج و پیشنهادات این تحقیق می‌تواند برای پیشبرد و توسعه فعالیت‌های OVOP در مناطق مورد مطالعه مفید باشد.

جدول ۲: پروفایل شخصی

اطلاعات	منطقه ۱ (میلان)	منطقه ۲ (لاستیک‌سازی)	منطقه ۳ (ساخت موزاییک)	منطقه ۴ (صنایع غذایی)
رده سنی	۵۰-۲۵	۴۸-۲۳	۴۳-۲۵	۶۴-۲۵
جنسیت	مرد	مرد	مرد	مرد
سطح آموزش	سیکل تا دیپلم	سیکل تا دیپلم	سیکل تا دیپلم	سیکل تا دیپلم
اصلیت	بومی	بومی	بومی	بومی
شغل قبلی	شغل فعلی	شغل فعلی	شغل فعلی	شغل فعلی
درآمد ماهیانه (قبل از OVOP) (هزار تومان)	۱۵۰۰	۲۰۰۰ >	۲۵۰۰	۱۰۰۰
درآمد ماهیانه (بعد از OVOP)	< ۲۰۰۰	۳۰۰۰	۱۵۰۰	۲۵۰۰ <

جدول ۳: پروفایل کسب‌وکار

اطلاعات	منطقه ۱	منطقه ۲	منطقه ۳	منطقه ۴
نوع کسب‌وکار	محصولات غیر کشاورزی	محصولات غیر کشاورزی	محصولات غیر کشاورزی	صنایع غذایی
مدت زمان تأسیس	۳۰	۱۸	۱۵	۳۰
نوع مالکیت	فردی	فردی	فردی	فردی
تعداد کارکنان	۴۰	۱۰	۲۸	۳۵
منبع تأمین مواد اولیه	جنگل‌های شمال و کردستان	استان‌های اطراف	سیمان هگمتانه-ماسه ماهدوی	زمین‌های کشاورزی داخل روستا
سرمایه برای شروع فعالیت	سرمایه شخصی+کمک‌های دولتی	سرمایه شخصی+کمک‌های دولتی	سرمایه شخصی+کمک‌های دولتی	سرمایه شخصی+کمک‌های دولتی
ظرفیت تولید	اطلاعاتی در دسترس نیست	اطلاعاتی در دسترس نیست	اطلاعاتی در دسترس نیست	اطلاعاتی در دسترس نیست
بازار محصولات	بازارهای محلی و داخلی	بازارهای محلی و داخلی	بازارهای محلی و داخلی	بازارهای محلی و داخلی

این مطالعات مربوط به ماه‌های منتهی به فصل پاییز و زمستان است و افرادی را که درگیر فعالیت‌های OVOP می‌شوند شامل می‌گردد. براساس مواردی که در جدول ۲ ذکر گردید، همه پاسخ‌دهندگان افرادی هستند که در فعالیت‌های OVOP شرکت دارند که به‌صورت خوشه صنعتی در حال فعالیت هستند. آن‌ها برای معرفی محصولات خود اقدام به برپایی نمایشگاه‌هایی در سطح استان و کشور می‌کنند و از این طریق آن‌ها می‌توانند با متمایز کردن محصولات خود نسبت به دیگر محصولات موجود در بازار، تقاضای بازار را به سمت تولیدات خود جلب نمایند.

همه فعالان در پروژه OVOP بیشتر از ۱۳ سال سابقه فعالیت در شغل مربوطه را دارند زیرا سال تأسیس شرکت به‌طور دقیق در این مصاحبه‌ها مشخص گردیده است. بیشترین سابقه فعالیت در بین شرکت‌کنندگان مربوط به تولید موزاییک است به‌طوری‌که براساس اظهارنظر فرد مصاحبه‌شونده این واحد از سال ۱۳۶۵ تأسیس گردیده و همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهد.

#### ۴-۱. یافته‌های تفصیلی مطالعات میدانی

همان‌طور که در جدول بالا مشخص است، براساس اطلاعات پرسشنامه همه پاسخ‌دهندگان از کارگران بومی استفاده می‌کنند و همین امر سبب کاهش نرخ بیکاری در میان روستاهای مورد مطالعه گردیده است. تعداد کارگران استخدام شده بستگی به اندازه کارگاه دارد. در بیشتر این واحدها به دلیل اندازه کوچک آن‌ها ۳-۵ کارگر مشغول فعالیت هستند و درآمد آن‌ها به‌طور میانگین بین ۱۰۰۰-۳۰۰۰ هزار تومان در ماه است.

در زمینه تأمین مواد اولیه برخی از واحدها مواد اولیه خود را از روستا تأمین می‌کنند و برخی دیگر نیازمند واردات از شهرستان‌ها هستند. براساس یافته‌های مطالعه همه تولیدکنندگان امکان دسترسی آسان به مواد اولیه را ندارند و محدودیت در این زمینه وجود دارد. از جمله خوشه میل تویسرکان. براساس پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، همه آن‌ها معتقد به محدودیت در تأمین سرمایه اولیه برای شروع کسب‌وکار هستند. یکی از دلایل آن هزینه‌های بالای اخذ وام از مؤسسات مالی است. همه صنایع مشغول در این روستاها بیشتر از ده سال سابقه فعالیت دارند که این آشنایی از طریق خویشاوندان در طول زمان کسب شده است. همچنین بیشتر تولیدکنندگان در بازارهای محلی و داخلی به فروش می‌رسانند.

اما آنچه در این تحقیق اهمیت بسزایی دارد بررسی عوامل انگیزشی و همچنین بررسی چالش‌ها و مشکلات در فعالیتهای OVOP است.

براساس پرسشنامه‌ها و مصاحبه‌های انجام شده هفت عامل انگیزشی اصلی برای شروع فعالیت OVOP بیان شده است؛ که این عوامل عبارتند از: آزادی عمل، به‌کارگیری مهارت‌ها، صرف زمان بیشتر با خانواده و استرس کمتر، تأثیر اشتغال اعضای خانواده در توسعه کسب‌وکار، دست آوردن درآمد بیشتر توسط فعالیت OVOP وجود هزینه‌های پایین زندگی نسبت به شهر به روستا

#### ۴-۱-۱. عوامل انگیزشی فعالیتهای OVOP

##### ۱. آزادی عمل

از بین پاسخ‌دهندگان ۹۷ درصد آن‌ها موافق با آزادی عمل در انتخاب شغل و اجتناب از محدودیتهایی مانند وضع قوانین و مقررات هستند؛ زیرا به عقیده آن‌ها انتخاب این فعالیت آن‌ها را از اجرای قوانین و مقرراتی که ممکن است در بسیاری از مشاغل وجود داشته باشد دور نگه می‌دارد لذا این مورد می‌تواند یکی از دلایل انتخاب این نوع از فعالیت‌ها باشد برای فعالان در پروژه OVOP زندگی در روستا راحتی را در پی دارد و همچنین وجود آزادی در تصمیم‌گیری و خودکنترلی از انگیزه‌های بسیار مهم برای ادامه کار آن‌ها به شمار می‌رود. در انجام کسب‌وکار مربوطه آن‌ها به‌طور میانگین روزانه ۱۲ ساعت به فعالیت مشغول هستند. وجود این آزادی عمل در میان تولیدکنندگان روستایی سبب ارائه روش‌های بهتر در تولید محصولات و همچنین الگوهای برجسته‌ای برای دسترسی مصرف‌کنندگان به کالاها می‌شود.

##### ۲. به‌کارگیری مهارت‌ها

پاسخ‌دهندگان تمایل دارند تا از دانش و مهارت خود از طریق فراهم کردن سرمایه برای کسب‌وکار مربوطه بهره‌مند گردند. ساخت تولیدات صنعتی راه‌حلی است برای تداوم استفاده از مهارت و دانش در حرفه مربوطه است. برگزاری کارگاه و تشویق کارآفرینان برای اشتغال در فعالیتهای مشکل می‌تواند این ایده را تحقق بخشد.

### ۳. صرف زمان بیشتر با خانواده و استرس کمتر

بر اساس اطلاعات جمع‌آوری‌شده، پاسخ‌دهندگان تمایل دارند تا زمان بیشتری را در کنار خانواده و در محیطی کم استرس سپری کنند. بدون شک در بعضی فصول برای مثال ماه‌های منتهی به اسفندماه و فصل آغاز مدارس به دلیل حجم بالای سفارشات، مدیریت صناعی مانند تولید مبلمان و کیف و کفش و ... کاری بس دشوار است و فشار برای تولیداتی مانند پوشاک، مبلمان و کیف و کفش می‌تواند مشکلاتی در مدیریت این سفارشات ایجاد نماید اما با تجربه‌ای که فعالین صنعت روستایی دارند می‌توانند با این معضل و استرس ناشی از آن مقابله نمایند. فعالین OVOP با مدیریت بهتر این فعالیت‌ها در این دوره می‌توانند زمان بیشتری را به خانواده اختصاص دهند و در نتیجه استرس کمتری در محیط کار داشته باشند. این انعطاف‌پذیری به آن‌ها اجازه می‌دهد تا در زندگی شخصی و کارهای روزمره تعادل برقرار کنند. تقریباً نیمی از پاسخ‌دهندگان بیان کردند که بخش زیادی از کارهای تولیدی در خانه توسط زنان و حتی کودکان انجام می‌شود چراکه انجام کارها در خانه و قرار گرفتن در محیطی راحت‌تر، استرس کمتر و بازدهی بیشتری را به همراه دارد.

### ۴. تأثیر اشتغال اعضای خانواده در توسعه کسب‌وکار

اشتغال برخی از افراد خانواده در یک حرفه خاص سبب می‌شود که دیگر اعضای آن بتوانند با آن شغل آشنا شوند و به راحتی جذب حرفه مربوطه گردند؛ زیرا مهارت‌های ابتدایی را که برای ورود به شغل موردنظر نیاز است آن‌ها از طریق پدران خود یا برادر و یا ... آموزش دیده‌اند. در این مطالعه نیز همه پاسخ‌دهندگان این موضوع را بیان کردند که مهارت‌ها را از پدران و پدربزرگ‌های خود به ارث برده‌اند که در آن‌ها این انگیزه را ایجاد کرد تا فعالیت خود را بتوانند گسترش دهند به طوری که بسیاری از آن‌ها تمایل و آمادگی دارند تا شبکه‌ای از مشتریان و عرضه‌کنندگان در بیرون از جامعه محلی ایجاد کنند.

### ۵. به‌دست آوردن درآمد بیشتر و ثبات درآمدی توسط فعالیت OVOP

یکی از ویژگی‌های این فعالیت‌ها وجود رابطه خویشاوندی در بین کارگر و کارفرما است. برای مثال وقتی شخص مهارت دیده‌ای اقدام به تأسیس کارگاه تولیدی می‌کند در ابتدا سعی دارد که از خویشاوندان و افراد خانواده و دوستان خود در انجام این فعالیت استفاده کند. لذا وجود این رابطه بین اعضا می‌تواند سبب ایجاد شغل برای روستاییان گردد. از طرفی معمولاً افراد روستا به فعالیت‌های کشاورزی اشتغال دارند و از آنجاکه این فعالیت‌ها به صورت فصلی انجام‌پذیر است از این‌رو درآمد ثابتی را برای روستاییان به همراه ندارد اما اشتغال به این فعالیت‌ها سبب ایجاد درآمدی ثابت برای ساکنان محلی می‌گردد و ایجاد ثبات درآمدی در بین آن‌ها گردد. در این فعالیت معمولاً کارفرما با خویشاوندان نزدیک فعالیتی را شروع کرده و آن را ادامه می‌دهد لذا به دلیل اعتماد بین این افراد معمولاً قراردادی بین آن‌ها منعقد نمی‌شود و از این‌رو وجود سیستم قرار داد در این مناطق چندان مفهومی ندارد.

## ۶. ادامه فعالیت مربوطه تا سنین پیری

در این مناطق افرادی که مشغول فعالیت OVOP هستند در سنین مختلفی قرار دارند که به دلیل مزایای این فعالیت‌ها مانند وجود درآمد با ثبات و استفاده از مهارت‌های کسب شده و همچنین امکان انجام فعالیت مربوطه در منزل تمایل دارند تا سنین پیری فعالیت خود را ادامه دهند.

## ۷. استفاده از سرمایه و امکانات شخصی برای سرمایه‌گذاری

برخی از این فعالیت‌ها به گونه‌ای است که افراد می‌توانند درون منزل به انجام آن‌ها بپردازند برای مثال در خوشه کردآباد و روستای دستجرد زنان و حتی کودکان انجام برخی فعالیت‌ها را از درون منزل بر عهده دارند. از این‌رو منزل آن‌ها می‌تواند به‌عنوان کارگاه و محل کار محسوب شود.

## ۴-۱-۲. چالش‌های اصلی در فعالیت OVOP

در این قسمت پنج چالش اصلی برای این فعالیت ذکر می‌شود:

### ۱. دشواری برای نگهداشتن کارگران ماهر

این مورد تحت عنوان مشکل تأمین نیروی کار در بین مصاحبه‌کنندگان مطرح شد. همان‌طور که ذکر شد در تمام این مشاغل کارگران ماهر و آموزش‌دیده وجود دارد. بسیاری از افرادی که در اینجا به‌عنوان کارآفرین و یا کارگر مشغول به کار هستند آموزش‌های لازم را در تهران دیده و سپس برای استفاده از مهارت خود مجدد به محل تولد خود بازگشته‌اند. در این تحقیق ۶۶ درصد شرکت‌کنندگان، مشکل تأمین نیروی کار را یک چالش اصلی برشمردند چراکه در برخی مواقع کارگران ماهر ممکن است که خود اقدام به تأسیس کارگاه جدیدی نمایند و از واحدی که در آن مشغول به کار بوده‌اند جدا گردند.

### ۲. افزایش رقابت در سطح محلی و تحلیل بازار

این مسئله ارتباط نزدیکی با نگهداشتن کارگر ماهر در صنعت دارد. اضافه کردن رقبای جدید در بازار به‌صورتی که همان محصول را با همان برند به فروش برسانند در بلندمدت می‌تواند به عدم ثبات در بازار و جنگ قیمتی منجر شود. بدون وجود مکانیزم برای کنترل مناسب، رقابت می‌تواند منجر به تحریف بازار گردد. در درازمدت تولیدکنندگان کوچک ممکن است از میزان فروش پایین محصولات که سبب کاهش درآمد آن‌ها می‌گردد ناراضی باشند. بدون درآمد کافی کارآفرینان برای پرداختن هزینه‌های مربوط به فعالیت خود با مشکل روبه‌رو می‌شوند و در بدترین حالت برخی از آن‌ها ممکن است مجبور شوند فعالیت خود را متوقف کنند. توقف عملیات است نشانه خوبی برای اقتصاد محلی نیست چراکه ممکن است بی‌ثباتی شغلی و عدم امنیت در درآمد را برای کسانی که امرارمعاش خود را تا حد زیادی بسته به کسب‌وکار واحدهای تولیدی مربوطه وابسته می‌داند سبب شود. از این‌رو اگر تحلیل درستی از بازار فروش صورت نگیرد می‌تواند به‌عنوان چالشی برای این فعالیت محسوب گردد به‌طوری‌که مصاحبه‌کنندگان بیان کردند یکی از چالش‌های اصلی در این فعالیت‌ها چالش مربوط به تحلیل بازار است.

### ۳. اطمینان از عملکرد فعلی بازار می‌تواند تقاضای مشتریان را برآورده سازد

به دلیل رشد تقاضا در بخش بازاری، فعالان در این صنایع باید اطمینان حاصل کنند که می‌توانند از عهده تقاضای آینده برای محصولات در بازار محلی و ملی برآیند این مورد می‌تواند چالش بزرگی برای کارآفرینانی باشد که در مقیاس کوچک و متوسط و به صورت محدود فعالیت می‌کند. در این شرایط آن‌ها نیازمند همکاری با واحدهایی هستند که بتوانند ظرفیت تولید را به دلیل افزایش تقاضای مشتریان بالا ببرند. از جمله کمک‌هایی که می‌تواند ارائه شود عرضه ابزارآلات و گسترش کارگاه‌ها و ... است. بسیاری از مصاحبه‌کنندگان توسعه بازار را یکی از چالش‌های اصلی بیان کرده‌اند. کمک‌های دیگری که فعالین می‌توانند دریافت کنند برگزاری نمایشگاه محصولات، حمایت تکنولوژی و مشاوره‌هاست که مصاحبه‌کنندگان به عنوان اشکال حمایت، برگزاری نمایشگاه و مشاوره را به عنوان اصلی‌ترین شکل حمایتی بیان کرده‌اند اما براساس گفته‌ها در زمینه تکنولوژی حمایتی صورت نگرفته است و یا اینکه بسیار جزئی بوده است.

### ۴. کمبود سرمایه

وجود سرمایه کافی می‌تواند یکی از دلایل شروع و ادامه هر فعالیت باشد. چراکه کمبود سرمایه و مشکل در جمع‌آوری آن می‌تواند شروع هر فعالیت را به تعویق اندازد و همچنین مانع استفاده تولیدکنندگان از تکنولوژی مدرن گردد. همه مصاحبه‌کنندگان چالش اصلی را کمبود سرمایه و در بعضی موارد جمع‌آوری سرمایه ذکر کرده‌اند و همچنین بیان کردند که یکی از دلایلی که نمی‌تواند مقیاس واحد تولیدی را افزایش دهد و تکنولوژی خود را بهبود بخشد، وجود سرمایه ناکافی در این فعالیت است.

### ۵. مشکل در تأمین مواد اولیه

با افزایش در رشد قیمت‌ها و همچنین قوانینی که توسط دولت و مجلس تصویب گردیده است مشکلاتی در زمینه تأمین مواد اولیه برای تولید محصولات ایجاد شده است به غیر از ۳۳ درصد تولیدکنندگان، بقیه آن‌ها این مشکل را به عنوان چالش اصلی برشمردند و بیان کردند یکی از مهم‌ترین مشکلات، تأمین مواد اولیه برای افزایش تولیدات است چراکه با توجه به تقاضای بازار و عدم تأمین مواد اولیه توسط تولیدکنندگان آن‌ها قادر به افزایش میزان تولید خود نیستند. برای مثال ۱۰ درصد تولیدکنندگان که به تولید مبلمان و منبت مشغول‌اند علت کمبود و یا مشکل در تأمین مواد اولیه را برای تولید مبلمان وضع قوانینی مربوطه ممنوعیت قطع درختان بیان کردند که سبب کاهش در تولید این محصولات و در نتیجه افزایش قیمت آن‌ها می‌گردد و مثال دیگر اینکه طبق اظهارات ۳ درصد از تولیدکنندگان که به تولید پوشاک مشغول هستند به دلیل نوسانات بازار ارز و افزایش قیمت‌ها، قیمت مواد اولیه (پارچه) افزایش داشته است و در نتیجه تقاضای تولیدکنندگان از مواد اولیه کاهش یافته است. از آنجاکه افزایش قیمت می‌تواند تقاضای مصرف‌کننده را با کاهش محسوسی همراه سازد و از طرفی سبب کاهش درآمد تولیدکنندگان و به دنبال آن سبب تعدیل نیروی کار گردد پیامد خوبی برای این واحدها به همراه ندارد.



این در حالی است که برای صنایع غذایی چالشی با عنوان تأمین مواد اولیه وجود ندارد و از این رو این گروه تأثیر این چالش را در شغل مربوطه بسیار اندک دانسته‌اند.

### ۶. ویژگی‌های مشترک فعالیت‌های مستقر در روستاها

ویژگی‌های مشترک همه فعالیت‌های مستقر در روستاها (در قالب هر روستا یک محصول) را می‌توان، با توجه به مطالب بیان شده به صورت زیر خلاصه نمود:

الف- کسب مهارت در تهران: همه فعالین در صنایع مختلف قبل از شروع فعالیتشان در روستا دارای سابقه و تجربه فعالیت مشابه در تهران هستند. به طوری که شروع کنندگان اولیه و مؤسسان کارگاه‌های تولیدی ابتدایی، مهارت لازم را از تهران به عنوان قلب اقتصادی کشور کسب کرده‌اند. ایشان در محل فعالیت قبلی خود (تهران) به سطح مهارت استادی ناقل شده بودند بطوریکه اگر هم دارای کارگاهی در تهران نبودند ولی به صورت های مختلف قراردادی سفارش‌های تولیدی را در کارگاه‌های دیگران انجام می‌دادند. بعد از شروع و استقرار فعالیت‌های اولیه یک صنعت توسط این اساتید فن، بقیه خویشاوندان و دوستان به کسب مهارت پرداخته و وارد صنعت مربوطه گشته‌اند. به طوری که مهارت خاص رفته‌رفته در سطح روستا عمومی شده و دیگران نیز به تدریج صاحب فن شده‌اند.

ب- داشتن ارتباطات با مراکز اصلی توزیع: همه فعالین ارتباطات مستقیم با مراکز توزیع را دارند. توان اخذ سفارشات را از تهران و سایر مراکز استان‌ها از قبل دارا بودند. به عبارتی خود از فعالین بازار محسوب می‌شوند. به طوری که داشتن این ارتباطات شرط حیاتی برای شروع به فعالیت در روستا بوده است. بقیه افراد هم که فاقد این ارتباطات بودند بتوسط گروه اول و از طریق ارتباطات دست دوم یا سوم و ... شروع به فعالیت نموده‌اند.

ج- تفاوت در هزینه‌های آشکار و پنهان روستا با شهر: به طور قابل توجهی هزینه‌های اقامت و سایر هزینه‌های زندگی در این مناطق نسبت به محل‌های تولید شهری (قبل از انتقال به روستا) پایین است. با توسعه شهرنشینی و افزایش هزینه‌های شهری اعم از هزینه مسکن و اجاره‌به‌های کارگاه‌ها، هزینه‌های حمل‌ونقل و ... و نیز هزینه‌های نامحسوس ولی تأثیرگذار مثل آلودگی هوای شهری و صرف زمان جابجایی، باعث شده استادکاران تولید و سفارش محصولات مربوطه را از طریق روستا دنبال کنند. به عبارتی نقطه عطف انتقال فعالیت به روستا همین بوده که تولید وقتی در روستا با هزینه‌های آشکار و ضمنی پایینی صورت می‌گیرد چه دلیلی بر اصرار انجام فعالیت در شهرها وجود دارد.

د- سرمایه اجتماعی بالا در روستا نسبت به شهر: اعتماد عمومی به عاملین اقتصادی اعم از کارگران روستایی، راننده محلی فروشنده خودی و مصرف‌کننده بومی به دلیل نسبت‌های خویشاوندی و آشنایی نزدیک نسبت به شهرها بسیار بالا بوده در نتیجه این سرمایه اجتماعی بالا در روستا سبب سهولت و تسهیل نیاز به ابزارهای اعتمادسازی و تضمین، معاملات در روستا گشته است.

چپ‌سایه این آشنایی و اعتماد بالا و در نتیجه، سرمایه اجتماعی نیاز به ابزار اعتمادسازی و تضمین‌کننده مبادلات را در عمل کاهش داده است. وقتی یک معامله با اعتماد به یکدیگر و بی‌نیاز از چک به‌عنوان تضمین انجام شود قطعاً انجام معامله با سهولت صورت می‌گیرد و این عامل یکی از تعیین‌کننده‌های انتقال محل تولید از شهر به روستا بوده است.

ه- انتقال تکنولوژی از مرکز به روستا: با استقرار و استمرار فعالیت‌ها در روستاها و گسترش شبکه‌های تولیدی و توزیعی و همچنین تشکیل خوشه‌های صنعتی در این مناطق نوبت به روزآمد نمودن تکنولوژی فرا می‌رسد. قطعاً با انباشت سرمایه و افزایش قدرت مالی فعالین، امکان خرید و نصب، ماشین‌آلات جدیدتر فراهم می‌شود. لذا در روستاهای مختلف و خوشه‌های متعدد شاهد ورود ماشین‌آلات جدیدتر هستیم. برای مثال در خوشه مبل و منبت "سی ان سی" با سرعت در حال به‌کارگیری است. همین‌طور است در به‌کارگیری انواع پیشرفته چرخ‌های دوخت در خوشه کردآباد. لذا از یک مرحله‌ای به بعد با سرعت زیاد در حال انباشت سرمایه و انتقال تکنولوژی به این مناطق هستیم.

و- تکمیل زنجیره تولید: با گسترش و توسعه فعالیت‌ها و شناخته شدن روستا به‌عنوان مرکز تولید محصول بقیه تهیه‌کنندگان صنعت به‌مرور به محل تولید جدید جذب می‌شوند. طبیعی است وقتی تولید در روستا پا گرفت و محل سفارش مواد و وسایل تولید معکوس شده و از روستا نشأت بگیرد قطعاً بقیه حلقه‌های تولید هم به محل تولید جدید که روستا باشد منتقل می‌شود. برای مثال وقتی خوشه تولید پوشاک چین در دستجرد جا افتاد نیاز به سنگ شویی این محصول باعث ایجاد کارگاه‌های سنگشویی در روستا خواهد شد (که با سرعت در حال انجام است). دلیل اصلی این انتقال حلقه‌های تولید تشخیص تولیدکنندگان از ارزش‌افزوده بالای این فعالیت و در نتیجه تکمیل حلقه‌های تولید است. به عبارتی چنانچه یک گام برداشته شد محل‌های جدیدی برای کسب سود و انباشت ارزش‌افزوده جدید شناسایی شده و باعث شکل‌گیری خوشه‌های صنعت خواهیم بود. در نتیجه با سرعت در حال تکمیل زنجیره‌های تولید و انتقال مراحل مختلف تولید از شهر به روستا هستیم.

ز- جذب مشتری جدید: زمانی که تولید در روستا انجام شد و محصول به بازار فروش اولیه منتقل گردید و از آن بازار به سایر مراکز فروش ارسال شد قطعاً محل تولید آن افشا خواهد شد بدین ترتیب سر و کله مشتریان جدید با انواع سفارشات به‌منظور کسب سود بیشتر پیدا خواهد شد. لذا مشتریانی که قبلاً اطلاعی از تولید روستایی نداشتند به‌مرور پا به روستایی می‌گذارند که دور از انتظار آن‌ها در حال تولید محصول موردنظر آن‌هاست. برای مثال مبل استیلی که محل فروش آن در تهران بود حالا محل تولیدش روستای سید شهاب و اشترمل از توابع شهر تویسرکان است که مشتریان جدید آن به‌جای یافت‌آباد سفارش را در سید شهاب یا اشترمل می‌دهند. لذا این روستاها با سرعت در حال جای‌افتادن بین مصرف‌کنندگان مناطق مختلف کشور هستند و مشتری از اقصی نقاط کشور در حال افزودن است.

ح- افزایش رقابت: با باز شدن جعبه سیاه تولید محصول در روستا و عمومیت یافتن شروع یک کسب و کار بقیه نیز با جرات اقدام به ورود به صنعت می‌کنند، با افزایش ورود این مشاغل و گسترش محصولات مشابه، بازار انحصاری تولید شکسته می‌شود و در این شرایط نیاز به تولید متمایز و کسب مشتری‌های با سلیقه مختلف اهمیت پیدا می‌کند. تولید در این فضای کاملاً مشابه باعث افزایش رقابت با تقلید و کپی برداری محصول و تولید آن توسط دیگران می‌گردد. بدین ترتیب آنچه در این بین باعث رشد هرچه بیشتر تعداد تولیدکننده می‌شود به کارگیری شیوه تولید و نیز اقدامات متمایزکننده محصولات ایشان به صورت افزایش کیفیت محصول و معرفی نوع جدید محصول و ایجاد برندهای جدید و متمایز محصول است. در نتیجه در این مناطق رقابت با سرعت در بین تولیدکنندگان در حال افزایش است. البته تولیدکنندگان موجود در صنعت از این رقابت اصلاً راضی نیستند و بعضاً با خارج نمودن مشتریان از چنگ هم و اتخاذ استراتژی جنگ قیمتی در بین آن‌ها مشاهده می‌شود (خوشه پوشاک کردآباد و خوشه میل و منبت اشترمل).

ط- ایجاد شغل برای گروه هدف: با افزایش حجم و نوع تولیدات نیاز به انواع مهارت‌های اصلی و فرعی افزایش پیدا می‌کند. این نیاز با توجه به محدودیت نیروی کار ماهر در روستا زمینه استفاده از بقیه گروه‌ها و افراد جویای شغل را فراهم می‌نماید. اگر شلوار چین در دستجرد در کارگاهی به صورت انبوه تولید می‌شود، باز کردن جادگمه‌ای، دوختن زیپ، قیچی کردن نخ‌های زائد و بسته‌بندی، دوختن آرم روی آن، مشاغلی هستند که نیاز به مهارت دست اول در صنعت پوشاک به طور نمونه ندارند پس این کارها از طریق سایر گروه‌ها صورت می‌گیرد در نتیجه مشاغل متعدد برای گروه‌های مختلف در حال گسترش است.

ی- گسترش مشاغل مربوط به زنان: با توجه نسبت خویشاوندی و نزدیکی بین افراد روستا و از طرفی نیاز به نیروی کار، زنان روستایی به طور خاص و به عنوان نیروی مکمل بکار گمارده می‌شوند. با توجه به اهمیت مشاغل زنان در کشورمان لازم است به نقش این روستاها در ایجاد مشاغل مختلف اشاره نمود. لذا اگر در شهر لشکر بیکاران زن در حال جستجوی شغل هستند و دارای نرخ‌های بیکاری بالایی می‌باشند در این روستاها زنان با سرعت در حال ورود به این مشاغل هستند و مجاری درآمدی قابل توجهی برای این گروه باز شده است.

ک- نزدیکی به خانواده: یکی دیگر از ویژگی‌های پنهان و تأثیرگذار در انتقال محل تولید از شهر به روستا نزدیکی نان‌آور خانه به خانواده هست. اگر قبلاً مرد خانه با تحمل دوری و مشکلات مربوطه سعی در کسب روزی می‌نمود حالا در کنار خانواده در روستا ضمن کسب درآمد قبلی در رضایت کامل و بدون استرس دوری از خانواده در حال فعالیت است. این عامل هم در همه روستاها مشابه بود.

م- استفاده از تکنولوژی کاربردی: یکی از دلایلی که شروع یک فعالیت می‌تواند سبب کاهش بیکاری گردد استفاده از تکنولوژی کاربردی و حداقل استفاده از ماشین‌آلات صنعتی است. اگر واحدهای تولیدی

بتوانند تا حد امکان از ماشین‌آلات مدرن استفاده کمتری نمایند و بیشتر فعالیت‌ها را به کارگران واگذار کنند می‌توان تا حدی از افزایش بیکاری جلوگیری کرد از ویژگی‌های دیگر این صنایع استفاده حداقلی از ماشین‌آلات و ابزارهای مشابه است به طوری که بیشتر این فعالیت‌ها به صورت دستی است و از این رو نرخ بیکاری در این مناطق بسیار پایین و نزدیک به صفر است.

ن- مهاجرت معکوس: از مهم‌ترین ویژگی فعالیت‌های مزبور وجود مهاجرت معکوس در آن‌ها است به طوری که بسیاری از این افراد برای شروع به فعالیت جدید به روستای محل تولد خود بازگشته‌اند. همان‌طور که در قسمت‌های قبلی ذکر شد بسیاری از افرادی که در واحدهای تولیدی مورد بررسی حضور دارند دوره‌های مربوط به آموزش مهارت‌های لازم را در تهران گذرانده‌اند و سپس برای استفاده از این مهارت‌ها به روستای محل تولد خود مهاجرت کرده‌اند و بسیاری از کارگران و تولیدکنندگان و از طریق احداث واحدهای صنعتی در روستا علاوه بر استفاده از مهارت خود، بخش زیادی از اهالی روستا را نیز در یافتن شغل یاری کرده‌اند؛ بنابراین مهاجرت معکوس یکی از پیامدهایی است که با شروع این فعالیت‌ها در روستاها اتفاق می‌افتد.

#### ۷. تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

در این قسمت با توجه انگیزه‌ها و چالش‌ها در رابطه با فعالیت OVOP در روستاهای استان همدان به تحلیل نقاط قوت و ضعف می‌پردازیم. از طریق بررسی نقاط قوت و ضعف و همچنین بررسی فرصت‌ها و تهدیدها می‌توان استراتژی برای غلبه بر چالش‌ها و مشکلات اجرا نمود.

جدول ۳: نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها

نقاط قوت	نقاط ضعف
۱- کیفیت مطلوب محصولات	۱- عدم توجه به اهمیت برند و برندسازی
۲- عدم وجود مشکل در انتخاب محل کسب‌وکار	۲- عدم دسترسی به سرمایه کافی برای توسعه فعالیت
۳- وجود هزینه‌های پایین و شروع کسب‌وکار با بودجه کم	۳- عدم حمایت از ایده‌های نوین
۴- به دلیل عدم نیاز به مهارت بالا امکان مشارکت اعضای خانواده در بعضی فعالیت‌ها وجود دارد	۴- مشکل در تحلیل بازار و وجود برندهای مشابه
۵- انجام این فعالیت‌ها محدود به سن خاصی نیست	۵- دشواری در نگهداشتن کارگران ماهر
۶- وجود مشتری دائمی برای برخی از واحدهای خوشه.	۶- فقدان نهادهای اطلاع‌رسانی بازار
۷- وجود افراد مجرب و آموزش‌دیده در میان واحدهای تولیدی	۷- افزایش بی‌رویه قیمت مواد اولیه و نوسانات زیاد به دلیل نوسانات قیمت ارز
۸- وجود نیروی کار ماهر و ارزان	۸- تثبیت و در برخی از موارد کاهش قیمت محصولات تولیدی به دلیل رقابت‌پذیری

فرصت‌ها	تهدیدها
۱- بازار فروش خوب در استان و استان‌های همجوار	۱- بی‌ثباتی و عدم اطمینان به آینده به دلیل تحولات سیاسی و در نتیجه آثار افزایش قیمت مواد اولیه و...
۲- آشنایی و شناخت تکنولوژی تولید.	۲- ورود رقبای جدید با ظرفیت بالای تولید
۳- موردتوجه بودن خوشه از نظر تولیدی‌های بزرگ کشور	۳- نداشتن اتحادیه و حمایت‌های مالی دولتی
۴- وجود بازارهای بالقوه صادراتی به‌ویژه در کشورهای همجوار	۴- توسعه کالاهای جانشین و وارداتی در بازار
۵- عدم وجود وابستگی شدید صنعت به ابزارهای پیچیده	۵- عدم وجود نمایشگاه عرضه محصولات
۶- ایجاد اشتغال پایدار	۶- عدم وجود اتحادیه و حمایت‌های مالی دولتی
۷- موردتوجه بودن خوشه از نظر تولیدی‌های بزرگ تهران	۷- ورود رقبای جدید با ظرفیت بالای تولید
۸- وجود بازار داخلی روبه گسترش	۸- عدم وجود بازار متمرکز داخلی جهت صادرات
۹- وجود بازارهای بالقوه صادراتی به‌ویژه در عراق	۹- توسعه کالای جانشین در بازار

## ۸. استراتژی

در این قسمت با توجه به این مهم که فعالیت‌های مهم صنعتی به‌صورت خوشه در مناطق روستایی استان (و البته در سایر استان‌ها) شکل گرفته بدون اینکه سیاست آگاهانه دولتی در آن نقش داشته باشد به ارائه راهکارهایی جهت بهبود وضعیت و توسعه هر چه بیشتر واحدهای تولید مورد مطالعه پرداخته می‌شود.

راهکارهای اصلی پیشنهادی برای بهبود وضعیت واحدهای تولیدی فعال در روستاهای استان همدان

- ۱) ایجاد مرکز مطالعات و تحقیقات صنعتی
- ۲) مطالعه و یافتن بازارهای جدید
- ۳) شناساندن بیشتر واحدهای تولیدی در قالب تبلیغات
- ۴) کمک مالی در قالب وام‌های کم‌بهره
- ۵) تشریح چشم‌انداز و برنامه استراتژیک در حوزه بازار و صادرات
- ۶) برنامه بسته‌بندی محصولات صادراتی برای محصولاتی که نیاز به بسته‌بندی دارد
- ۷) برنامه مدیریت منابع انسانی
- ۸) خدمات آموزشی
- ۹) حمل‌ونقل مناسب
- ۱۰) ایجاد اتحادیه منسجم و کارآمد

(۱۱) ایجاد مرکز عرضه محصولات تولیدی توسط واحدهای تولیدی (راه‌اندازی نمایشگاه)

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

یافته‌های این مطالعه از طریق پرسشنامه و مصاحبه با تولیدکنندگان در مناطق روستایی استان همدان گردآوری شده است که در مجموع انعکاسی است از شکل‌گیری مفهوم جدیدی از خوشه‌ها و "هر روستا یک محصول" (OVOP). همه این محصولات نشان‌دهنده یک تولید منحصربه‌فرد و متمایزی است که توسط بازارهای داخلی و محلی موردپذیرش قرار گرفته است و توسط ساکنان و منابع محلی (مواد خام و مهارت‌های کارگران) و تقلید و کپی توسعه یافته است. همه واحدهای صنعتی برای ادامه این فعالیت‌ها مزایای مانند چشم‌انداز درآمدی بهتر، انعطاف‌پذیری، کار در محیطی با استرس کمتر و همچنین ثبات شغلی را نام بردند. یافته‌های این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که برخی مشکلات و چالش‌ها در فعالیت OVOP وجود دارد مانند دشواری در نگهداشتن کارگران ماهر زیرا برخی از آن‌ها ممکن است که از واحد تولیدی جدا شوند و حرفه خود را به صورت شخصی آغاز کنند و تبدیل به یک رقیب جدی و جدید گردند و افزایش رقابت در سطح محلی وجود رویکرد سنتی و عدم دسترسی آسان به تکنولوژی تولید می‌تواند راه را برای ورود رقبای جدید به بازار و در نتیجه از دست دادن بازار محصولات هموار کند. از نتایج این تحقیق می‌توان برای بهره‌گیری از عوامل مؤثر در خلق یک فعالیت و نیز عوامل مهم در گسترش آن و تبدیل به یک خوشه در ایجاد واحدهای منحصربه‌فرد در مناطق روستایی دیگر بهره برد. چه‌بسا با شناساندن مزایای این فعالیت‌ها در شرایط نه‌چندان مناسب زیست‌محیطی که هر روز منابع آبی مناطق در حال تخلیه است، برای ایجاد اشتغال پایدار و در نتیجه کاهش فقر در روستا گام مهمی برداشت.

### تشکر و قدردانی

این مقاله تحت حمایت مالی صندوق حمایت از پژوهشگران (INSF) با شماره طرح ۹۴۸۱۱۶۰۶ انجام گرفته است. لذا بدینوسیله از این نهاد که پشتیبان این یافته‌ها بوده است نهایت سپاس را دارم.

## منابع

- ازکیا، مصطفی. (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی توسعه و توسعه‌نیافتگی روستایی ایران*، انتشارات اطلاعات، جلد اول، چاپ ۱۱.
- افتخاری، رکن‌الدین و طاهرخانی، مهدی. (۱۳۸۱). «استقرار صنعت در روستا و نقش آن در رفاه مناطق روستایی». *مدرس علوم انسانی*، ۶(۲)، ۱-۲۲.
- ملاشاهی، غلامعباس. (۱۳۹۱). «اهمیت و نقش صنایع روستایی در ایجاد اشتغال پایدار». *ماهنامه اجتماعی، علمی و فرهنگی کار و جامعه*، شماره ۱۵۲، ۷۴-۷۹.
- نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن (۱۳۹۰). مرکز آمار ایران.
- Hartono, Y., Wartiningsih, A., Nurwahidah, S., Ieke Wulan Ayu. and Gunawan, G. (2020). "Value Chain Analysis of the Villages' Top Product on OVOP (One Village One Product) Based Village". *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. Vol. 465, 382-385. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200827.097>.
- Haraguchi, N. (2008). "The One--Village-One-Product (OVOP) movement: What it is, how it has been replicated, and recommendations for a UNIDO OVOP--type project". *Research and statistics branch working paper*, Vol. 3, 2-47.
- Kader, R. A., Mohamad, M. R. B. and Ibrahim, A. A. H. C. (2009). "Success factors for small rural entrepreneurs under the one-district-one-industry programme in Malaysia", *Contemporary Management Research*, Vol. 5, No. 2, 147-162.
- Kurokawa, K., Tembo, F. & Velde, D. W. (2010). "Challenge for the OVOP Movement in Sub-Saharan Africa, Jica Reaserch institute", *Working Paper*, No. 18, 2-48.
- Murayama, H. (2012). *Significance of the regional One-Product policy-How to use the OVOP/OTOP movements*, The Graduate School of Policy Science in Ritsumeikan University, Japan, The policy science association of Ritsumeikan university, Thammasat printing house. First published.
- NDIONE, J. and SUZUKI, K. (2019). "Beyond the One Village One Product (OVOP) Concept through Design Thinking Approach". *International Journal of Education and Research*, Vol. 7, No. 4, 143-156.
- Ngugi, J. and Bwisa, H. (2013). *Factors influencing growth of group owned small and medium enterprises: a case of one village one product enterprises*.
- Natsuda, K., Igusa, K., Wiboonpongse, A. and Thoburn, J. (2012). "One Village One Product-rural development strategy in Asia: the case of OTOP in Thailand", *Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement*, Vol. 33, No. 3, 369-385.
- Sarman, M. (2018). "Capitalize Local Resources with the OVOP Model". *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume. 93, 148-151.
- Stenning, N. and Miyoshi, K. (2008). "Knowledge and networking strategies for community capacity development in Oyama-machi: An archetype of the OVOP movement", *Journal of OVOP Policy*, Vol. 1, No. 2, 5-20.

**Analysis of the model "One village One product" and the formation of  
"clusters of non-agricultural activity" in rural areas**

Isazadeh, S.<sup>1\*</sup>

**Abstract**

Because of agricultural businesses and lower incomes, people in villages usually are poorer than those living in rural areas. The Poor development of rural area due to poverty compared to urban areas is one of the main issues of economic development nowadays. Therefore, in many countries, the people of rural areas decided to set up industries in the villages to get rid of poverty, so that they could earn high income through non-agricultural employment. Therefore each village has acquired skills to produce a distinctive product that can reduce poverty in rural areas.

The aim of study is realizing the influential factors of formation and establishment of such industries in the villages. For this purpose, a set of Hamadan villages with non-agricultural activities was selected. Study follows a qualitative approach, that is, empirical evidence is beside in-depth-study of the literature on the historical origins of non-farm agricultural activities upon more than 50 interviews with experts and owners of establishments. The results shows that among the villages that established the "one village- one product" activities, one of the important factors is "market access" of their products. Low cost of living in the new point of production-villages-in terms of cost of rent and labor was another leading factor for forming the industrial businesses in rural places. Besides, the inheritance of routines from initial firms located in urban areas and knowledge exchange between skilled workers and pool labor are main factors of creating new business in new areas. Dependent activities have been formed to eliminate the needs for materials and devices and repairs, that caused be complete the specified cluster of activities. Along with these developments, some villages have witnessed reverse migration and people have moved from cities to villages. Investigating these activities revealed that better income prospects, flexibility, less stressful work environment and job stability were important reasons for continuing these activities.

**Keyword:** Rural development, employment, Non-agricultural clusters and reverse emigration.

**JEL Classification:** R23, J6, O15.

---

1. Associate Professor, Department of Economics, Bu Ali Sina University **Email:** saeedisazadeh@gmail.com