

مهندسی صنایع، بهره‌وری و کیفیت | گرجستان

شناسایی عوامل اثر گذار بر مزیت رقابتی مناطق ویژه اقتصادی

دکتر حسین وحیدی

نویسنده مسئول: استادیار، گروه مهندسی صنایع، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، اصفهان، ایران

محمود مؤذنی

دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، اصفهان، ایران

دکتر ام البنین یوسفی

استادیار، گروه مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر، اصفهان، ایران

چکیده

رقابت پذیری که در سیر تکوینی نظریات مزیت و تحول در مفهوم رقابت ارائه می شود به رشد مستمر بهره وری و درآمد سرانه در فرایند رقابت داخلی و بین المللی تأکید دارد. در طول دو دهه اخیر، مدیران شاهد یک دوره تغییرات شگرف جهانی به واسطه پیشرفت در فناوری، جهانی شدن بازارها و شرایط جدید اقتصادی و سیاسی توأم با ایجاد و توسعه مناطق ویژه اقتصادی بوده اند. پژوهش حاضر به شناسایی عوامل اثر گذار بر مزیت رقابتی مناطق ویژه اقتصادی در کشور می پردازد. این پژوهش در زمره پژوهش های کمی است. جامعه آماری این پژوهش تعدادی از اساتید دانشگاه صنعتی مالک اشتر اصفهان، کارشناسان مناطق ویژه اقتصادی گرمسار و سمنان و کارشناسان شرکت دانش بنیان صنایع هواپیما سازی ایران که محوریت ایجاد منطقه ویژه اقتصادی شاهین شهر را به عهده دارد می باشند. اطلاعات این پژوهش بر اساس جست و جو در مقالات و پژوهش های منتشر شده در چند سال اخیر و همچنین مصاحبه میدانی با خبرگان این حوزه بوده است. نتایج حاصل از این پژوهش بیانگر آن است که ۵۹ عامل در رقابت پذیری مناطق ویژه اقتصادی نقش دارند. که در قالب ۷ مولفه اصلی شامل عوامل مالی و اقتصادی، عوامل سازمانی و مدیریتی، عوامل حقوقی و زیر ساختی، عوامل انسانی، موقعیت مکانی منطقه، عوامل بازار و عوامل محیطی شناسایی گردیده اند.

کلمات کلیدی:

مناطق آزاد، منطقه ویژه اقتصادی، رقابت پذیری، مزیت رقابتی.

۱- مقدمه

با توجه به فضای رقابتی در محیط کسب و کار و اقتصاد، داشتن مزیت‌های رقابتی بیشتر، عامل موفقیت مناطق ویژه اقتصادی و آزاد است. در این میان باید توجه داشت که هر منطقه ویژه اقتصادی و آزاد چه عملکردی باید داشته باشد و چگونه می‌توان باعث ارتقای عملکرد مناطق ویژه اقتصادی و آزاد شد که بتوانند با سایر مناطق ویژه اقتصادی و آزاد در داخل و خارج از کشور رقابت کنند. منطقه ویژه اقتصادی عبارت است از محدوده جغرافیایی مشخص در مبادی ورودی یا در داخل کشور که به منظور جذب سرمایه‌های خارجی و داخلی و همچنین ایجاد عرضه فعالیت‌های تولیدی و تجاری جهت افزایش صادرات کالا و ارائه بهتر خدمات برای حضور فعال در بازارهای منطقه ای و بین‌المللی ایجاد می‌شوند. [۱۰] هم‌اکنون در کشور حدود ۲۵ منطقه ی ویژه اقتصادی فعال در ایران وجود دارد. بر اساس آمار مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی که گزارش مفصلی راجع به مناطق ویژه اقتصادی ارائه داده است، ۸۰ منطقه ویژه اقتصادی تا کنون در کشور ایجاد شده است که امروز حدود ۵۰ منطقه غیر فعال بوده و تنها تعداد محدودی از مناطق شامل ۳ منطقه (انرژی پارس، پتروشیمی بندر امام(ره) و لاوان) دارای عملکرد نسبتاً قابل قبول در صادرات، استقرار واحدهای تولیدی و جذب سرمایه هستند. علل ایجاد مناطق ویژه اقتصادی غیر فعال و ناموفق عبارتند از: تکیه بر ترجیحات محلی در فرایند تصویب مناطق، ناآشنایی تصمیم‌گیران با سایر ابزارهای قانونی توسعه و ظرفیت‌های منطقه متبوع بر اساس مطالعات آزمایش سرزمینی، عدم پذیرش مسئولیت سازمان منطقه توسط بخش‌های دولتی و خصوصی توانمند، عدم همکاری در تامین زیرساخت‌های مورد نیاز، عدم صرفه اقتصادی راه اندازی منطقه ویژه اقتصادی ویژه مصوب به دلیل مکان یابی نامناسب و دور افتادگی از صنایع وابسته و زیرساخت‌ها که همگی نشان از عدم شناسایی، اولویت بندی و دست بندی عوامل کلیدی موفقیت مناطق ویژه اقتصادی دارد [۱۰].

با توجه به اینکه مناطق ویژه اقتصادی ویژه در یک محیط رقابتی فعالیت می‌کنند، شناسایی عوامل اثرگذار بر رقابت پذیری برای ماندگاری و رشد در این محیط حیاتی به نظر می‌رسد.

۲- تاریخچه شکل‌گیری مناطق ویژه اقتصادی در ایران

الگوی موفق مناطق ویژه اقتصادی در کشور چین باعث شد تا خیلی دیگر از ملیت‌ها و کشورها از آسیا تا آمریکای لاتین، اروپا و آفریقا، برای دست‌یابی به مناطق ویژه اقتصادی اقدام نمایند تا از این طریق، سرمایه خارجی را جذب کنند، صادرات را افزایش دهند، ایجاد اشتغال نمایند، صنعت را به حرکت در بیاورند و زیر ساخت‌های موجود را ارتقاء دهند. کشور ایران به عنوان یک کشور آسیایی نیز دست به چنین اقدامی زد و ایجاد مناطق آزاد تجاری و مناطق ویژه اقتصادی را در برنامه‌های اقتصادی خود مورد اهتمام قرار داد. اندیشه تأسیس و راه اندازی مناطق آزاد در ایران در دهه ۱۳۳۰ شکل گرفت. در آن سال‌ها با توجه به وجود مشکلات ناشی از فقدان تسهیلات و تأسیسات مورد نیاز برای نگهداری کالاهای وارد شده به کشور، در بنادر جنوبی ضرورت ایجاد مناطق آزاد در کشور احساس می‌شد [۱]. همچنین ضربه پذیری اقتصاد ایران به علت متکی بودن بر نفت و نوسان‌های ارزی، این ضرورت را مضاعف کرد [۷]. با وقوع انقلاب اسلامی ایران، جزیره کیش به عنوان اولین منطقه تجارت آزاد ایران، تعیین و در سال ۱۳۶۸ براساس برنامه پنج ساله اول توسعه به دولت اجازه داده شده تا در سه نقطه مرزی کشور اقدام به تأسیس مناطق آزاد تجاری صنعتی کند. طبق بند «د» تبصره ۲۵ قانون برنامه دوم، شورای عالی ایجاد مناطق ویژه اقتصادی را تصویب کرد اما به علت مشکلات آیین نامه ای، نهایتاً قانون تشکیل و اداره مناطق ویژه اقتصادی تصویب شد. این قانون در جلسه علنی روز چهارشنبه مورخ ۱۳۸۴/۳/۱۱ مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۸۴/۹/۵ با اصلاحاتی در تبصره ماده ۱ و الحاق یک تبصره به آن و تبصره‌های ۱ و ۲ ماده ۳ و الحاق یک ماده به عنوان ماده ۲۴ به تصویب مجمع تشخیص مصلحت نظام رسیده است. طبق گزارش بانک جهانی، سه نوع اصلی از نظام‌های دسترسی صادرکنندگان ایرانی به نهاده‌های وارداتی بدون پرداخت حقوق گمرکی را فراهم می‌آورند: الف) استرداد حقوق گمرکی؛ ب) معافیت‌های گمرکی یا واردات سوخت و ج) مناطق آزاد: مناطقی هستند که در آنها هیچ کنترل گمرکی داخلی بر تجارت بین کشورهای خارجی و کارخانه‌ها و انبارهای داخلی این مناطق وجود ندارد. کنترل‌های گمرکی بر تجارت بین هر منطقه و بقیه اقتصاد داخلی اعمال می‌شود، این تعریف عمومی شامل مناطق ویژه اقتصادی در ایران نیز می‌شود [۲].



طبق گزارش بانک جهانی مناطق ویژه اقتصادی در ایران شبیه مناطق آزادند و فقط چهار تفاوت اساسی با آنها دارند: ۱. در مناطق ویژه اقتصادی تأمین اجتماعی و مقررات کار شبیه به سرزمین اصلی است درحالی که این قوانین در مناطق آزاد آسان ترند؛ ۲. مناطق آزاد مجاز به عمده فروشی و خرده فروشی هستند، اما مناطق ویژه فقط مجاز به عمده فروشی هستند؛ ۳. در مناطق ویژه اقتصادی فقط از خدمات بانکی و بیمه داخلی استفاده می‌شود، اما در مناطق آزاد تجاری، بانک‌های خارجی مجاز به ایجاد شعبه هستند و ۴. در مناطق ویژه قوانین ملی بر ثبت شرکت‌ها و حق مالکیت حاکم است، درحالی که در مناطق آزاد تجاری بنگاه‌ها مقررات خود را در این مناطق دارند. منطقه ویژه اقتصادی سلفچگان یکی از مناطقی است که براساس قانون مزبور شکل گرفت، این منطقه در محدوده ای به وسعت ۲۰۰۰ هکتار در ۱۸۵ کیلومتری تهران و در چهارراه جاده‌های ترانزیت مرکز سیاسی اقتصادی کشور واقع در جاده ابریشم، راه آهن سراسری و بزرگراه‌های اصلی شمال به جنوب و شرق به غرب ایران بوده و برای برقراری ارتباط با اروپا، کشورهای آسیای مرکزی و خلیج فارس، به منظور تولید، صادرات و ترانزیت کالا، موقعیتی ممتاز و منحصر به فرد دارد. طبیعی است چنین موقعیت ممتاز و منحصر به فردی با افزایش فعالیت‌های اقتصادی بر محیط اجتماعی مجاور نیز اثر خواهد گذاشت. [۸]

۳- اهمیت ایجاد مناطق آزاد و ویژه اقتصادی

حوزه فعالیت مناطق آزاد و ویژه اقتصادی مفاهیم زیادی را پوشش می‌دهد اعم از منطقه آزاد تجاری، منطقه پردازش صادرات، منطقه آزاد املاک صنعتی و بندر آزاد. اهمیت ایجاد مناطق آزاد از آن رو است که می‌توانند از راه‌های زیر به توسعه اقتصاد ملی یاری رسانند:

- الف) ارتقاء کیفی تولیدات داخلی به منظور صادرات،
 - ب) جریان توسعه در مناطق محروم مجاور مناطق آزاد را تسریع خواهد کرد؛ به این مفهوم که توسعه اقتصادی بلندمدت، همچون ظروف مرتبط سبب ایجاد فعالیت‌های جدید به ویژه در شهرهای اطراف مناطق آزاد ویژه می‌شود.
 - ج) برقراری ارتباط نظام مند بین اقتصاد ملی و جهانی
 - د) تأمین کمبودهای توسعه اقتصاد ملی.
- توجه به زیرساخت‌ها برای تشکیل و تأسیس هر منطقه آزاد و ویژه اقتصادی و تجاری از مهمترین مسائل استراتژیک به شمار می‌رود و در بین زیرساخت‌های مورد لزوم، تأمین منابع و حامل‌های انرژی از اهمیت بسزایی برخوردار است. از جمله این زیرساخت‌ها می‌توان، بندر، راه، فرودگاه، برق، آب شیرین، گاز، مخابرات، انبار، گمرک و دفاتر کار و هتل‌ها و سایر را ذکر کرد و همان گونه که مشاهده می‌شود در تمامی زیرساخت‌های ذکر شده برای تأسیس این گونه مناطق، حامل‌های انرژی در اولویت توجه قرار دارد. از جمله کشورهای موفق در مدیریت حامل‌های انرژی در مناطق آزاد تجاری می‌توان کشور استونی را نام برد. استونی دارای مناطق آزاد تجاری به نام‌های پالیدیسکی، موگا و سیلاما است. این مناطق به دلیل دارا بودن پارک‌های بادی، نیروگاه‌های برق آبی و سیکل ترکیبی و نیز شیل‌های نفتی به لحاظ تأمین انرژی کشور استونی در وضعیت مطلوبی واقع شده است. [۸]

۳-۱- امتیازات قانونی مناطق آزاد و ویژه ایران

دو قانون «چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری-صنعتی جمهوری اسلامی ایران» و قانون «تشکیل و اداره مناطق ویژه اقتصادی ایران» و آیین‌نامه‌های آن‌ها، مرجع اصلی کلیه امتیازات قانونی موجود در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی هستند. [۸]

مناطق ویژه اقتصادی ایران نیز دارای امتیازات قانونی هستند که در قانون تشکیل و اداره مناطق ویژه اقتصادی و آیین‌نامه اجرایی آن پیش بینی شده است. برخی از این قوانین به شرح زیر است:

- خارج از قلمرو داخلی گمرک و ورود و خروج کالا بدون رعایت مقررات عمومی صادرات و واردات
- معافیت از عوارض معمول کشور
- مستثنا بودن از قانون کار و تبعیت از مقررات اشتغال مناطق آزاد
- صدور مجوزهای اقتصادی توسط سازمان مسئول منطقه و کاهش مقررات دست و پاگیر اداری
- ورود بدون تشریفات درصدی از کالاهای تولید شده به نسبت ارزش افزوده داخلی

- اختیار استفاده و بهره برداری از اراضی دولتی (اراضی زمین شهری و منابع ملی) توسط سازمان مسئول دولتی
- ثبت شرکت‌ها و مالکیت‌های صنعتی و معنوی بر اساس مقررات مناطق آزاد

۴- چالش‌های مناطق ویژه اقتصادی در ایران

مناطق ویژه اقتصادی ایران نیز مانند مناطق آزاد دارای چالش‌ها و مشکلاتی در راه رسیدن به اهداف تعیین شده بوده اند که این موانع نیز می‌توانند در قالب چالش‌های مدیریتی و زیرساختی قرار گیرند. از جمله چالش‌های مدیریتی می‌توان به عدم نگاه جامع به موضوع مناطق ویژه اشاره کرد که در شرایطی که مناطق ویژه قبلی نتوانسته اند به اهداف تعیین شده دست یابند، باعث ایجاد مناطق ویژه جدید می‌شود. [۸]

مناطق ویژه کشور در حال حاضر هر کدام به دنبال جذب امتیازات قانونی بیشتر هستند تا از این طریق بتوانند جذابیت بیشتری برای سرمایه گذاری در این مناطق ایجاد کنند. این در حالی است که راه حل ایجاد پویایی و جذابیت سرمایه گذاری در این مناطق در اصلاح ساختارها و نگاه جامع سیاستی به مناطق است نه ایجاد امتیازات قانونی. امتیازات قانونی در شرایطی که هنوز زیرساخت‌های لازم فراهم نشده است تنها می‌تواند زمینه ایجاد رلنت جویی را افزایش دهد در حالی که اگر این امتیازات با زیرساخت‌های فراهم شده همراه باشد، می‌تواند نتایج درخشانی به همراه داشته باشد. [۸]

در این خصوص باید نقشه جامعی بر اساس مزیت‌ها و نقاط قوت مناطق مختلف کشور تهیه شده و مناطق ویژه در هر منطقه بر اساس نیازهای آن منطقه برنامه ریزی شود. بر اساس این زیرساخت‌های لازم برای امور تولیدی و بازرگانی مورد نیاز در هر منطقه با توجه به مزیت‌های منطقه مورد نظر باید فراهم شده و متناسب با نیازهای برآورده شده و زیرساخت‌های فراهم شده، قوانین و امتیازات تشویقی در نظر گرفته شود. برای مثال می‌توان معافیت‌های مالیاتی را برای صنایع مربوطه در نظر گرفت. [۸]

موضوع زیرساخت‌ها در رشد و گسترش مناطق از اهمیت به سزایی برخوردار است. در خصوص مناطق ویژه نیز تا کنون سیاست تأمین زیرساخت‌ها از محل درآمدهای منطقه در نظر گرفته شده است. این در حالی است که چنین سیاستی تنها می‌تواند منجر به تلاش مناطق برای کسب درآمد به هر طریق ممکن شود. در این خصوص دو نکته بسیار بااهمیت است، اول آنکه مناطق به لحاظ زیرساختی باید به گونه ای انتخاب شوند تا به بازارهای مصرف نزدیک بوده و از طرف دیگر امکانات مناسبی به لحاظ نزدیکی به شبکه راه‌های کشور داشته باشند. برخی از مناطق ویژه کشور در حال حاضر فاصله زیادی با بازارهای هدف خود دارند. برای مثال عمده فعالیت منطقه ویژه اقتصادی ارگ جدید خودروسازی است به طوری که در حال حاضر ۴ خودروساز در این منطقه مشغول به فعالیت هستند و این منطقه توسط بخش خصوصی اداره می‌شود. با این حال بر اساس اعلام مسئولان از جمله مشکلات موجود در منطقه دوری از مراکز شهری مهم است به طوری که این منطقه کویری بوده و بیش از هزار کیلومتر از تهران دور است، از همین رو دارایی‌های ثابت ارزش افزوده چندانی نخواهند داشت و نبود جذابیت باعث می‌شود کمتر سرمایه گذاری حاضر به سرمایه گذاری در این منطقه باشد. این در حالی است که اگر منطقه ویژه ای با تأکید بر فعالیت خودروسازی و نزدیک به مراکز مهم بازار مصرف تأسیس شود، می‌تواند ضمن فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب به لحاظ راه‌های ارتباطی و غیره، شرایط مناسبی را برای فعالیت صنایع پسین و پیشین خودروسازی ایجاد کند. [۸]

در حال حاضر مناطق ویژه کشور از برخی چالش‌های قانونی نیز رنج می‌برند، برای مثال ماده (۱۱) قانون مناطق ویژه که مربوط به چگونگی معافیت حقوق ورودی بر اساس ارزش افزوده ایجاد شده در مناطق است نیز مانند مناطق آزاد به درستی اجرا نشده و استنباط متفاوت گمرک در این زمینه عملاً تشویقی که مورد نظر این ماده قانونی برای تولید کنندگان در مناطق آزاد بوده را بی اثر ساخته است. [۸]

در ادبیات بین المللی اقتصادی و گزارش‌های سازمان‌ها و مجامع بین المللی درمورد علل ناکامی بعضی از مناطق آزاد، عوامل متعددی را فهرست می‌کنند که عوامل زیر از جمله مهمترین آن شمرده می‌شود:

۱. مکان یابی نادرست
۲. فضای نامساعد برای جذب سرمایه خارجی
۳. بی ثباتی سیاسی و ضعف قدرت مرکزی در اتخاذ تصمیم‌های اساسی

مهندسی صنایع، بهره‌وری و کیفیت | گرجستان

۴. ضعف مدیریت منطقه آزاد (وجود بوروکراسی، فسادمالی، تورم کارمند، دخالت‌های بی مورد عوامل خارج از منطقه آزاد، وجود قوانین و مقررات دست و پا گیر و ...)
 ۵. کمبود آموزش نیروی کار و بازده اندک نیروی انسانی (گرانی نیروی کار)
 ۶. هزینه تأسیسات زیربنایی و سرمایه گذاری‌های بی مورد
 ۷. ضعف تعمیر و نگهداری تأسیسات و امکانات زیربنایی و ناکارایی عملیاتی
 ۸. کمبود امکانات مالی و نقدینگی
 ۹. کمبود ارتباطات و ضعف خدمات دهی و خدمات رسانی
 ۱۰. بالاخره ناآگاهی از اینکه سرمایه خارجی فاقد ملیت است و به مجرد احساس ناامنی و کم بازدهی، منطقه آزاد را ترک خواهد نمود و به فضای امن تری نقل مکان خواهد کرد.
- چالش‌هایی که در این قسمت از آنها نام برده شد کم و بیش بر سر راه موفقیت مناطق آزاد و ویژه نیز وجود دارند. مناطق ویژه ایران نیز مانند مناطق آزاد پیش از تأمین زیرساخت‌های لازم تأسیس شده اند. همچنین مشکلاتی مانند عدم وجود مشوق‌های کافی برای سرمایه گذاری خارجی در خصوص این مناطق نیز وجود دارد [۸].

۵- مفهوم رقابت‌پذیری در سازمان

تا پیش از دهه‌های (۱۹۸۰-۱۹۷۰) چنین تصور می‌شد که می‌توان با اتکاء صرف به شاخص‌های کلان از جمله نرخ رشد اقتصادی، درآمد سرانه، نرخ تورم، بیکاری، تراز تجاری و ... در خصوص توانمندی یک اقتصاد ملی و مقایسه کشورها با یکدیگر قضاوت نمود، اما به مرور زمان ضعف شاخص‌های کلان برای نمایش واقعیت‌های پیچیده درون اقتصادها روشن شد. از این رو، هم مدیران کسب و کار داخلی و هم مجامع بین المللی در جستجوی نماگرهای دیگری بودند که بتوانند قوت و ضعف اقتصادی کشورها را نسبت به یکدیگر و به نحو جامع تری مقایسه نمایند. [۱۴]

مفهوم رقابت‌پذیری که در سیر تکامل نظریه‌های مزیت و به ویژه مزیت رقابتی قرار دارد از جنبه‌های خرد و کلان قابل بررسی است. از بعد کلان این مفهوم در بعد اقتصاد ملی مطرح می‌شود، اما مفهوم خرد رقابت‌پذیری گسترده تر از مفهوم کلان آن بوده و مشتمل بر خصوصیات اساسی تولیدکنندگان در زمینه رقابت در سهم بازار، سود حاصل از تولید و صادرات می‌باشد. [۱۴]

سنجش رقابت‌پذیری در سطح کلان توسط بنیاد مدیریت توسعه و مجمع جهانی اقتصاد مطرح می‌شود و رویکرد خرد در مفهوم رقابت‌پذیری توسط سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه (OECD) بکار گرفته شده است. هر یک از سازمان‌های فوق به تعاریفی از رقابت‌پذیری پرداخته و محاسباتی نیز بر اساس تعاریف صورت گرفته انجام داده اند. از دیدگاه مجمع جهانی اقتصاد تعاریف ذیل برای رقابت‌پذیری ارائه شده است:

- رقابت‌پذیری توانایی اقتصاد ملی در پایداری رشد یا حفظ استاندارد زندگی (درآمد سرانه) است.
- توانایی یک کشور در بدست آوردن رشد پایدار تولید پایدار ناخالص داخلی سرانه
- مجموعه ای از نهادها، سیاست‌ها و عوامل که سطح بهره‌وری یک کشور را تعیین می‌کنند و بهره‌وری تعیین کننده رشد درآمد سرانه آن کشور است [۱۴].

بنیاد مدیریت توسعه در تعریفی آورده است که رقابت‌پذیری حوزه ای از اقتصاد است که به تحلیل عوامل و سیاست‌هایی می‌پردازد که شکل دهنده توان ملل در ایجاد و نگهداری محیط بوده و منجر به ایجاد ارزش بیشتر در محیط کسب و کار و موفقیت بیشتر مردم می‌شود. [۳]

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (۱۹۹۶) معتقد است رقابت‌پذیری عبارت است از سطحی از تولید کالا و خدمات کشور که در شرایط بازار آزاد بتواند تقاضای بازارهای جهانی را جذب کند و سطوح مختلف این تقاضا را برآورده سازد و درعین حال به این وسیله درآمد واقعی شهروندان را در بلندمدت افزایش دهد. این سازمان در تعریف دیگر عنوان می‌کند که رقابت‌پذیری

مهندسی صنایع، بهره‌وری و کیفیت | گرجستان

درجه ای از وضعیت بازار باز است که یک کشور می‌تواند به تولید کالا و خدمات بپردازد در حالی که رقبای خارجی را کنار خود حس می‌کند و همزمان بتواند درآمد واقعی داخلی خود را افزایش دهد. [۳]

چنانچه ملاحظه می‌شود تعاریف صورت گرفته از رقابت‌پذیری با رویکرد خرد به بحث رقابت بین بنگاه‌های داخلی و خارجی برای کسب سهم بیشتر از بازار داخلی و خارجی تأکید دارد حال آنکه در تعاریف با رویکرد کلان به ایجاد محیط رقابتی اشاره می‌شود که در راستای تعریف صورت گرفته از مزیت رقابتی است. خلق مزیت رقابتی توسط بنگاه‌های داخلی براساس نگاه فرایندی به رقابت به معنای معرفی روش‌ها و محصولات جدید همراه با کاهش هزینه‌ها در تولید مرتبط بوده و ارتقاء بهره‌وری را دنبال می‌کند [۳].

۵-۱- رقابت‌پذیری سازمان

رقابت‌پذیری سازمانی به این موضوع اشاره دارد که چگونه یک سازمان توانایی‌ها و منابع داخلی خود را با تغییرات خارجی مطابقت می‌دهد. رقابت‌پذیری زمانی می‌تواند افزایش یابد که از منابع به گونه‌ای استفاده شود که به طور مستقیم یا غیر مستقیم رقابت را برای سایر شرکت‌ها سخت‌تر کند [۱۲]. طبق تعریف، رقابت‌پذیری سازمانی همه چیز درباره مزایای سازمان‌هاست که به آن‌ها اجازه می‌دهد بهتر از رقبای خود عمل کنند. رقابت سازمانی را می‌توان به روش‌های مختلف اندازه‌گیری کرد. این مفهوم مهم هم با شاخص‌های مالی و هم با شاخص‌های غیرمالی سنجیده می‌شود. شاخص‌های مالی رقابت‌پذیری شامل رشد فروش، سودآوری و سهم بازار است؛ با وجود این، مفهوم رقابت‌پذیری سازمانی دارای ماهیتی بلند مدت است، در حالی که شاخص‌های مالی تمایل به کوتاه مدت بودن دارند. برای مثال، رشد فروش، سودآوری و سهم بازار سازمان‌ها می‌تواند در طول زمان نوسانات زیادی داشته باشد. برای غلبه بر محدودیت‌های اقدامات مالی، استفاده از معیارهای بازاریابی مانند شهرت برند، وفاداری مشتری و وفاداری کارکنان پیشنهاد شده است. این شاخص‌های غیرمالی با ماهیت بلند مدت رقابت‌پذیری سازمانی نسبتاً سازگارتر از شاخص‌های مالی هستند [۱۳].

رقابت‌پذیری وسیله‌ای برای دستیابی به رشد اقتصادی مطلوب و توسعه پایدار است. وجه تمایز بسیاری از سازمان‌های موفق از دیگر سازمان‌ها، برخورداری از قدرت رقابت‌پذیری عنوان شده است. افزایش سطح رقابت در دو دهه گذشته برای سازمان‌هایی که این مفهوم را نادیده گرفته‌اند، مشکلاتی از قبیل کاهش سود و از دست دادن سهم بازار را به همراه داشته است [۵]. برخی از پژوهشگران معتقدند توانایی متقاعد کردن مشتری برای انتخاب محصولات یا خدمات شرکت در برابر رقیب، زمینه‌ساز افزایش سطح رقابت‌پذیری است. این دیدگاه اذعان دارد که این توانایی در بهبود مستمر فرایندهای شرکت به ارائه محصولات یا خدمات بهتر و در نتیجه سطح رقابت‌پذیری بالاتر منتهی خواهد شد [۹].

امروزه در بسیاری از متون، ابعاد فرایندی رقابت‌پذیری شامل نزدیکی به مشتری، راهبرد سرمایه‌گذاری، تجاری‌سازی فناوری و نگرش مدیریت به درونی‌سازی در نظر گرفته می‌شود. بهبود رقابت ممکن است به عنوان هدفی بلند مدت، با افزایش وفاداری مشتری، مشتریان جدید و افزایش تصویر و شهرت سازمان آشکار شود. از طرفی، برای رقابتی بودن، شرکت باید دانش خاصی را جذب کند و نیازهای مشتری را درک کند [۱۱].

در ابعاد گسترده‌تر، رقابت‌پذیری شامل شایستگی‌ها و توانمندی‌هایی است یک کسب و کار، صنعت، منطقه یا کشور دارد و می‌تواند از آن‌ها محافظت کند تا در عرصه رقابت بین المللی در مؤلفه‌های تولید، نرخ بازگشت بالایی ایجاد کند و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتاً مطلوبی قرار دهد. به عبارت دیگر، رقابت‌پذیری به معنای توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد افزوده و ماندن در صحنه رقابت عادلانه و بین المللی برای یک دوره طولانی مدت است [۴]. واژه رقابت‌پذیری را می‌توان در دو بعد خرد و کلان استفاده کرد.

۵-۲- مؤلفه‌های تأثیر گذار در رقابت‌پذیری سازمان

کارشناسان اقتصادی، عوامل متعددی را در رقابت‌پذیری مؤثر می‌دانند. در گزارش سال جاری «مجمع جهانی اقتصاد» به ۱۲ عامل مهم اشاره شده است که هر یک از این عوامل به نوبه خود به زیربخش‌های متعدد دیگری تقسیم می‌شوند [۶]:

• نهادها

نهادهای سازمان‌ها یا تشکیلات اداری موجود در هر کشور، چارچوب‌ها یا محدوده‌های خاصی محسوب می‌شوند که در درون آن‌ها افراد، شرکت‌ها و دولت‌ها با یکدیگر ارتباط یا تعامل برقرار می‌کنند تا بتوانند برای اقتصاد کشور درآمد یا ثروت تولید نمایند. [۶]

• زیرساخت‌ها

بررسی‌های انجام شده ثابت کرده است که وجود زیرساخت‌های گسترده و کارآمد، نیروی محرکه رقابت‌پذیری است و بدون ایجاد این زیرساخت‌ها نمی‌توان در عرصه رقابت پذیر کردن اقتصاد به موفقیت دست یافت. از جمله این زیرساخت‌ها می‌توان به برخورداری یک کشور از شبکه کارآمد حمل و نقل، نیروی متخصص، مناسب بودن کیفیت جاده‌ها و شاهراه‌ها، خطوط راه آهن مدرن، بنادر مجهز و خطوط هوایی منظم اشاره کرد به گونه‌ای که صادر کنندگان بتوانند کالاهای خود را به موقع و با اطمینان خاطر به بازارهای هدف عرضه نمایند. این قبیل زیرساخت‌ها امکان نقل و انتقال نیروی کار را به مشاغل مناسب فراهم می‌کند. [۶]

• ثبات اقتصادی در سطح کلان

هنگامی که در یک کشور نرخ تورم بالا یا خارج از کنترل است، شرکت‌ها یا بنگاه‌های اقتصادی نمی‌توانند تصمیمات آگاهانه، منطقی یا خردمندانه‌ای اتخاذ کنند. اگر نرخ بهره بالا باشد یا دولت‌ها بابت بدهی‌های گذشته خود ناگزیر به تحمل بهره‌های گزافی باشند، قادر نخواهند بود که تسهیلات مناسبی در اختیار واحدهای تولیدی، صادر کنندگان یا مؤسسات تجاری قرار دهند. کشورهایی که اقتصاد کلان آن‌ها دستخوش عدم ثبات است، از لحاظ رقابت‌پذیری در موقعیت مطلوبی قرار ندارند. [۶]

• بهداشت و آموزش‌های اولیه

برخورداری یک کشور از نیروی کار سالم و تندرست در رقابت‌پذیری و بهره‌وری نقش حیاتی دارد. نیروی کار بیمار نمی‌تواند وظایف خود را به درستی انجام دهد یا از توانمندی‌های خود به طور کامل استفاده کند، به همین سبب بازده اقتصادی کمتری دارد. سرمایه‌گذاری غیرمکفی در بخش بهداشت، هزینه‌های هنگفتی به بخش تجارت (و به طور کلی اقتصاد کشور) تحمیل می‌کند. [۶]

• تحصیلات عالی و کارآموزی

کیفیت تحصیلات عالی در هر کشور و آموزش‌هایی که به افراد داده می‌شود در رقابت‌پذیری اقتصاد تأثیر قاطع دارد و تردیدی نیست که اگر نیروی کار از تخصص یا آموزش‌های اساسی برخوردار نباشد، با تحصیلات عالی در یک کشور از کیفیت مطلوب برخوردار نبوده و با استانداردهای بین المللی منطبق نباشد، بنگاه‌های اقتصادی قادر به اصلاح و بهبود فرآیندهای تولید و گذار از مرحله تولید کالاهای ساده به کالاهای پیچیده و مبتنی بر فناوری پیشرفته نخواهند بود. [۶]

• کارآمدی بازار کالا

کشورهایی که از بازار کالای کارآمدی برخوردار هستند، به خوبی قادرند که از «آمیزه تولید کالاها و خدمات» به بهترین نحو بهره‌برداری نمایند. تولید کالای مناسب با قیمت و کیفیت مناسب، منطبق با نیاز مصرف‌کننده، امکان راه‌یابی به بازارهای فروش در داخل و خارج را فراهم می‌کند. این کشورها صرفاً تولیدکننده یک یا چند نوع محصول مشخص نیستند، بلکه می‌توانند خطوط تولید خود را متناسب با تحول در بازار تغییر دهند، ویژگی‌های کالاهای موجود را تغییر داده یا به تولید کالاهای جدیدی مبادرت نمایند و چرخه حیات کالاهای خود را افزایش یا ماندگاری آن‌ها را بیشتر کنند. [۶]

• کارآمدی بازار کار

اگر بازار کار در یک کشور از انعطاف و کارایی لازم برخوردار باشد، می‌توان اطمینان حاصل کرد که اقتصاد آن کشور از وجود این نیرو به کارآمدترین شکل ممکن استفاده خواهد کرد. مشوق‌هایی که به نیروی کار داده می‌شود باید با نوع شغل و درجه کارایی افراد متناسب باشد. [۶]

مهندسی صنایع، بهره‌وری و کیفیت | گرجستان

• پیچیدگی بازار مالی

کشورها به بازارهای مالی پیشرفته و پیچیده نیاز دارند، به گونه‌ای که بخش خصوصی بتواند برای سرمایه‌گذاری از منابع متعدد و ابزارهای گوناگون استفاده کند و برای تأمین نیازهای خود، صرفاً به منابع بانکی متکی نباشد. البته وجود یک سیستم بانکی کارآمد که از یک خط مشی پولی سالم تبعیت می‌کند، لازمه رقابت پذیر کردن اقتصاد است. [۶]

• سطح آمادگی تکنولوژیکی

ارزیابی سطح آمادگی تکنولوژیکی یک کشور در تشخیص درجه رقابت‌پذیری آن کشور اهمیت زیادی دارد. معیارهای متعددی برای تعیین سطح آمادگی تکنولوژیکی یک کشور وجود دارد. هنگامی که یک فناوری برای نخستین بار ابداع می‌شود، بلافاصله قابلیت کاربرد ندارد؛ بلکه باید از طریق تجربه، آزمون‌های واقعی و روش‌های دیگر اجرایی کردن آن را محقق ساخت. پایین‌ترین سطح آمادگی تکنولوژیکی با پژوهش‌های عملی آغاز می‌شود، این پژوهش‌ها باید به تحقیقات کاربردی و توسعه‌ای تبدیل شوند. [۶]

• اندازه بازار

اندازه یک بازار در بهره‌وری تأثیر به‌سزایی دارد، زیرا هر چه بازاری که در دسترس یک شرکت قرار دارد، گسترده‌تر یا بزرگ‌تر باشد، آن شرکت بهتر می‌تواند از مزایای تولید انبوه بهره‌مند شود. گستردگی بازارها در رقابت‌پذیری تأثیر بسزایی دارند، زیرا امکان استفاده از «اقتصاد مقیاس» را فراهم می‌سازند. برای شرکت‌هایی که در قلمروی یک کشور فعالیت دارند، برخورداری از تقاضای بالا جهت فروش محصول، واجد اهمیت زیادی است. [۶]

• تخصصی شدن تجارت

در دنیای امروز، تجارت بیش از پیش تخصصی شده و با روش‌های ساده نمی‌توان به اهداف بزرگ تجاری دست یافت. هنگامی که عرضه‌کنندگان یک کالا یا فعالان یک بخش خاص اقتصادی از لحاظ جغرافیایی به یکدیگر نزدیک شده و به ایجاد یک «خوشه صادراتی» اقدام می‌کنند، کارایی آن‌ها افزایش می‌یابد و فرصت‌های بیشتری برای «نوآوری در محصول» یا فرآیند تولید در اختیار آنان قرار می‌گیرد و موانعی که در راه ورود به بازار، برای شرکت‌های نوپای عضو خوشه‌های صادراتی وجود دارد، کاهش می‌یابد که نتیجه آن افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای هدف است. [۶]

• نوآوری

نوآوری در اقتصاد عبارتست از ایجاد تحولی است که به افزایش ارزش از دیدگاه تولیدکننده یا مصرف‌کننده منجر شود. هدف از نوآوری ایجاد تغییرات مثبت در جهت بهینه‌کردن کالاها، ایجاد تهسیل در زندگی، دستیابی به رفاه و نظایر آنست. از آنجا که نوآوری به افزایش بهره‌وری منجر می‌شود، رقابت‌پذیری را ارتقاء می‌بخشد که نتیجه آن افزایش درآمد و ثروت جامعه است. [۶]

نوآوری نه تنها در برگرفته‌های نوآوری‌های تکنولوژیکی است و به تزریق کالاها و خدمات جدید به درون اقتصاد منجر می‌شود، بلکه شامل سایر اشکال نوآوری مانند نوآوری‌های سازمانی نیز می‌شود که ماهیتی غیرتکنولوژیک دارند. نوآوری‌های اخیر مشتمل بر معرفی روش‌های جدید مدیریتی، تکنیک‌های نوین بازاریابی، به کارگیری تدارکات لجستیکی و نظایر آن‌هاست. [۶]

۶- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر فلسفه پژوهش، پژوهشی کمی با رویکرد قیاسی می‌باشد و از نظر هدف نیز تحقیقی کاربردی است. از آنجا که شاخص‌های مورد مطالعه بطور دقیقی وجود ندارند پژوهش ماهیتی اکتشافی دارد. همچنین برای گردآوری شاخص‌ها از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و مصاحبه با ۷ نفر از اساتید دانشگاهی، مدیران با تجربه در مناطق ویژه اقتصادی، و کارشناسان با تجربه مناطق ویژه اقتصادی استفاده شده است علاوه جهت دسته‌بندی شاخص‌ها از نظرات یک نفر از خبرگان بهره‌گرفته شده است و با مقایسه نظر خبره با آراء محققین و محاسبه ضریب کاپای کوهن (۰.۷۸۵) دسته‌بندی شاخص‌ها مورد تأیید قرار گرفته است.

مهندسی صنایع، بهره‌وری و کیفیت | گرجستان

۷- یافته های تحقیق

در این پژوهش مولفه‌های تأثیر گذار در رقابت‌پذیری از جمله نهادها، زیرساخت‌ها، ثبات اقتصادی در سطح کلان، بهداشت و آموزش‌های اولیه، تحصیلات عالیه و کارآموزی، کارآمدی بازار کالا، کارآمدی بازار کار، پیچیدگی بازار مالی، سطح آمادگی تکنولوژیکی اندازه بازار، تخصصی شدن تجارت و نوآوری مورد بررسی قرار گرفته است. جهت دستیابی به مولفه های رقابت پذیری در گام نخست به ادبیات موضوع و منابع تحقیق مراجعه شده و به واسطه بررسی آنها، شاخص ها و مولفه های رقابت پذیری شناسایی و استخراج گردیده اند. با توجه به اینکه شاخص ها عمومی بوده و رقابت پذیری را در بخش های مختلف گزارش نموده اند، در ادامه به ۷ نفر از خبرگان آشنا به موضوع مراجعه شده و طی نظرسنجی از آنها، موضوع تعدیل شاخص ها متناسب با مناطق ویژه اقتصادی پیگیری شده است. نتایج شاخص ها و دسته بندی آنها در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱- عوامل اثر گذار بر مزیت رقابتی مناطق ویژه اقتصادی

ردیف	شاخص ها	منابع و مآخذ	دسته/گروه
۱	میزان قدرت حمایت از سرمایه‌گذاران	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	عوامل مالی و اقتصادی
۲	میزان هزینه تمام شده خدمات	(جعفرتاش امیری و همکاران، ۱۳۹۴)	
۳	میزان توسعه بازار مالی	(رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	
۴	نظام مدیریت مالی	(بیکی و همکاران، ۱۴۰۲)	
۵	میزان تامین مالی از بازار سرمایه داخلی	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، (رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	
۶	میزان ایجاد ارزش افزوده	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	
۷	میزان سرمایه در گردش	(شاکری و همکاران، ۱۳۹۴)	
۸	میزان رشد اقتصادی منطقه ویژه اقتصادی	مصاحبه با خبرگان	
۹	میزان هزینه تمام شده کالاها	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	
۱۰	تعرفه های تجاری خدمات و کالاها	(میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	
۱۱	میزان دسترسی به سرمایه	(میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	
۱۲	پیشرفته بودن فرآیند تولید	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	
۱۳	میزان رقابت پذیری داخلی	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	عوامل سازمانی و مدیریتی
۱۴	برخوردار ی از نظام های کسب و کار	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	
۱۵	میزان مشتری مداری	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	
۱۶	ساختار سازمانی منطقه ویژه اقتصادی	(رضوانی و همکارانش، ۱۳۹۵)	
۱۷	ساختار خدمات منطقه ویژه اقتصادی	(رضوانی و همکارانش، ۱۳۹۵)	
۱۸	فناوری تولید	(رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)	
۱۹	میزان توانایی نوآوری	(بیکی و همکاران، ۱۴۰۲)، (رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)، (شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)، (بافنده ایمان دوست و همکاران، ۱۳۹۶)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	
۲۰	میزان پویایی کسب و کار	(بیکی و همکاران، ۱۴۰۲)	
۲۱	میزان تغییرات ساختاری و مدیریتی	(شاکری و همکاران، ۱۳۹۴)	
۲۲	میزان دسترسی به فناوری اطلاعات	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، بیکی و همکاران، ۱۴۰۲	
۲۳	دانش بازاریابی بین الملل	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	
۲۴	برنامه های عملیاتی مناطق آزاد تجاری-صنعتی	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، رفاع کهریز و همکاران، (۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	
۲۵	میزان ریسک پذیری مدیران	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	

	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان حرفه ای بودن مدیران	۲۶
	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، رفاح کهریز و همکاران، (۱۳۹۸)، میراحسنی و همکاران، (۱۳۹۲)	مدیریت دانش سازمانی	۲۷
	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان توانایی حذف موانع تجاری	۲۸
	مصاحبه باخبرگان	میزان سرمایه های ارتباطی مدیران ارشد منطقه اقتصادی	۲۹
	مصاحبه باخبرگان	برندسازمانی	۳۰
	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، رفاح کهریز و همکاران، (۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	مسائل نظام مدیریتی و الزامات اداری	۳۱
	مصاحبه باخبرگان	میزان جلب حمایت های دولتی	۳۲
	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	دسترسی به امکانات توزیع بین المللی	۳۳
	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان کیفیت زیرساختهای حمل و نقل	۳۴
عوامل حقوقی و زیر ساختی	(میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	میزان تاثیر محدودکننده قوانین کسب و کار	۳۵
	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان دانش فنی توزیع کنندگان	۳۶
	مصاحبه باخبرگان	رویکرد منطقه ویژه اقتصادی در تولید محتوا و تبلیغات	۳۷
	(بیکی و همکاران، ۱۴۰۲)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)، (رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)	زیر ساخت فنی	۳۸
	(بیکی و همکاران، ۱۴۰۲)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)، (رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)	زیر ساخت حقوقی	۳۹
	مصاحبه باخبرگان	میزان دسترسی به منابع آب و انرژی	۴۰
	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	میزان مالکیت خارجی	۴۱
	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان آموزش کارکنان	۴۲
	(بیکی و همکاران، ۱۴۰۲)	سرمایه های انسانی	۴۳
عوامل انسانی	(بیکی و همکاران، ۱۴۰۲)، (رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)، (شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان مهارت های کارکنان و مدیران	۴۴
	مصاحبه باخبرگان	میزان نزدیکی و دسترسی به مراکز مهم جمعیتی و نیروی کار متخصص و ارزان	۴۵
	مصاحبه باخبرگان	میزان نزدیکی به مراکز صنعتی و علمی و دانشگاهی	۴۶
موقعیت مکانی منطقه	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، یکی و همکاران، (۱۴۰۲)، (رفاح کهریز و همکاران، ۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)، (شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان همراهی سازمان های همکار	۴۷
	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، رفاح کهریز و همکاران، (۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، ۱۳۹۲)	مزایای ناشی از تمرکز جغرافیایی فعالیت	۴۸
	(جعفرتاش امیری همکاران، ۱۳۹۴)	آب و هوا منطقه ویژه اقتصادی	۴۹
عوامل محیطی	(جعفرتاش امیری و همکاران، ۱۳۹۴)	پیوندهای قومی و مذهبی	۵۰
	مصاحبه باخبرگان	میزان نزدیکی به بازار مصرف (خارجی)	۵۱
عوامل بازار	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان دانش تخصصی خریداران	۵۲
	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	تعداد و تنوع عرضه کنندگان داخلی	۵۳
	(شفیعی و همکارانش، ۱۳۹۸)	میزان کیفیت عرضه کنندگان داخلی	۵۴

۵۵	میزان در دسترس بودن اطلاعات بازار کسب و کار	شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)، بیکی و همکاران، (۱۴۰۲)، (رفاح کهریز و همکاران، (۱۳۹۸)، (میراحسنی و همکاران، (۱۳۹۲)
۵۶	میزان نفوذ در بازار	(شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)
۵۷	میزان مشوق هاومعافیت ها	مصاحبه باخبرگان
۵۸	بازار محصول	رفاح کهریز و همکاران، (۱۳۹۸)، میراحسنی و همکاران، (۲۰۱۳)، (بیکی و همکاران، (۱۴۰۲)، (شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)
۵۹	اندازه بازار	رفاح کهریز و همکاران، (۱۳۹۸)، میراحسنی و همکاران، (۲۰۱۳)، (بیکی و همکاران، (۱۴۰۲)، (شفیعی و همکارانش، (۱۳۹۸)

۸- نتیجه گیری

بدون شک رقابت پذیری یکی از مهم ترین عوامل موفقیت مناطق ویژه اقتصادی محسوب می شود که برای رشد اقتصادی کشورها بسیار موثر است و این مسئله باید به عنوان یک اولویت مدیریتی در نظر گرفته شود. این پژوهش با روشی مناسب به دنبال یافتن مهم ترین عوامل رقابت پذیری در مناطق ویژه اقتصادی در کشور با توجه به دسته بندی آنها به چندین عامل موثر است. باتوجه به اینکه در کشور اغلب مناطق ویژه اقتصادی به صورت نا کارآمد فعالیت می کنند و یا حتی بعضی از آنها عملاً فعالیتی انجام نمی دهند، بنابراین پیشنهاد می گردد برای ایجاد یک منطقه ویژه اقتصادی کارآمد که بتواند در بلند مدت به فعالیت های خود به صورت پویا ادامه دهد بهتر است نگاهی دقیق و موشکافانه به عوامل رقابت پذیری در مناطق ویژه اقتصادی داشته باشیم و بر اساس نقاط ضعف و قوت خود این عوامل را رتبه بندی کرده و وضعیت خود را در هر یکی از این عوامل بسنجیم و در هر یک از عوامل که ضعیف هستیم خود را تقویت نماییم. نتایج این پژوهش مبین آن است که ۵۹ عامل از عوامل رقابت پذیری در مناطق ویژه اقتصادی شامل ۷ مولفه اصلی: عوامل مالی واقتصادی، عوامل سازمانی و مدیریتی، عوامل حقوقی و زیر ساختی، عوامل انسانی، موقعیت مکانی منطقه، عوامل بازار و عوامل محیطی جزء عوامل اثر گذار بر مزیت رقابتی مناطق ویژه اقتصادی می باشند.

منابع و مراجع

- [۱] اسفندیاری، علی اصغر؛ سمیره مقدس حسین زاده، مجید دلاوری، ۱۳۸۷، ارزیابی عملکرد مناطق آزاد تجاری ایران و تأثیر آن در توسعه اقتصادی این مناطق، مجله پژوهشنامه اقتصادی، ۲۸، ۱۱۹-۱۴۶.
- [۲] بانک جهانی، ۱۳۸۳، اقتصاد و بازرگانی ایران، بررسی نظام صادراتی ایران، ترجمه محمد زاغیان، اقتصاد تازه‌های اقتصاد. ۳۰.
- [۳] جانی، سیاوش، ۱۳۹۰، عوامل موثر بر رقابت‌پذیری در ایران و کشورهای جنوب غرب آسیا، فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، سال نوزدهم، شماره ۵۸، ص ۱۹۰-۱۵۹.
- [۴] خدامرادی، سعید؛ جمالی، علی؛ ابراهیمی، عباس و افخمی، عادل، ۱۳۹۰، مدلی برای بررسی رقابت‌پذیری صنایع با استفاده از مدل پنج نیروی پورتر بر اساس منطق فازی: به کارگیری شاخص انحصارسنجی هریشمن-هرفیندال. فصلنامه پژوهشی بازرگانی، ۱۵(۶۰)، ۱۳۴-۱۰۱.
- [۵] فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردنائیج، اسداله؛ زارعی، عظیم و دهقانی سلطانی، مهدی، ۱۳۹۶، بررسی تأثیر عملکرد برند بر رقابت‌پذیری برند با تبیین نقش میانجی فرصت طلبی فناورانه. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۱۰(۳۵)، ۱۸۲-۱۵۹.
- [۶] فروزنده دهکردی، لطف اله؛ رحیمی کلور، حسین، ۱۳۸۹، الزامات رقابت‌پذیری در بخش‌های صنعت و تجارت (با تأکید بر تجربیات داخل کشور)، راهبرد توسعه، شماره ۲۲.
- [۷] کامران، حسن، ۱۳۸۱، علل توسعه نیافتگی مناطق آزاد ایران، تحقیقات جغرافیایی، ۶۶، ۶۵.
- [۸] کاویانی، زهرا، ۱۳۹۰، با نمایندگان مردم در مجلس نهم ۲۰ مناطق آزاد و ویژه اقتصادی (کارکردها، چالش‌ها و الزامات)، دفتر مطالعات اقتصادی
- [۹] مهرگان، محمدرضا؛ صفری، حسین و اصغری زاده، عزت الله، ۱۳۸۹، اندازه‌گیری توان رقابتی پتروشیمی‌متانول با استفاده از سیستم فازی. مدیریت بازرگانی، ۲(۴)، ۱۸۴-۱۶۵.
- [۱۰] نشریه گزارش‌های کارشناسی (مرکز پژوهش‌ها-مجلس شورای اسلامی)- سال ۱۴۰۰
- [11] Karman, A., & Savanevičienė, A. (2021). Enhancing dynamic capabilities to improve sustainable competitiveness: insights from research on organisations of the Baltic region. *Baltic Journal of Management*, 16(2), 318-341.
- [12] Salem, M. A. (2019). Structural equation modelling of the impact of environmental capabilities on competitiveness. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- [13] Sukumar, A., Jafari-Sadeghi, V., Garcia-Perez, A., & Dutta, D. K. (2020). The potential link between corporate innovations and corporate competitiveness: evidence from IT firms in the UK. *Journal of Knowledge Management*, 24(5), 965-983.
- [14] World Economic Forum, Global Competitiveness Report 2007-2011.

Identifying factors affecting the competitive advantage of special economic zones

Dr. Hossein Vahidi

Corresponding author: Assistant Professor, Department of Industrial Engineering, Faculty of Industrial Engineering, Malik Ashtar University of Technology, Isfahan, Iran

Mahmoud Moezni

Master's student in Industrial Engineering, Malik Ashtar University of Technology, Isfahan, Iran

Dr. OmolbaninYousefi

Assistant Professor, Department of Industrial Engineering, Malik Ashtar University of Technology, Isfahan, Iran

Abstract

Competitiveness, which is presented in the development process of the theories of advantage and evolution in the concept of competition, emphasizes the continuous growth of productivity and per capita income in the process of domestic and international competition. During the last two decades, managers have witnessed a period of tremendous global changes due to advances in technology, globalization of markets, and new economic and political conditions with the creation and development of special economic zones. The present study identifies the factors affecting the competitive advantage of special economic zones in the country. This research is one of the few researches. The statistical population of this research is a number of professors of Malik Ashtar University of Technology, Isfahan, experts of Garmsar and Semnan special economic zones, and experts of Danesh Banyan Aircraft Manufacturing Company of Iran, which is responsible for the creation of Shahin Shahr special economic zone. The information of this research was based on the search in articles and researches published in the last few years, as well as field interviews with experts in this field. The results of this research show that 59 factors play a role in the competitiveness of special economic zones. which have been identified in the form of 7 main components including financial and economic factors, organizational and managerial factors, legal and infrastructure factors, human factors, regional location, market factors and environmental factors.

key words: Free zones, special economic zone, competitiveness, competitive advantage.