

شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد تجاری ارس

مرتضی اکبری* - عضو هیأت علمی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران
مریم سادات رشادی - کارشناسی ارشد کارآفرینی، گرایش کسب‌وکار جدید، دانشگاه کاشان
حمید پاداش - عضو هیأت علمی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران
محمد کریمیان راوندی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۱۱ تأیید نهایی: ۱۳۹۶/۰۷/۰۲

چکیده

کشورهای در حال توسعه با ایجاد منطقه آزاد تجاری و صنعتی تلاش دارند موانع قانونی و حقوقی را از پیش‌روی سرمایه‌گذاران برداشته، موجبات توسعه اقتصادی، ورود و انتقال فناوری و سرمایه را فراهم سازند و در نهایت، به بهبود شرایط اقتصادی‌شان کمک کنند. بسیاری از صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی تأثیر فرصت را در فعالیت‌های کارآفرینانه بسیار کلیدی و اجتناب‌ناپذیر می‌دانند؛ به طوری که معتقدند بدون فرصت، کارآفرینی وجود نخواهد داشت. پژوهش پیش رو با هدف شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد تجاری ارس انجام گرفته است. این پژوهش به صورت توصیفی-پیمایشی انجام گرفته و طرح تحقیق از نوع آمیخته اکتشافی بوده است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۵۰ نفر از کارشناسان و متخصصان و خبرنگاران مناطق آزاد و همچنین کارآفرینان فعال و مستقر در منطقه آزاد ارس بوده است. داده‌ها در مرحله کیفی با استفاده از کدگذاری و در مرحله کمی با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS تجزیه و تحلیل شده‌اند. پس از گردآوری داده‌ها، فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد ارس در ۵ حوزه کلی کشاورزی، گردشگری، بازرگانی، خدماتی و صنعتی شناسایی و اولویت‌بندی شده‌اند. نتایج نشان داد حوزه بازرگانی در بین حوزه‌های مختلف، رتبه اول و حوزه کشاورزی در اولویت آخر قرار دارد. همچنین، در حوزه بازرگانی، فرصت کسب‌وکار در زمینه ایجاد پایانه صادراتی و بازرگانی، در حوزه خدماتی فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجتمع درمانی و خدمات توریسم‌درمانی، در حوزه صنعتی فرصت کسب‌وکار در زمینه تولید سیستم‌های گرمایش خورشیدی (اگر ممکن خورشیدی)، در حوزه گردشگری فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجموعه هتل-آپارتمان و کمپینگ خانواده و در حوزه کشاورزی فرصت کسب‌وکار در زمینه درجه‌بندی و بسته‌بندی میوه رتبه‌های اول را به خود اختصاص داده‌اند.

واژه‌های کلیدی: حوزه بازرگانی، حوزه کشاورزی، فرصت‌های کسب‌وکار، منطقه آزاد تجاری ارس.

مقدمه

در ایران، از اواخر دهه ۱۳۶۰ ایجاد مناطق آزاد تجاری-صنعتی با هدف رشد و توسعه کشور و ورود به عرصه تولید و تجارت جهانی مورد توجه قرار گرفت؛ اما سیر پیشرفت و تحقق اهداف این مناطق در طول سال‌های فعالیتشان چندان رضایت‌بخش نبود. از دیدگاه توسعه اقتصاد ملی، ایجاد منطقه آزاد همانند دریچه‌ای به جهان خارج، آزادی مبادلات تجاری را تأمین می‌کند و در جذب برخی تخصص‌های فنی و سرمایه‌ای مورد نیاز جریان توسعه صنعتی کشور یاری می‌رساند. براساس تعریف بانک جهانی، منطقه آزاد تجاری قلمرو معینی است که اغلب در محدوده داخل یک بندر یا در مجاورت آن قرار دارد و در آن، تجارت آزاد با دیگر نقاط جهان مجاز شناخته می‌شود؛ به گونه‌ای که بدون پرداخت حقوق و عوارض گمرکی می‌توانند کالاها را از این مناطق صادر یا به این مناطق وارد کنند و آنها را برای مدتی در انبار ذخیره و در صورت لزوم، بسته‌بندی و دوباره صادر کنند (فتح‌اللهی، ۱۳۷۷: ۳۹). بنابراین از دیدگاه توسعه اقتصادی، مناطق آزاد تجاری به‌مثابه عاملی برای تحرک بخشیدن به اقتصاد شناخته می‌شوند.

با وجود نیاز مبرم به کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار در مناطق آزاد به‌مثابه خط مقدم حضور در تعاملات اقتصادی جهانی و غنی‌تر شدن کشورها به‌منظور دستیابی به بازارهای جهانی (آریه نانگ^۱، ۲۰۰۹: ۹۳) و نیز تسریع حرکت به‌سمت توسعه پایدار (زالی و رضوی، ۱۳۸۷: ۸۷)، میزان کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار کم بوده است. بنابر گزارش بانک جهانی (۲۰۱۵) رتبه ایران در فضای کسب‌وکار جهان، در بین ۱۸۹ کشور، ۱۳۰ است. به‌همین دلیل، ترویج کارآفرینی در همه زمینه‌ها نیاز جدی اقتصاد کسب‌وکارهای ایرانی است (بکایی، ۱۳۸۹: ۶). براساس گزارش سنجش عملکرد منطقه آزاد تجاری ارس، به‌رغم داشتن رتبه اول در جذب سرمایه خارجی در ایران (۳۰۰ میلیون دلار)، در مقایسه با مناطق آزاد کشورهای همسایه، همچون امارات و ترکیه، رقم چشمگیری نیست. در بخش صادرات نیز، طبق آمار سازمان توسعه تجارت ایران، در منطقه آزاد ارس، صادرات کالا در سال ۱۳۹۳ به میزان ۱۴۰ میلیون دلار بوده که در حد صادرات یک واحد تولیدی در ترکیه است. بنابراین، باید دولت و کارگزاران تمهیدی ببیندند تا با افزایش صادرات، شاهد تسهیل فضای کسب‌وکار منطقه باشند و درنهایت، برای کشور گام مهمی بردارند؛ چراکه بدون فضای مناسب کسب‌وکار، زمینه‌های سرمایه‌گذاری و حل مشکلات بخش خصوصی فراهم نمی‌شود و شاهد فرصت‌سوزی‌های بسیار، تبدیل شدن به قطب‌های وارداتی و وابستگی به درآمدهای نفتی خواهیم بود (اسفندیاری، ۱۳۸۷: ۱۲۷). منطقه آزاد ارس به‌علت داشتن ویژگی‌های منحصربه‌فرد منطقه‌ای همچون نخستین راه‌آهن برقی ایران و اتصال آن به راه‌آهن سراسری کشور و کشورهای آسیای میانه و قفقاز، متصل بودن به پیکره سرزمین اصلی، همسایگی با کشورهای آذربایجان، جمهوری خودمختار نخجوان و ارمنستان و نزدیکی به ترکیه، به‌مثابه دروازه اروپا، قابلیت تبدیل شدن به سکوی تولید به‌قصد صادرات به بازارهای بکر کشورهای مستقل همسود^۲ و بازار اروپا را دارد (کردنائیج، ۱۳۸۹: ۱۶) و بنابر ارزیابی‌های صورت‌گرفته از سوی دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد ایران، منطقه آزاد ارس، پس از منطقه آزاد کیش، دومین منطقه آزاد توسعه‌یافته و در حال رشد کشور است.

بنابراین، پژوهش پیش رو بر آن است با شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار این منطقه بتواند مبنایی برای تحقیقات آتی و تقویت و بهبود تشخیص فرصت‌های کسب‌وکار مناطق آزاد و نیز حرکت به‌سمت عملیاتی کردن ایده‌های مرتبط با هر فرصت و ایجاد کسب‌وکارهای موفق شود که درنتیجه، علاوه بر دستیابی به مزایای ایجاد اشتغال، جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، افزایش و توسعه صادرات، انتقال فناوری، افزایش درآمدهای عمومی و افزایش گردشگری، زمینه‌های لازم برای توسعه کارآفرینی در ابعاد مختلف مهیا و درنتیجه، ورود به بازارهای جهانی میسر می‌شود و جایگاه اقتصادی کشور ارتقا می‌یابد. با توجه به اهمیت این مسئله، این پژوهش به‌دنبال پاسخگویی به این پرسش است که عمده‌ترین فرصت‌های کسب‌وکار برای رونق منطقه آزاد ارس و ایجاد اشتغال برای کارآفرینان کدام‌اند؟

1. Arie Tngang

2. Commonwealth of Independent States (CIS)

مبانی نظری

بسیاری از صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی تأثیر فرصت را بر فعالیت‌های کارآفرینانه بسیار کلیدی و اجتناب‌ناپذیر می‌دانند؛ به طوری که معتقدند بدون فرصت، کارآفرینی وجود نخواهد داشت (شورت و کچن^۱، ۲۰۱۰؛ کوراتکو و دیتینی^۲، ۲۰۱۳؛ چندلر^۳، ۲۰۰۷؛ ۹۵). فرصت‌های کارآفرینانه یعنی موقعیت‌هایی که طی آنها کالاها و خدمات جدید، منابع خام، بازار و روش‌های سازماندهی جدید از راه ابزار، اهداف یا چارچوب ابزار-هدف جدید تعریف شود (شین، ۲۰۱۵) که منافع حاصل از آن، بیشتر از هزینه‌های آن است (شپرد و دیتینی^۴، ۲۰۰۵؛ ۲۸). در جدول ۱، تعریف‌های متفاوتی از فرصت ارائه شده است.

جدول ۱. تعریف فرصت

ردیف	ارائه‌دهنده	تعریف
۱	شومپتر ^۵ (۱۹۳۴)	شومپتر بیان کرد که تغییرات به‌وجودآمده در فناوری، نیروهای سیاسی، قوانین، عوامل اقتصادی کلان و روندهای اجتماعی، اطلاعات جدیدی به‌دست می‌دهد که کارآفرینان از آنها برای ترکیب (ترکیب مجدد) منابع به‌صورت اشکال باارزش‌تر می‌توانند استفاده کنند. با تغییر دادن قیمت تعادلی منابع، دسترسی افراد به اطلاعات جدید به‌منظور خرید منابع با قیمت نازل‌تر و ترکیب مجدد آنها به محصولات باارزش‌تر فراهم می‌شود.
۲	کرزنر ^۶ (۱۹۳۳)	کرزنر بیان کرد که فرصت‌ها فضاهای خالی در بازارند که به‌علت تخصیص نامناسب منابع به‌وجود آمده‌اند. از آنجایی که گاهی چارچوب‌های تصمیم‌گیری افراد صحیح نیست، آنها در تصمیمات خود دچار اشتباه شده، سبب کمبودها یا مازادها می‌شوند. برای واکنش نشان دادن به این کمبودها و مازادها، افراد می‌توانند منابع را کسب کرده، آنها را ترکیب مجدد کنند و محصول را به امید کسب سود به‌فروش برسانند.
۳	کیسون ^۷ (۱۹۸۲)	وضعیتی که در آن محصولات، خدمات، منابع و روش‌های سازماندهی به قیمتی بیشتر از قیمت خرید، فروخته می‌شوند.
۴	کریستینسن و همکاران ^۸ (۱۹۸۹)	الف) درک یک امکان برای ایجاد کسب‌وکار جدید یا ب) پیشرفت موقعیت کسب‌وکار موجود که هر دو حالت به ایجاد سود بالقوه منجر می‌شود.
۵	کروگر ^۹ (۱۹۹۳)	فرصت موقعیتی است در آینده که تصمیم‌گیرندگان آن را فی‌نفسه مطلوب و امکان‌پذیر می‌پندارند.
۶	ونکاترامن ^{۱۰} (۱۹۹۷)	فرصت کارآفرینانه شامل مجموعه‌ای از ایده‌ها، اعتقادات و اعمال است که توانایی خلق کالاها و خدمات آینده را در غیاب بازارهای فعلی برای آنها فراهم می‌کند.
۷	هولبرت و همکاران ^{۱۱} (۱۹۹۷)	احتمال برآورده کردن نیازهای برآورده‌نشده در جایی که تقاضای کافی برای برآورده کردن آن نیاز با ارزش وجود داشته باشد.
۸	ساراسواتی ^{۱۲} و ونکاترامن (۲۰۰۷)	تعریف براساس تعریف ونکاترامن (۲۰۰۷) است و این سه حالت را دربر می‌گیرد: ۱. ایده یا اختراعی جدید که ممکن است به هدف‌هایی اقتصادی (که از طریق آن ایده یا اختراع میسر می‌شوند) برسد یا نرسد. ۲. عقاید در مورد چیزهایی که به رسیدن به این هدف‌های اقتصادی کمک می‌کند. ۳. اقداماتی که آن اهداف را از طریق مصنوعاتی خاص (شامل محصول، خدمت، موجودیت‌هایی مثل شرکت، بازار و نهادهایی چون فرم‌ها و استانداردها) به کار می‌گیرند.
۹	تیمونز ^{۱۳} (۲۰۰۷)	یک ایده خوب ضرورتاً یک فرصت خوب نیست. این فرایند شبیه تصادم ذرات در یک واکنش هسته‌ای یا شبیه تولیدمثل ماهیان پس از طوفان در اقیانوس است. ایده‌ها با شرایط دنیای واقعی و خلاقیت کارآفرینانه، در یک نقطه در زمان برخورد می‌کنند و حاصل این برخورد، یک فرصت است. تیمونز می‌گوید خصوصیات فرصت جذابیت، پایایی و به‌نگام بودن است که در محصولات و خدمات تجلی می‌یابد.
۱۰	آردیچویلی ^{۱۴} و همکاران (۲۰۰۳)	شناس دیدن یک نیاز در بازار برای ارائه ارزش بالاتر از طریق ترکیب خلاق منابع باشد.
۱۱	آردیچویلی و همکاران (۲۰۰۳)	آردیچویلی همچنین به مسئله فرصت به‌مثابه منابع و قابلیت‌هایی توجه می‌کند که از آنها به‌خوبی استفاده نشده است.
۱۲	بارون ^{۱۵} و شین (۲۰۰۵)	عامل بالقوه برای خلق چیز جدید که از تغییر شرایط حاصل شده است.
۱۳	دوتا و کروسان ^{۱۶} (۲۰۰۵)	مجموعه‌ای از شرایط محیطی که منجر به عرضه یک یا چند محصول و خدمت جدید می‌شود.
۱۴	بارینگر و ایرلند ^{۱۷} (۲۰۰۷)	مجموعه شرایط مساعد و مطلوبی که نیازی را برای یک محصول، خدمت یا کسب‌وکار جدید ایجاد می‌کند.

1. Short & Ketchen
2. Koratco & Ditiny
3. Chendler
4. Shepherd & Ditiny
5. Schumpeter
6. Kirzner
7. Casson
8. Christiansen et.al
9. Krueger
10. Venkataraman
11. Hulbert
12. Saraswathi
13. Timmons
14. Ardichvilli
15. Baron and Shane
16. Dutta and Crossan
17. Barringner and Ireland

مدتهاست که فرصت به‌مثابه یکی از ابعاد مهم فرایند کارآفرینانه پذیرفته شده است. درحقیقت، بسیاری از پژوهشگران آن را نخستین گامی می‌دانند که منجر به خلق یک کسب‌وکار مخاطره‌ای می‌شود (کلیدسدال، ۲۰۱۰). موریس (۲۰۰۵) اظهار می‌کند هر گزینه‌ای که در اختیار افراد قرار می‌گیرد، فرصت نیست و فرصت عبارت است از تلاقی شرایطی که به انتخاب یا رد گزینه‌ها منجر می‌شود. از چشم‌انداز اقتصادی، فرصت کارآفرینانه عبارت است از شرایطی که تحت آن یک کارآفرین درآمد بیشتری (کیسون، ۱۹۸۲)، یا سود خالص بیشتری (کرزور، ۱۹۹۷) به‌دست می‌آورد. تا کنون پژوهشگران بسیاری تلاش کرده‌اند فرایند شناسایی فرصت توسط کارآفرینان را ترسیم کنند؛ اما پژوهش در این موضوع هنوز به‌طور کامل توسعه نیافته است. کامل‌ترین پژوهش در زمینه شناسایی فرصت، به گاگیو (۱۹۹۷) تعلق دارد. وی بر این باور است که شناسایی فرصت، فرایندی قابل پیش‌بینی و طولانی است. از دیدگاه وی، کارآفرینان فرصت‌های کسب‌وکار را شناسایی می‌کنند تا با بهره‌برداری از آن ارزشی خلق کرده، به مشتریان تحویل دهند. وی همچنین به طبقه‌بندی خاصی دست یافته که در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. انواع فرصت‌های کارآفرینانه

محصولات و خدمات	بازار و مشتری	فرایند تولید	سازمان
محصولات و خدمات جدید	روش‌های جدید بازاریابی	روش‌های جدید تولید	ساختارهای جدید سازمانی
بهبود کیفیت محصولات و خدمات	مشتریان	فناوری‌های جدید تولید	روابط جدید بین‌سازمانی
موجود	تناسب زمانی عرضه		
	ضعف رقبا		

براین‌اساس، فرصت‌های بازار تنها در نتیجه تغییرات محیطی اتفاق نمی‌افتند، بلکه می‌توان آنها را خروجی فعالیت کارآفرینان فعال نیز دانست. درواقع، فرصت‌های کارآفرینی، ساختارهای اجتماعی‌اند که کارآفرینان آنها را به‌وجود می‌آورند (سانتوز و کاتلین^۱، ۲۰۰۴). در ادامه بحث، برخی از مهم‌ترین مقالات خارجی و داخلی مرتبط با موضوع پژوهش پژوهش بیان و نمونه‌هایی از آنها تشریح شده است.

پیشینه پژوهش

لطفی و امین‌آقایی (۱۳۸۵) در پژوهش خود با عنوان «جایگاه مناطق آزاد در برنامه‌ریزی منطقه‌ای ایران»، مهم‌ترین دلایل ناکامی مناطق آزاد ایران را موارد زیر می‌دانند:

۱. عدم شناخت زیربنای لازم برای دستیابی به اهداف مناطق آزاد تجاری در ایران؛
۲. عدم تمایل سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد تجاری ایران به‌دلیل تنش‌های سیاسی؛
۳. محدودیت‌های فرهنگی و مذهبی؛
۴. عدم درک کامل مدیران از موقعیت و اهداف مناطق آزاد تجاری ایران.

قالیباف و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش «توسعه منطقه‌ای در نواحی مرزی شمال غربی ایران» وجود منابع معدنی به‌خصوص همجواری با مرند و ورزقان را حائز اهمیت دانسته‌اند؛ به‌ویژه آنکه حمل‌ونقل هم با هزینه بسیار کمتر انجام می‌گیرد. مهم‌ترین معادن این منطقه عبارت‌اند از معدن مس سونگون در ورزقان و رگه معدنی بزرگ و مهم مس در کمربند جهانی هریس-هر-ورزقان که در جنوب جلفا واقع شده و یکی از سه معدن بزرگ جهان محسوب می‌شود و نیز معدن

کایولن در مرنده که منجر به افزایش توان اقتصادی این منطقه شده است. همین‌طور طبیعت بکر منطقه کنار رودخانه زیبای ارس و نیز کلیسای سنت‌استپانوس به‌مثابه منبع گردشگری مذهبی، از دیگر نقاط قوت این منطقه در گردشگری است. افتخاری و همکاران (۱۳۸۷) به‌منظور تخصیص بهینه منابع به مناطق آزاد در ایران، عملکرد اقتصادی مناطق آزاد ایران را با استفاده از روش‌های مختلف تصمیم‌گیری چندمعیاره ارزیابی کردند. نتایج بررسی آنها نشان داد که منطقه آزاد قشم و چابهار به‌دلیل داشتن موانع و مشکلاتی در اموری همچون جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، زیرساخت‌های اساسی، سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی به‌ویژه در بخش انرژی، حمل‌ونقل و ارتباطات، جذب نیروهای ماهر، حضور فعال در بازارهای جهانی و منطقه‌ای، مدیریت صحیح و کارا به‌منظور افزایش تولید، حجم درآمدهای عمومی اعم از ارزی و ریالی و بالاخره ارائه خدمات مطلوب و شایان توجه به‌ویژه در بخش‌های آموزشی، بهداشتی، جهانگردی و خدمات بانکی و بیمه‌ای در رده‌های بعدی اولویت‌بندی پس از منطقه آزاد کیش قرار گرفته‌اند.

زغفریان و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به شناسایی انواع فرصت‌های کسب‌وکارهای ورزشی موجود در محیط الکترونیکی پرداختند. نتایج بررسی آنها نشان داد سه گروه عمده از فرصت‌ها (فرصت‌های خدماتی، ایجاد و فروش و بازاریابی) وجود دارند که میان آنها، فرصت‌های خدماتی بالاترین رتبه و ایجاد و فروش پایین‌ترین رتبه را دارند. همچنین اولویت نسبی هریک از فرصت‌های ۸۹گانه را شناسایی و در سازهایی بیان کردند.

میز و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان «آینده فرصت‌های کارآفرینی در حوزه زمین‌گردی (مطالعه موردی جلفا)» عمده‌ترین فرصت‌های کسب‌وکارهای گردشگری برای رونق منطقه جلفا را شناسایی و بررسی کردند. نتیجه بررسی آنها نشان داد توجه به ایجاد فرصت‌های جدید در کنار فرصت‌های طبیعی و موجود در منطقه، منجر به افزایش و تقویت فرصت‌های شغلی در منطقه می‌شود.

احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۰) شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه خودخدماتی مسافر در شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران را مطالعه کردند. نتایج پژوهش آنها نشان داد اقدامات انجام‌گرفته در زمینه کیوسک بسیار اندک بوده و در زمینه تلفن همراه برای شرکت هما کاملاً بکر بوده است. آنها در پژوهش خود، از مهم‌ترین فرصت‌ها در زمینه وب، به اجرای عملیات مدیریت صفحه شخصی مسافر، در خودخدماتی مسافر با کیوسک، به عملیات پیش از پرواز مسافر در فرودگاه اشاره کردند و همچنین در زمینه تلفن همراه، ارسال اطلاعات پروازی را فرصتی کارآفرینانه در راستای توسعه کسب‌وکار شرکت مدنی دانستند.

بارون و همکاران (۲۰۰۶) تعیین یک الگو برای شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار جدید و چگونگی کارکرد کارآفرینان در اتصال نقطه‌چین‌ها را بررسی کردند. نتایج بررسی آنها نشان داد سه عامل تأثیرگذار بر فرایند شناسایی فرصت شامل جست‌وجوی فعال، هوشیاری کارآفرینانه و دانش پیشین هستند که دانش پیشین با تأثیر بر چارچوب‌های شناختی، نقش منفی در فرایند شناسایی فرصت‌ها دارد. دانش (به‌ویژه در زمینه بازار یا صنعت) پایه محکمی برای شناسایی فرصت فراهم می‌کند.

در مجموع، با توجه به مطالب اشاره‌شده می‌توان بیان کرد که شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار، به‌مثابه عاملی حیاتی در توسعه اقتصادی مناطق آزاد است و یکی از ابزارهای اصلی توسعه به‌شمار می‌رود. از همین رو، در این پژوهش سعی شده است مهم‌ترین فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد تجاری ارس شناسایی و اولویت‌بندی شوند.

اسفندیاری و همکاران در پژوهشی با عنوان «ارزیابی عملکرد مناطق آزاد تجاری ایران و تأثیر آن در توسعه اقتصادی این مناطق» با هدف ارزیابی عملکرد مناطق آزاد تجاری کشور از منظر انطباق با اهداف اولیه اقتصادی دریافتند که افزایش متغیرهای هزینه‌های جاری و عمرانی با ۳ وقفه تأخیری، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و درآمدهای عمومی، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه صادرات و درآمد ارزی این سه منطقه داشته و به جذب درآمد کمک شایانی کرده است.

روش پژوهش

در این پژوهش، برای جمع‌آوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده و برای نگارش پیشینه پژوهش، از روش کتابخانه‌ای، مجلات علمی و پایگاه‌های علمی مختلف بر روی شبکه اینترنت بهره گرفته شده است. داده‌های اصلی پژوهش، با روش میدانی و از راه توزیع پرسشنامه و نیز مصاحبه جمع‌آوری شده است. پژوهش پیش رو با هدف شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد تجاری ارس انجام گرفته است. این پژوهش به صورت توصیفی-پیمایشی انجام گرفته و طرح پژوهش از نوع آمیخته اکتشافی بوده است. جامعه آماری پژوهش ۱۵۰ نفر بود که کارآفرینان مورد نظر با معرفی نهادهای مسئول در هر بخش و همچنین معرفی خبرگان مناطق آزاد انتخاب شدند. همچنین، نمونه‌گیری در این روش هدفمند (توسط پژوهشگر با توجه به هدف پژوهش و با صلاحدید وی انجام می‌گیرد) بوده و تجزیه و تحلیل داده‌ها در مرحله کیفی با استفاده از کدگذاری و در مرحله کمی با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS انجام گرفته است.

براساس آنچه گفته شد، پژوهش پیش رو در دو مرحله تعریف شده است: در این پژوهش برای اطمینان از ابعاد در نظر گرفته شده و شناسایی ابعاد احتمالی که (باید اضافه شود)، ابتدا در مرحله کیفی، به مصاحبه با متخصصان و کارشناسان منطقه آزاد ارس و همچنین کارآفرینان و خبرگان عرصه کارآفرینی اقدام شد و پس از انجام گرفتن این مرحله که با تحلیل داده‌های استخراج شده همراه شد، مرحله دوم پژوهش صورت گرفت. در این مرحله، به منظور اولویت‌بندی و رتبه‌بندی فرصت‌ها به گردآوری داده‌های کمی از راه طراحی و توزیع پرسشنامه پرداخته شد. همچنین، به منظور شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد ارس، از نظرهای ۱۰ نفر از خبرگان و کارشناسان منطقه با استفاده از روش مصاحبه نیمه‌ساختارمند استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا تمام مکالمه‌های ضبط شده، به متون نوشتاری تبدیل شد. در مرحله بعدی، با استفاده از راهبرد جمله‌به‌جمله، عبارتهای مهم و مرتبط با موضوع پژوهش مشخص شد. در نهایت، به منظور تحلیل اطلاعات، از روش تحلیل مقایسه‌ای مداوم یا کدگذاری باز و محوری استفاده شد.

پس از شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد ارس با استفاده از نظرهای خبرگان و کارشناسان، به منظور اولویت‌بندی فرصت‌های شناسایی شده، به طراحی و توزیع پرسشنامه اقدام شد. برای اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار شناسایی شده، جامعه آماری این پژوهش را کارشناسان، متخصصان و خبرگان منطقه آزاد ارس تشکیل داده‌اند. در این پژوهش، از فرمول کوکران (رابطه ۱) برای برآورد حجم نمونه استفاده شده است.

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} \left(1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right) \right) \quad (1)$$

که در آن، n: حجم نمونه؛ p: احتمال وجود صفت؛ q: احتمال نبود صفت؛ N: جامع کل؛ d: دقت احتمالی مطلوب؛ و t: تعداد اشتباه استاندارد لازم برای رسیدن به ضریب اطمینان قابل قبول است که در سطح ۹۵ درصد یعنی ۱/۹۶ در نظر گرفته می‌شود. همچنین، در این بخش برای تعیین پایایی پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد؛ به این صورت که ابتدا پرسشنامه اول در بین ۲۰ نفر از کارشناسان، خبرگان و مسئولان منطقه آزاد ارس به طور تصادفی توزیع شد، سپس اطلاعات جمع‌آوری شده مورد آزمون قرار گرفت و با محاسبه آلفای کرونباخ، پایایی تأیید شد. آلفای کرونباخ کلی ۰/۷۹ و برای بخش خدماتی ۰/۷۵، بازرگانی ۰/۸۲، صنعتی ۰/۷۷، گردشگری ۰/۸۱ و کشاورزی ۰/۸۰ به دست آمد. در نهایت، پرسشنامه بین ۱۵۰ نفر توزیع شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS انجام گرفت. برای توصیف متغیرهای کیفی به محاسبه درصد و توزیع فراوانی و برای توصیف متغیرهای کمی به محاسبه شاخص‌های مرکزی و پراکندگی با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای پرداخته شد. در نهایت، برای آزمون و اولویت‌بندی متغیرها از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شد.

بحث و یافته‌ها

نتایج روش کدگذاری

در این پژوهش، پس از مصاحبه با ۱۰ نفر از خبرگان حوزه کسب‌وکار در منطقه آزاد تجاری ارس، به منظور تحلیل اطلاعات، از کدگذاری باز و محوری استفاده شد. در تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، ابتدا شواهد به‌دست‌آمده از هریک از مصاحبه‌ها استخراج شد که ۱۸۲ کد باز (در مرحله نخست) را به‌دست داد. سپس به‌منظور کدگذاری ثانویه، با ادغام موارد مشابه و حذف موارد تکراری، عبارت‌های استخراج‌شده در قالب عبارت‌های معنادار تدوین شد. در این مرحله، ۷۳ مؤلفه (کدگذاری محوری) به‌دست آمد. در مرحله بعد، برای شناسایی مقوله‌ها، ترکیبات لازم بین مؤلفه‌ها توأم با معنابخشی به‌عمل آمد. طی تقسیم‌بندی و خوشه‌بندی مؤلفه‌ها، در منطقه آزاد ارس ۴۱ مقوله کلی (کدگذاری انتخابی) و فرصت کسب‌وکار شناسایی و در پنج حوزه کلی کسب‌وکار کشاورزی، گردشگری، بازرگانی، صنعتی و خدماتی دسته‌بندی شد. نتایج استخراج کدها در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. فرصت‌های کسب‌وکار شناسایی شده در منطقه آزاد ارس

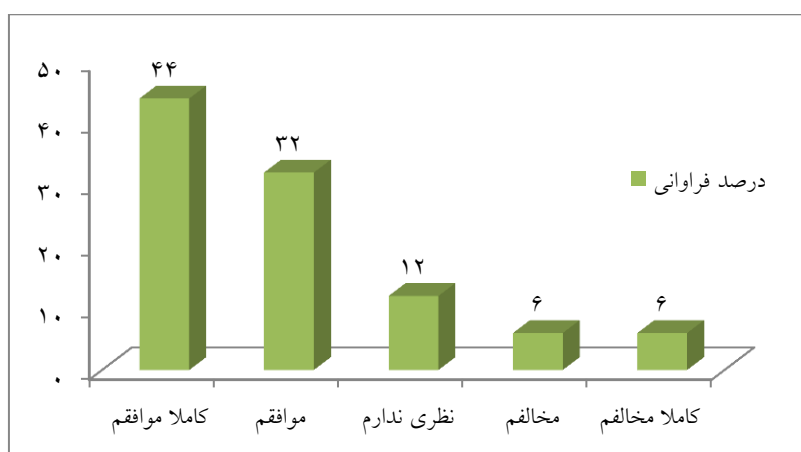
کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای واحد‌های دامپروری پرورش ماهی زینتی تولید نهال به روش کشت بافت پرورش گل و گیاه زینتی برگه‌خشک‌کنی تولید کنساتره انواع میوه درجه‌بندی و بسته‌بندی میوه	کشاورزی
احداث مرکز خدمات خودرویی احداث مرکز سرویس، خدمات و پشتیبانی واحدهای صنعتی احداث آزمایشگاه تولید مولدهای برق احداث مجتمع درمانی و خدمات توریسم‌درمانی احداث مجتمع خدماتی	خدماتی
تولید ظروف یک‌بارمصرف تولید آب‌شیرین‌کن تولید دستگاه‌های گرمایش خورشیدی تولید تجهیزات دندانپزشکی تولید پوشاک تولید ورق فولادی تولید سیلندر CNG تولید بتن سبک تولید ورق پلی‌کربنات تولید قطعات خودرو تولید ضد یخ تولید شیرآلات	صنعتی
ایجاد پایانه صادراتی و بازرگانی ایجاد شرکت حمل‌ونقل بین‌المللی کالا احداث سوله و انبار احداث مجتمع تجاری احداث فروشگاه زنجیره‌ای بین‌المللی احداث تله‌کابین احداث مجموعه سوارکاری احداث شهرسازی سرپوشیده و سالن بولینگ احداث مجموعه کارتینگ و موتورسواری احداث مجموعه بازی‌های رایانه‌ای و شبیه‌سازی احداث مجموعه تیراندازی و پینت‌بال احداث مجموعه هتل-آپارتمان و کمپینگ خانواده احداث مجموعه اسکیت و پاتیناز احداث زمین‌های خدماتی وابسته احداث مجموعه فرهنگی	بازرگانی
	گردشگری

اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار کشاورزی در منطقه آزاد ارس کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای

در پاسخ به اولویت کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای، همان‌طور که در جدول ۴ و نمودار ۱ مشاهده می‌شود، ۴۴ درصد پاسخ‌دهندگان گزینه «کاملاً موافقم» را انتخاب کردند که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی گزینه‌های پاسخ به کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای

پاسخ	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
کاملاً موافقم	۶۶	۴۴	۴۴
موافقم	۴۸	۳۲	۷۶
نظری ندارم	۱۸	۱۲	۸۸
مخالفم	۹	۶	۹۴
کاملاً مخالفم	۹	۶	۱۰۰
جمع	۱۵۰	۱۰۰	



نمودار ۱. توزیع فراوانی گزینه‌های پاسخ به کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای

جدول ۵. آمار توصیفی فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه کشاورزی در منطقه آزاد ارس

حوزه کشاورزی	مقدار آماره T	سطح معنی‌داری	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای	۶/۱۷	۰/۰۰	۴/۰۲	۱/۱۷	۰/۳
واحدهای دامپروری (دام سبک و سنگین)	۲/۴۶	۰/۰۱۷	۳/۵۰	۱/۴۲	۰/۴۱
پرورش ماهی زینتی	۶/۵۶	۰/۰۰	۳/۸۶	۰/۹۳	۰/۲۴
تولید نهال به روش کشت بافت	۹/۹۸	۰/۰۰	۴/۲۲	۰/۸۶	۰/۲
پرورش گل و گیاه زینتی به روش هیدروپونیک	۷/۵۲	۰/۰۰	۴/۰۲	۰/۹۶	۰/۲۴
برگه‌خشک‌کنی	۶/۴۱	۰/۰۰	۳/۸۶	۰/۹۴	۰/۲۴
تولید کنسانتره انواع میوه (سیب و انگور)	۷/۴۶	۰/۰۰	۴/۰۰	۰/۹۴	۰/۲۳۵
درجه‌بندی و بسته‌بندی میوه	۸/۰۶	۰/۰۰	۴/۱۶	۱/۰۱	۰/۲۴

همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، از نظر پاسخ‌دهندگان در حوزه کشاورزی، فرصت کسب‌وکار در زمینه درجه‌بندی و بسته‌بندی میوه رتبه اول را به‌خود اختصاص داده و فرصت کسب‌وکار در زمینه واحدهای دامپروری (دام سبک و سنگین) در اولویت آخر قرار گرفته است. همچنین اختلاف بین میانگین‌های فرصت‌های مختلف در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار است.

براساس رتبه‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه کشاورزی با استفاده از روش فریدمن، رتبه کشت صیفی‌جات گلخانه‌ای ۴/۷۵، واحد دامپروری (دام سبک و سنگین) ۲/۹۷، پرورش ماهی زینتی ۴/۰۸، درجه‌بندی و بسته‌بندی میوه ۵/۴۸، پرورش گل و گیاه زینتی به روش هیدروپونیک ۴/۷۲، برگه‌خشک‌کنی ۴/۰۸، تولید انواع کنسانتره میوه ۴/۶۳، تولید نهال به روش کشت بافت ۵/۲۹ است و آماره‌ی دو ۱۶/۹۸ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰ است و همان‌گونه که مشخص است، بسته‌بندی و درجه‌بندی میوه‌ها با رتبه ۵/۴۸، در اولویت اول قرار دارد.

اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد ارس در حوزه گردشگری

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، از نظر پاسخ‌دهندگان در حوزه گردشگری، فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجموعه هتل-آپارتمان و کمپینگ خانواده رتبه اول را به‌خود اختصاص داده و فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجموعه بازی‌های رایانه‌ای و شبیه‌سازی، مانند ماشین یا هواپیما، در اولویت آخر قرار گرفته است.

رتبه‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار گردشگری با روش فریدمن نشان داد که رتبه احداث تله‌کابین ۵/۲۴، احداث مجموعه سوارکاری ۴/۷۸، احداث شهربازی سرپوشیده و سالن بولینگ ۷/۰۹، احداث مجموعه کارتینگ، موتورسواری و اتومبیل‌رانی ۵/۸۶، احداث مجموعه بازی‌های رایانه‌ای و شبیه‌سازی، مانند ماشین یا هواپیما ۳/۶۴، احداث مجموعه تیراندازی و پینت‌بال ۴/۶۷، احداث مجموعه هتل-آپارتمان و کمپینگ خانواده ۷/۴۰، احداث مجموعه اسکیت و پاتیناژ ۵/۸۴، احداث زمین گلف و ساختمان خدماتی وابسته ۴/۸۴، احداث مجموعه فرهنگی ۵/۶۴ است که آماره‌ی دو ۱۶۳/۳۰ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰ است و براساس این نتایج، احداث مجموعه هتل-آپارتمان و کمپینگ خانواده، رتبه اول را با عدد ۷/۴۰ به‌خود اختصاص داده است.

جدول ۶. آمار توصیفی فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه گردشگری در منطقه آزاد ارس

حوزه گردشگری	مقدار آماره T	سطح معنی‌داری	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
احداث تله‌کابین	۹/۸۵	۰/۰۰	۴/۱۰	۰/۷۸	۰/۱۹
احداث مجموعه سوارکاری	۸/۰۳	۰/۰۰	۴/۰۰	۰/۸۸	۰/۲۲
احداث شهربازی سرپوشیده و سالن بولینگ	۱۶/۱۸	۰/۰۰	۴/۴۸	۰/۶۴	۰/۱۴
احداث مجموعه کارتینگ، موتورسواری و اتومبیل‌رانی	۱۰/۹۲	۰/۰۰	۴/۲۲	۰/۷۹	۰/۱۹
احداث مجموعه بازی‌های رایانه‌ای مانند ماشین یا هواپیما	۴/۱۸	۰/۰۰	۳/۷۰	۱/۱۸	۰/۳۲
احداث مجموعه تیراندازی و پینت‌بال	۸/۲۰	۰/۰۰	۳/۹۸	۰/۸۴	۰/۲۱
احداث مجموعه هتل-آپارتمان و کمپینگ خانواده	۱۶/۰۹	۰/۰۰	۴/۵۴	۰/۶۷	۰/۱۵
احداث مجموعه اسکیت و پاتیناژ	۹/۷۲	۰/۰۰	۴/۲۲	۰/۸۸	۰/۲۱
احداث زمین گلف و ساختمان خدماتی وابسته	۹/۰۷	۰/۰۰	۴/۰۲	۰/۷۹	۰/۲
احداث مجموعه فرهنگی	۱۰/۱۰	۰/۰۰	۴/۱۸	۰/۸۲	۰/۲

اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار بازرگانی در منطقه آزاد ارس

مطابق داده‌های جدول ۷، از نظر پاسخ‌دهندگان در حوزه بازرگانی، فرصت کسب‌وکار در زمینه ایجاد پایانه صادراتی و بازرگانی رتبه اول را به خود اختصاص داده و فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث فروشگاه زنجیره‌ای بین‌المللی در اولویت آخر قرار گرفته است.

جدول ۷. آمار توصیفی فرصت‌های کسب‌وکار بازرگانی در منطقه آزاد ارس

حوزه بازرگانی	مقدار آماره T	سطح معنی داری	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
ایجاد پایانه صادراتی و بازرگانی	۹/۶۶	۰/۰۰	۴/۲۶	۰/۹۲	۰/۲۱
ایجاد شرکت حمل‌ونقل بین‌المللی کالا	۸/۹۴	۰/۰۰	۴/۲۴	۰/۹۸	۰/۲۳
احداث سوله و انبار برای سرمایه‌گذاران خارجی	۱۶/۶۲	۰/۰۰	۴/۵۲	۰/۶۴	۰/۱۴
احداث مجتمع تجاری (واحدهای تجاری و واحدهای اداری)	۷/۰۵	۰/۰۰	۴/۱۴	۱/۱۴	۰/۲۷
احداث فروشگاه زنجیره‌ای بین‌المللی	۶/۳۰	۰/۰۰	۴/۱۰	۱/۲۳	۰/۳

رتبه‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار بازرگانی با روش فریدمن نشان داد که به ترتیب رتبه احداث سوله و انبار (عمومی و سردخانه‌ای) برای سرمایه‌گذاران خارجی ۳/۰۱، ایجاد شرکت حمل‌ونقل بین‌المللی کالا ۲/۹۷، ایجاد پایانه صادراتی و بازرگانی ۳/۵۷، احداث مجتمع تجاری (واحدهای تجاری و واحدهای اداری) ۲/۷۶، احداث فروشگاه زنجیره‌ای بین‌المللی ۲/۶۹ است که آماره‌ی دو ۴۶/۵۶ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰ است.

اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار صنعتی در منطقه آزاد ارس

همان‌طور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، از نظر پاسخ‌دهندگان در حوزه صنعتی، فرصت کسب‌وکار در زمینه تولید دستگاه‌های گرمایش خورشیدی (آبگرمکن خورشیدی) رتبه اول را به خود اختصاص داده و فرصت کسب‌وکار در زمینه تولید ورق پلی‌کربنات در اولویت آخر قرار گرفته است. همچنین، اختلاف مشاهده‌شده بین میانگین‌های عوامل مختلف در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار است.

جدول ۸. آمار توصیفی فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه صنعتی در منطقه آزاد ارس

حوزه صنعتی	مقدار آماره T	سطح معنی داری	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
تولید ظروف یک‌بارمصرف گیاهی	۱۱/۶۵	۰/۰۰	۴/۳۰	۰/۷۸۹	۰/۱۸
تولید آب‌شیرین‌کن تبخیری و خورشیدی	۱۰/۳۷	۰/۰۰	۴/۳۰	۰/۸۸۶	۰/۲
تولید دستگاه‌های گرمایش خورشیدی (آبگرمکن خورشیدی)	۱۶/۳۴	۰/۰۰	۴/۵۶	۰/۶۷۵	۰/۱۵
تولید تجهیزات دندانپزشکی (یونیت دندانپزشکی)	۷/۳۳	۰/۰۰	۳/۹۶	۰/۹۲۵	۰/۲۳
تولید پوشاک تحت لیسانس برند معتبر جهانی	۵/۸۳	۰/۰۰	۴/۰۰	۱/۲۱۲	۰/۳۰۳
تولید ورق فولادی	۸/۶۸	۰/۰۰	۳/۹۶	۰/۷۸۱	۰/۲
تولید سیلندر CNG به روش کششی	۴/۵۹	۰/۰۰	۳/۷۶	۱/۱۷۰	۰/۳۱
تولید بتن سبک	۶/۴۹	۰/۰۰	۴/۰۰	۱/۰۸۸	۰/۲۷۲
تولید ورق پلی‌کربنات	۴/۱۸	۰/۰۰	۳/۶۲	۱/۰۴۸	۰/۲۹
تولید قطعات خودرو	۱۳/۵۶	۰/۰۰	۴/۳۰	۰/۶۷۸	۰/۱۶
تولید ضد یخ	۸/۰۶	۰/۰۰	۴/۱۲	۰/۹۸۲	۰/۲۴
تولید شیرآلات پلاستیکی	۸/۱۶	۰/۰۰	۴/۱۰	۰/۹۵۳	۰/۲۳

رتبه‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار صنعتی با روش فریدمن نشان داد که رتبه تولید ظروف یک‌بارمصرف گیاهی ۷/۷۱، تولید آب‌شیرین‌کن تبخیری و خورشیدی ۷/۸۱، تولید دستگاه‌های گرمایش خورشیدی (آبگرمکن خورشیدی) ۹/۱۴، تولید تجهیزات دندانپزشکی (یونیت دندانپزشکی) ۵/۷۶، تولید پوشاک تحت لیسانس برند معتبر جهانی ۶/۱۵، تولید ورق فولادی ۵/۶۷، تولید سیلندر CNG به روش کششی ۴/۷۴، تولید بتن سبک ۶/۰۹، تولید ورق پلی‌کربنات ۳/۸۸، تولید قطعات خودرو ۷/۷۱، تولید ضدیخ ۶/۷۳، تولید شیرآلات پلاستیکی ۶/۶۱ است و آماره‌ی دو ۱۹۸/۶۰ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰ است.

اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار خدماتی در منطقه آزاد ارس

همان‌طور که در جدول ۹ نشان داده شده، از نظر پاسخ‌دهندگان در حوزه خدماتی، فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجتمع درمانی و خدمات توریسم‌درمانی رتبه اول را به خود اختصاص داده و فرصت کسب‌وکار در زمینه تولید مولدهای برق در مقیاس کوچک در اولویت آخر قرار گرفته است. همچنین، اختلاف مشاهده‌شده بین میانگین‌های عوامل مختلف در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار است.

جدول ۹. آمار توصیفی فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه خدماتی در منطقه آزاد ارس

حوزه خدماتی	مقدار آماره T	سطح معنی داری	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
احداث مرکز خدمات خودرویی	۶/۶۱	۰/۰۰	۴/۰۰	۱/۰۶۹	۰/۲۷
احداث مرکز سرویس، خدمات و پشتیبانی واحدهای صنعتی	۱۲/۰۴	۰/۰۰	۴/۱۶	۰/۶۸۱	۰/۱۶
احداث آزمایشگاه (مواد غذایی، بهداشت، استاندارد)	۵/۳۰	۰/۰۰	۳/۹۰	۱/۱۹۹	۰/۳
تولید مولدهای برق در مقیاس کوچک	۶/۵۳	۰/۰۰	۳/۹۰	۰/۹۷۴	۰/۲۵
احداث مجتمع درمانی و خدمات توریسم‌درمانی	۱۰/۲۱	۰/۰۰	۴/۳۲	۰/۹۱۳	۰/۲۱
احداث مجتمع خدماتی	۴/۹۰	۰/۰۰	۳/۹۰	۱/۲۹۸	۰/۳۳

رتبه‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار خدماتی با روش فریدمن نشان داد که در این حوزه با توجه به میانگین رتبه‌ها، رتبه احداث مرکز خدمات خودرویی ۳/۴۱، احداث مرکز سرویس، خدمات و پشتیبانی واحدهای صنعتی ۳/۸۰، احداث آزمایشگاه (مواد غذایی، بهداشت، استاندارد) ۳/۱۴، تولید مولدهای برق در مقیاس کوچک ۳/۱۱، احداث مجتمع درمانی و خدمات توریسم‌درمانی ۴/۳۵ و احداث مجتمع خدماتی ۳/۱۹ است و آماره‌ی دو ۴۷/۱۰ است.

اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد ارس

همان‌طور که در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود، از نظر پاسخ‌دهندگان، فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه بازرگانی رتبه اول را به خود اختصاص داده و فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه کشاورزی در اولویت آخر قرار گرفته است. همچنین، اختلاف مشاهده‌شده بین میانگین‌های حوزه‌های مختلف در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار است.

جدول ۱۰. آمار توصیفی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد ارس

حوزه	مقدار آماره T	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
بازرگانی	۱۴/۷۷	۴/۲۴	۱/۰۲۸	۰/۲۴
خدماتی	۱۱/۶۸	۴/۰۱	۱/۰۶۲	۰/۲۶
گردشگری	۱۶/۱۴	۴/۱۵	۰/۸۷۰	۰/۲۰
کشاورزی	۱۰/۸۰	۳/۹۵	۱/۰۷۳	۰/۲۷
صنعتی	۱۳/۴۰	۴/۰۸	۰/۹۸۷	۰/۲۴

نتیجه‌گیری

منطقه آزاد ارس در شمال غربی کشور جمهوری اسلامی ایران به علت داشتن ویژگی‌های منحصربه‌فرد منطقه‌ای و بنابر ارزیابی‌های صورت‌گرفته از سوی دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد ایران، پس از منطقه آزاد کیش، دومین منطقه آزاد توسعه‌یافته و در حال رشد کشور است. شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار این منطقه، به‌مثابه‌ی مبنایی برای پژوهش‌های آتی و تقویت و بهبود تشخیص فرصت‌های کسب‌وکار مناطق آزاد و نیز حرکت به سمت عملیاتی کردن ایده‌های مرتبط با هر فرصت و ایجاد کسب‌وکارهای موفق خواهد بود که در نتیجه، علاوه بر دستیابی به مزایای ایجاد اشتغال، جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، افزایش و توسعه صادرات، انتقال فناوری، افزایش درآمدهای عمومی و افزایش توریسم، زمینه‌های لازم را برای توسعه کارآفرینی در ابعاد مختلف مهیا می‌سازد؛ بنابراین در این پژوهش، مهم‌ترین فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه آزاد ارس شناسایی و اولویت‌بندی شده است.

براساس بررسی‌های صورت‌گرفته بر روی پژوهش‌های پیشین، اختلاف زیادی بین این پژوهش و دیگر پژوهش‌ها وجود دارد و از این حیث، این پژوهش کاملاً منحصربه‌فرد است و نتایج آن از لحاظ جنس کار، چندان قابل مقایسه با پژوهش‌های پیشین نیست و برای نمونه، نتایج چند پژوهش را به‌اختصار بیان می‌شود. در پژوهش زمین‌گردی (عباسی، ۱۳۹۱) و گردشگری ورزشی (گل‌زاده، ۱۳۹۳)، اولویت‌بندی فرصت‌ها با استفاده از آزمون فریدمن، آبشار آسیاب‌خراجه با رتبه ۱۶/۱ اولین فرصت و کلیسای سنت‌استپانوس با رتبه ۱۵ دومین فرصت شناسایی و اولویت‌بندی شد که البته در این پژوهش‌ها فقط بحث گردشگری بررسی شده است. در پژوهش پیش رو، در حوزه گردشگری، فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجموعه هتل-آپارتمان و کمپینگ خانواده رتبه اول را به‌خود اختصاص داده است و فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجموعه بازی‌های رایانه‌ای و شبیه‌سازی، مانند ماشین یا هواپیما، در اولویت آخر قرار گرفته است.

همچنین براساس پژوهش «توسعه منطقه‌ای در نواحی مرزی شمال غربی ایران» (قالیباغ، ۱۳۹۰)، وجود منابع معدنی به‌خصوص همجواری با مرند و ورزقان که موجب کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل نیز می‌شود، معدن مس سونگون در ورزقان و رگه معدنی بزرگ و مهم مس در کمربند جهانی هریس-هر-ورزقان که در جنوب جلفا واقع شده و یکی از سه معدن بزرگ جهان است و نیز معدن کاپولن در مرند که توان اقتصادی این منطقه را موجب شده است و نیز، طبیعت بکر منطقه کنار رودخانه زیبای ارس و همین‌طور کلیسای سنت‌استپانوس به‌مثابه منبع گردشگری مذهبی از دیگر نقاط قوت این منطقه در گردشگری است؛ البته در این پژوهش به فرصت‌های صنعتی، اقتصادی، گردشگری پرداخته شده است و نگاه کاملی به تمامی فرصت‌های منطقه نشده و همچنین، در هر قسمت اولویت‌بندی فرصت‌های موجود صورت نگرفته است تا روشن شود در هر قسمت کدامین فرصت ارزش بیشتری دارد.

براساس پژوهش «نگرش ژئوپلیتیکی و ژئواکونومیکی بر منطقه آزاد تجاری ارس» (قلی‌زاده، ۱۳۸۹)، با توجه به موقعیت خاص این منطقه به‌لحاظ ژئوپلیتیکی و ژئواکونومیکی، به‌مثابه یک مرکز فعال در زمینه صادرات مجدد، به‌ویژه در بین حوزه‌های جغرافیایی (کشورهای مستقل قفقاز از یک طرف و نیز آناتولی، خاورمیانه، آسیای جنوبی و چین از طرف دیگر) امکان نقش‌آفرینی دارد. به‌علاوه، موقعیت مواصلاتی و ترانزیتی این منطقه با مناطق پیرامون ارس، باید یکی از مهم‌ترین رویکردهای مدیران منطقه باشد. همان‌طور که مشخص است، در این پژوهش نیز نتایج بسیار کلی است و حوزه‌های مختلف مشخص نشده‌اند و در هر حوزه، به‌صورت علمی فرصت‌ها اولویت‌بندی نشده‌اند تا برحسب هزینه و منفعت، برای مدیران مربوط، اهمیت هر فرصت و حوزه مشخص شود.

پس از جمع‌بندی نظرهای کارشناسان و خبرگان، فرصت کسب‌وکار در پنج حوزه کلی کشاورزی، گردشگری، بازرگانی، صنعتی و خدماتی دسته‌بندی شد. همان‌طور که بیان شد، در حوزه بازرگانی، فرصت کسب‌وکار در زمینه ایجاد

پایانه صادراتی و بازرگانی رتبه اول را به‌خود اختصاص داده است و فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث فروشگاه زنجیره‌ای بین‌المللی در اولویت آخر قرار گرفته است. در حوزه خدماتی، فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجتمع درمانی و خدمات توریسم‌درمانی رتبه اول را به‌خود اختصاص داده است و فرصت کسب‌وکار در زمینه تولید مولدهای برق در مقیاس کوچک در اولویت آخر قرار گرفته است. در حوزه صنعتی، فرصت کسب‌وکار در زمینه تولید دستگاه‌های گرمایش خورشیدی (آبگرمکن خورشیدی) رتبه اول را به‌خود اختصاص داده است و فرصت کسب‌وکار در زمینه تولید ورق پلی‌کربنات در اولویت آخر قرار گرفته است. در حوزه گردشگری، فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجموعه هتل - آپارتمان و کمپینگ خانواده رتبه اول را به‌خود اختصاص داده است و فرصت کسب‌وکار در زمینه احداث مجموعه بازی‌های رایانه‌ای و شبیه‌سازی، مانند ماشین یا هواپیما، در اولویت آخر قرار گرفته است. در حوزه کشاورزی، فرصت کسب‌وکار در زمینه درجه‌بندی و بسته‌بندی میوه رتبه اول را به‌خود اختصاص داده است و فرصت کسب‌وکار در زمینه واحدهای دامپروری (دام سبک و سنگین) در اولویت آخر قرار گرفته است.

با توجه به نتایج آزمون فریدمن درخصوص رتبه‌بندی و اولویت‌بندی فرصت‌های کسب‌وکار در منطقه ارس، به‌ترتیب حوزه بازرگانی با مقدار ۳/۳۹ در رتبه اول، حوزه گردشگری با مقدار ۳/۱۵ در رتبه دوم و کشاورزی با مقدار ۲/۶۵ در رتبه آخر قرار گرفته است؛ بنابراین باید به فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه بازرگانی و گردشگری توجه ویژه‌ای شود و در دستور کار مدیران و برنامه‌ریزان قرار گیرد. به‌دلیل موقعیت ویژه‌ای که منطقه آزاد ارس دارد، با توجه بیشتر مسئولان به فرصت‌های شناسایی‌شده و ایجاد فرصت‌های جدید و با حضور بیشتر سرمایه‌گذاران در این منطقه، بهبود وضعیت اقتصادی و ایجاد اشتغال در منطقه حاصل خواهد شد.

اهمیت پژوهش پیش رو در این است که سعی می‌کند با شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار این منطقه بتواند مبنایی برای پژوهش‌های آتی باشد و موجب تقویت و بهبود تشخیص فرصت‌های کسب‌وکار مناطق آزاد و نیز حرکت به‌سمت عملیاتی کردن ایده‌های مرتبط با هر فرصت و ایجاد کسب‌وکارهای موفق شود که در نتیجه آن، علاوه بر دستیابی به مزایای ایجاد اشتغال، جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی، افزایش و توسعه صادرات، انتقال فناوری، افزایش درآمدهای عمومی و افزایش توریسم، زمینه‌های لازم برای توسعه کارآفرینی در ابعاد مختلف مهیا و در نتیجه، ورود به بازارهای جهانی میسر می‌شود و جایگاه اقتصادی کشور ارتقا می‌یابد. با توجه به اهمیت این موضوع، این پژوهش در تلاش برای پاسخ دادن به این پرسش‌ها بوده است: عمده‌ترین فرصت‌های کسب‌وکار برای رونق منطقه آزاد ارس و ایجاد اشتغال برای کارآفرینان کدام‌اند؟ همچنین، اولویت‌بندی این فرصت‌ها چگونه است؟

ایجاد کسب‌وکار و شناسایی فرصت‌های آن، مقوله‌ای بسیار مهم محسوب می‌شود که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه به آن توجه جدی می‌کنند. ایجاد کسب‌وکار جدید به‌سبب تأثیری که در توسعه و پیشرفت کشورها دارد، مورد توجه دولت‌ها و سیاستمداران قرار گرفته است. در پژوهش پیش رو تلاش شده است فرصت‌های کسب‌وکار موجود در منطقه آزاد تجاری ارس شناسایی شود و راهکارهای مناسبی برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها و پرورش مهارت‌ها و توانایی‌های بالفعل دانشجویان ارائه و الزامات تبدیل علم کارآفرینی به فعالیت‌های عملی کارآفرینانه فراهم شود.

پیشنهادها

با توجه به اینکه پیش از این، پژوهش کاملی مشابه پژوهش پیش رو در منطقه آزاد ارس صورت نگرفته بود، منابعی که بتوان نتایج آنها را با نتایج این پژوهش مقایسه کرد، در اختیار نبود. بنابراین، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش،

دستیابی به اهداف کلان منطقه آزاد ارس مستلزم برنامه‌ریزی صحیح یا تعیین اولویت‌های مربوط به اتخاذ راهبردهای مناسب و صرف زمان و کار فراوان خواهد بود که البته نیازمند وجود مدیریت اجرایی قوی و کارایی است. از این رو، دو اقدام زیر به دست‌اندرکاران و مدیران منطقه آزاد ارس پیشنهاد می‌شود: الف) حفظ نیروهای متخصص و کارآمد و مدیران کارآفرین؛ ب) جذب نیروهای کارآمد و مدیران کارآفرین.

پیشنهاد می‌شود فرصت‌های کسب‌وکار در حوزه بازرگانی در زمینه احداث مرکز تجاری و ایجاد پایانه صادراتی ایجاد شود.

با توجه به نزدیکی به کشورهای آذربایجان و ارمنستان و نازل بودن سطح علم پزشکی در آن کشورها و براساس آمار گمرک درخصوص ورود و خروج مسافران خارجی به منظور معالجه و درمان، باید فرصت احداث مجتمع درمانی و خدمات توریسم‌درمانی با سرعت بیشتری مورد توجه قرار گیرد؛ چراکه از این راه می‌توان گردشگرهای بیشتری نیز جذب کرد. استفاده از نتایج این پژوهش برای پرورش کارآفرینان، منجر به افزایش میزان کارآفرینی می‌شود و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای کشورمان به ارمغان می‌آورد.

پیشنهاد می‌شود مسئولان مربوط توجه بیشتری به فرصت‌های شناسایی شده و کاربری کردن فرصت‌ها معطوف کنند.

منابع

۱. ازکیا، مصطفی و علیرضا دربان آستانه. ۱۳۸۲. *روش‌های کاربردی تحقیق*. جلد اول. تهران: انتشارات کیهان.
۲. اسفندیاری، علی‌اصغر، سمیره مقدس حسین‌زاده و مجید دلاوری. ۱۳۸۷. «ارزیابی عملکرد مناطق آزاد تجاری ایران و تأثیر آن در توسعه اقتصادی این مناطق». *پژوهشنامه اقتصادی*. دوره ۸، شماره ۱، ص ۱۴۶-۱۱۹.
۳. ناظم بکایی، محسن سعید طهوری و سیدمجتبی موسوی. ۱۳۸۹. «ارائه مدلی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه». *همایش ملی دانشگاه کارآفرین: صنعت دانش محور*. دانشگاه مازندران.
۴. سرمد، زهره، عباس بازرگان و الهه حجازی. ۱۳۸۷. *روش تحقیق در علوم رفتاری*. چاپ پانزدهم. تهران: آگاه.
۵. زالی، محمدرضا. ۱۳۸۶. *معرفی دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)*. تهران: انتشارات دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
۶. زالی، محمدرضا و سیدمصطفی رضوی. ۱۳۸۷. *موانع توسعه کارآفرینی در ایران*. تهران: انتشارات دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
۷. زعفریان، رضا، رضا محمد کاظمی، عباس خدایاری و سیدمهران جوادی‌نیا. ۱۳۹۳. «شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار (کارآفرینانه) در صنعت ورزش با رویکرد فناوری اطلاعات». *توسعه کارآفرینی*. دوره ۷، شماره ۱، ص ۹۵-۱۱۲.
۸. صارمی، محمود و محمدکاظم علیزاده ثانی. ۱۳۸۸. «بررسی عوامل تأثیرگذار بر فرایند شناسایی فرصت‌های کارآفرینی بین کارآفرینان منتخب». *توسعه کارآفرینی*. سال اول، شماره ۳، ص ۱۲۲-۱۰۳.
۹. فتح‌الهی‌راد، سعید. ۱۳۷۷. «ارزیابی عملکرد مناطق آزاد تجاری». *فرهنگ و تعاون*. شماره ۵، ص ۴۳-۳۷.
۱۰. قالیباف، محمداقبر و مهرداد کرمی. ۱۳۹۰. «توسعه منطقه‌ای در نواحی مرزی شمال غربی ایران (نمونه موردی: منطقه آزاد تجاری-صنعتی ارس)». *مجله علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی و آمایش فضا*. دوره ۱۵، شماره ۳، ص ۱۴۹-۱۳۳.
۱۱. کردنائیچ، اسدالله، محمدرضا زالی و سارا شرکا. ۱۳۸۹. «شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در شرکت قطارهای مسافری رجا». *توسعه کارآفرینی*. سال دوم، شماره ۷، ص ۱۷-۱۴.
۱۲. کورانی، مریم و محمود احمدپورداریانی. ۱۳۹۰. «شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه خودخدمتماتی مسافر در شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران (هما)». *توسعه کارآفرینی*. سال چهارم، شماره ۱۴، ص ۲۶-۷.
۱۳. لطیفی غلامرضا و مهرناز امین‌آقایی. ۱۳۸۵. «جایگاه مناطق آزاد در برنامه‌ریزی منطقه‌ای ایران». *فصلنامه علوم اجتماعی*. شماره ۳۶، ص ۷۷-۱۰۲.
۱۴. ممیز، آیت‌الله، مهدی عباسی و سیده‌عاطفه قاسمی. ۱۳۹۱. «آینده فرصت‌های کارآفرینی در حوزه زمین‌گردی (مطالعه موردی: منطقه جلفا)». *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*. سال دوازدهم، شماره ۲۶، ص ۲۲-۷.
۱۵. ناظم‌بکایی، محسن، سعید طهوری و سیدمجتبی موسوی. ۱۳۸۹. «ارائه مدلی برای تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه». *همایش ملی دانشگاه کارآفرین: صنعت دانش محور*. دانشگاه مازندران.
16. Ardichvili, A., Cardozo, R., & S. Ray. 2003. "A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development". *Journal of Business Venturing*. 18 (1). PP. 105-123.
17. Ardichvili, A. & R. N. Cardozo. 2000. "A Model of the Entrepreneurial Opportunity Recognition Process". *Journal of Enterprising Culture*. 8 (02). PP. 103-119.
18. Baron, R. A. 2006. "Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs "Connect The Dots" to Identify New Business Opportunities". *The Academy of Management Perspectives*. 20 (1). PP. 104-119.
19. Bolle, Mary J. & R. Brock Williams. 2013. "U.S. Foreign-Trade Zones: Background and Issues For Congress". *Congressional Research Service*. November 12.

20. Aritenang, F. A. 2009. "A Comparative Study on Free Trade Zone: Development Through Spatial Economic Concentration". *Journal Perencanaan Wilayah Dan Kota*. Vol. 20. No. 2. PP. 95-108.
21. Christensen, T. 2015. "A New Opera House: Combining Entrepreneurship, Garbage Can Features and Windows Of Opportunity". *International Review of Administrative Sciences*. 0020852314558036.
22. Detienne, D. R. & G. N. Chandler. 2004. "Opportunity Identification And Its Role in the Entrepreneurial Classroom: A Pedagogical Approach and Empirical Test". *Academy of Management Learning & Education*. 3 (3). PP. 242-257.
23. Dutta, D. K. & M. M. Crossan. 2005. "The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding The Process Using the 4i Organizational Learning Framework". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29 (4). PP. 425-449.
24. Renko, M., R. C. Shrader & M. Simon. 2012. "Perception of Entrepreneurial Opportunity: A General Framework". *Management Decision*. 50 (7). PP. 1233-1251.
25. Sanz-Velasco, S. A. 2006. "Opportunity Development as a Learning Process for Entrepreneurs". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 12 (5). PP. 251-271.
26. Sarasvathy, S. D., N. Dew, S. R. Velamuri & S. Venkataraman. 2003. "Three Views of Entrepreneurial Opportunity". in *Handbook of Entrepreneurship Research* (PP. 141-160). Springer Us.
27. Shane, S. & N. Nicolaou. 2015. "Creative Personality, Opportunity Recognition and the Tendency To Start Businesses: A Study of Their Genetic Predispositions". *Journal of Business Venturing*. 30 (3). PP. 407-419.
28. Shepherd, A. Dean & R. Dawn Detienne. 2005. "Prior Knowledge, Potential Financial Reward, and Opportunity Identification, Entrepreneurship Theory and Practice". 1042-2587. PP 91-112.
29. Short, Jeremy C., David J. Ketchen Jr, Christopher L. Shook & R. Duane Ireland. 2010. "The Concept of Opportunity in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges". *Journal of Management*. 36 (1). PP. 40-50
30. Shane, S. & S. Venkataraman. 2000. "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research". *Academy of Management Review*. 25 (1). PP. 217-226.
31. Singh, R. P., G. E. Hills & G. T. Lumpkin. 1999. "New Venture Ideas and Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process of Opportunity Recognition". in *13th Annual Conference of The United States Association for Small Business and Entrepreneurship*. PP. 1-10.
32. Short, J. C., D. J. Ketchen, C. L. Shook & R. D. Ireland. 2009. "The Concept of "Opportunity" in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges". *Journal of Management*.