آینده فرصت های کارآفرینی در حوزه زمین گردی مطالعه موردی؛ منطقه جلفا

دریافت مقاله:۹۰/۱۲/۴ پذیرش نهایی: ۹۱/۷/۱۹
صفحات: ۲۲-۷

آیت اله ممیز: استادیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران
Email: aMomayez@ut.ac.ir
مهدی عباسی : کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی گرایش کسب و کار جدید دانشگاه تهران
Email: mehdi.abbasi@gmail.com
سیده عاطفه قاسمی: دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری و منطقه ای دانشگاه شهید بهشتی[1]
Email: At.Ghasemi@mail.sbu.ac.ir

چکیده

زمین گردی(ژئوتوریسم)، یکی از گونه های تخصصی طبیعت گردی است که به معرفی پدیده های زمین شناسی به گردشگران با حفظ «هویت مکانی» آن ها می پردازد. در این راستا، منطقه جلفا در شمال غرب استان آذربایجان شرقی می تواند به عنوان یکی از مکان های زمین گردی مطرح در سطح ملی و بین المللی گردد. این پژوهش در پی پاسخ به این سوال است که عمده ترین فرصت های کسب و کارهای گردشگری برای رونق منطقه جلفا و ایجاد اشتغال برای کارآفرینان چیست؟ این پژوهش یک بررسی پیمایشی از نوع توصیفی است. جامعه آماری تحقیق ۱۰۰ نفر می باشد، در جمع آوری داده ها از روش مصاحبه، مشاهده و پرسش نامه استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماریSPSS انجام گرفته است. پس از گردآوری داده ها، فرصتهای کسب و کار زمین گردشگری شناسایی و آینده فرصت های کارآفرینی در حوزه زمین گردی در منطقه جلفا اولویت بندی گردید. نتیجه نشان می دهد توجه به ایجاد فرصتهای جدید در کنار فرصتهای طبیعی و موجود در منطقه منجر به افزایش و تقویت فرصتهای شغلی در منطقه می گردد. در پایان برای آینده فرصتهای کارآفرینی در منطقه جلفا راهکارها و پیشنهادهایی ارائه شده است.

کلید واژگان : فرصت ، کسب و کار ، زمین گردی ،کارآفرینی ، جلفا

---

[1]. نویسنده مسئول: تهران، اوین، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه آموزشی برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشگاه شهید بهشتی.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

مقدمه

صنعت گردشگری در هزاره سوم به یکی از پر رونق‌ترین، جذاب ترین، اشتغال زاترین و پر-درآمدترین صنایع جهان تبدیل شده است. رسیدن به توسعه پایدار، مستلزم بررسی ابعاد مختلف طبیعی، اقتصادی و کالبدی می باشد و در این راستا یکی از محورهای مهم و مولفه های اساسی در توسعه پایدار با دیدگاه حفظ محیط زیست و دیدگاه اقتصادی، استفاده از توانهای زمین گردی در توسعه پایدار منطقه است (داولینگ و نیوسام،۵۶:۱۳۸۸). زمین گردی (ژئوتوریسم)، شکل پایدار گردشگری مبتنی بر منابع طبیعی است که به طور عمده بر دو عامل"کسب تجربه در طبیعت" و "یادگیری در مورد طبیعت" تأکید می‌نماید (زاهدی، ۲۳:۱۳۸۵،). و نقش بسیار مهمی در درآمد زایی در سطح محلی و ملی دارد. این صنعت با هزینه کمتر می تواند توسعه اقتصادی را به همراه آورد و باعث رشد و رونق اقتصادی کشور گردد (رحیم پور،۳۸:۱۳۸۶). زمین گردی در کشور ایران به لحاظ پدیده‌های منحصر به فرد زمین‌شناسی در زمره شگفت‌انگیزترین کشورهای جهان به شمار می‌رود (کاظمی،۱۳:۱۳۸۷). از جمله مناطق پر توان کشور ایران در زمینه زمین گردی استان آذربایجان شرقی می باشد. استان آذربایجان شرقی با تنوع مکان های دیدنی و تاریخی با ارزش جهانگردی بسیار، گویای ظرفیت های بالای استان در زمینه زمین گردی است. منطقه جلفا در شمال غرب استان آذربایجان شرقی که محدوده مورد مطالعه این پژوهش است، به عنوان یکی از نواحی غنی از لحاظ جاذبه های گردشگری دارای مکان های مناسبی برای برنامه ریزی بر پایه زمین گردی است. این منطقه با دارا بودن مکانها، آثار و پدیده های زمین شناسی، جغرافیایی و زیستی بسیار متنوع و زیبا در صورت مکانیابی و شناسایی این جاذبه ها و اطلاع رسانی صحیح و ایجاد امکانات رفاهی و امنیتی می تواند به عنوان یکی از ایستگاههای زمین گردی مطرح در سطح منطقه و ملی و حتی در سطح بین المللی(جهانگردی) تبدیل گردد (نجف زاده،۱۳۸۸). ایجاد کسب و کار مبتنی بر زمین گردی در این منطقه با توجه به پتانسیل ها و ویژگی های نادر زمین شناسی آن نیاز به بررسی و شناسایی دارد. با توجه اینکه منطقه جلفا یکی از نواحی غنی از لحاظ جاذبه های گردشگری بر پایه زمین گردی است. بنابراین هدف از تحقیق حاضر پاسخ به این سوال می باشد. که عمده ترین فرصت های کسب و کارهای گردشگری برای رونق منطقه و ایجاد اشتغال برای کارآفرینان چیست؟ که پس از گردآوری داده ها، انواع فرصتهای کسب و کار زمین گردشگری شناسایی و در نهایت آینده فرصت های کارآفرینی در حوزه زمین

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

گردشگری در منطقه جلفا اولویت بندی گردید. در پایان برای آینده فرصتهای کارآفرینی در منطقه جلفا راهکارها و پیشنهادهایی ارائه شده است.

مبانی نظری

با توجه به این که در مقاله پیش رو به کارآفرینی و شناسایی فرصت های این فرایند تاکید می شود. نگاه کوتاهی به مفهوم کارآفرینی، خالی از فایده نخواهد بود. ریشه واژه ی کارآفرینی (Entrepreneur) از زبان فرانسوی و از فعل (entreprendre) است که معنی "متعهد شدن" می‌دهد(Gartner,2003). کارآفرینی موتور تحول و توسعه اقتصاد، فرهنگ و جامعه است. رشد و فراگیری این پدیده می تواند به تحول و دگرگونی اساسی در اقتصاد ملی منجر شود. کارآفرینی فرآیندی است که طی آن فرد کارآفرین با ارائه ایده و فکر جدید ایجاد کسب و کار با قبول مخاطره و تحمل ریسک، محصول و خدمت جدید را ارائه می کند(Guizzardi,2010).

تشخیص فرصت

فرصت کسب و کار به موقعیتی اطلاق می گردد که در آن فرد بر این باور است که با ترکیبی نو از منابع می تواند به سودی نائل گردد (Lumpkin,2004). بر اساس تعریف مادسن و پیترسون تشخیص فرصت عبارت است از: تصور و درک احتمال کسب سود از طریق تاسیس و ایجاد کسب و کار جدید و بهبود قابل توجه در کسب و کار موجود، بر اساس این تعریف کلی و وسیع تشخیص فرصت هم قبل از تاسیس یک بنگاه و هم بعد از تاسیس آن می تواند در سراسر حیات کارآفرین و در سراسر حیات بنگاه اتفاق بیفتد (Rae,2007).

زمین گردی

زمین گردی(ژئوتوریسم) نوعی توریسم فرهنگی و طبیعی است که ارتباط تنگاتنگ با پدیده های زمین شناسی دارد و گاه باعث جذب بیننده های متخصص می شود. زمین گردی بر پایه بسیاری از اکتشافات شگفت انگیز رخ می دهد که در نتیجه آن باعث کشف میراث طبیعی می شود و زیرمجموعه توریسم پایدار بوده و هدف آن حفظ منابع گردشگری در مقاصد است. یعنی هدایت گردشگران به نحوی که محل مورد بازدید برای نسلهای آینده هم همانطور باقی مانده و قابل استفاده باشد. زمین گردی این امکان را برای محققان و بهره برداران به وجود آورده است که بتوانند محیط را بهتر و کیفیت بازدید را ارتقاء دهند به طوری که دخالت انسان در زمین منجر به نشان دادن برجستگی ویژه و تازه‌ای از طبیعت گردد (نکویی صدری،۳۴:۱۳۸۸). امروزه در کشور ما هنوز چیزی بعنوان زمین گردی معرفی نشده و عملا به این شاخه از توریسم مجالی داده نشده در صورتی که اغلب افراد برای مشاهده پدیده هایی می روند که

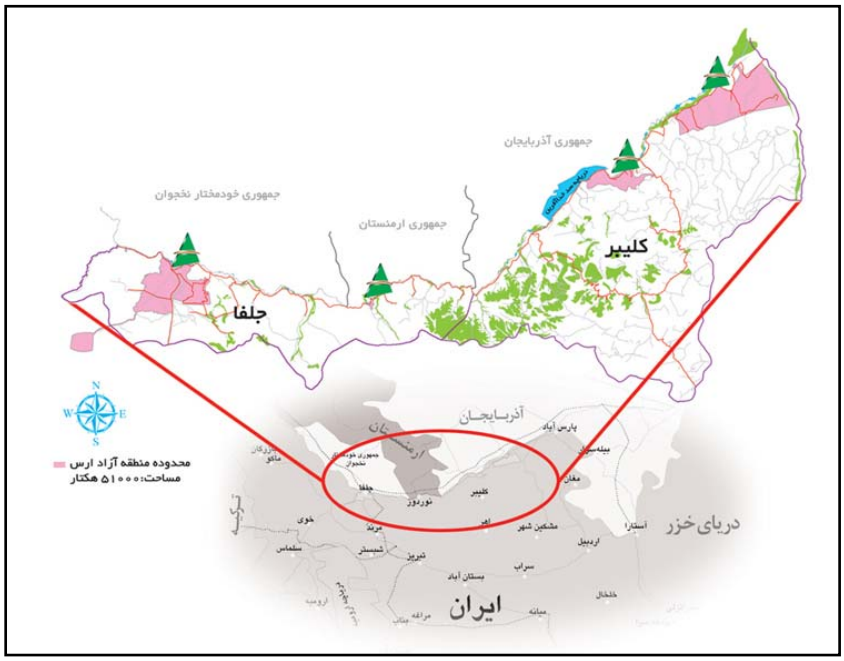
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

کاملا در این دسته قرار دارد مانند تورهای کویر. یکی از عالی ترین صفات زمین شناسی این است که هر کجا بروید زمین هم هست. امروزه در بیشتر کشورهای دنیا، زمین گردی واژه ای شناخته شده است. گردشگران داخلی و خارجی از پدیده های منحصر به فرد و دیدنی های مربوط به علوم زمین دیدن می‌کنند و لحظات شاد و مفرحی را در کنار خانواده و دوستان سپری می‌نمایند (نجف زاده،۸۷:۱۳۸۵). منطقه جلفا نیز به عنوان یکی از نواحی غنی از لحاظ جاذبه های گردشگری دارای مکان های مناسبی برای برنامه ریزی بر پایه زمین گردی است. ایجاد کسب و کار مبتنی بر زمین گردی در این منطقه با توجه به پتانسیل ها و ویژگی های نادر زمین شناسی آن نیاز به بررسی و شناسایی دارد.

محدوده مورد مطالعه

قلمرو مکانی این تحقیق شامل شهرستان جلفا و مناطق تحت تاثیر می باشد شهرستان جلفا در منتهی الیه منطقه شمال غرب کشور واقع و یکی از شهرستان های شمالی استان آذربایجان شرقی می باشد و از شمال به جمهوری ارمنستان و جمهوری خودمختار نخجوان و از شرق به شهرستان های ورزقان و کلیبر و از غرب به شهرستان ماکو و از جنوب به شهرستان مرند متصل می باشد (نکوئی صدری،۱۳۸۷). وسعت شهرستان جلفا۱۵۹۵/۲ کیلومترمربع همسایه می باشد. شهرستان جلفا به صورت طولی در کنار رودخانه ارس به طول۱۲۸کیلومتر کشیده شده و از جنوب در میان کوه های قره داغ و رشته کوه های اوچ داغ و مراکان و کیامکی و جنگل های شمال آذربایجان شرقی محصور می باشد. این شهرستان در ارتفاع ۷۳۶متری از سطح دریاهای آزاد قرار داشته است. تنوع توپوگرافی در شهرستان جلفا موجب برخورداری از ارتفاع ۵۰۰ متر از سطح دریا در کناره های سواحل رود همیشه جاری ارس تا ارتفاع ۳۳۴۷متر از سطح دریا کوه کیامکی(کمکی در زبان محلی) شده است. بطورکلی محدوه مطالعاتی شامل حوضه آبریز ارس می باشد (نجف زاده،۵۶:۱۳۸۸).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]



شکل(۱) موقیعت شهرستان جلفا

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش یک بررسی پیمایشی از نوع توصیفی است. همچنین این تحقیق از نظر هدف یک بررسی کاربردی، از نظر وسعت پهناگر، از نظر دامنه یک مطالعه خرد و از نظر زمانی یک بررسی مقطعی است. به طوریکه روش گردآوری داده ها نیز به صورت مصاحبه ای و با استفاده از ابزار اندازه گیری پرسشنامه محقق ساخته انجام شده است. دراین مطالعه برای اندازه گیری سازه ها از تکنیک طیف لیکرت استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق عبارتست از خبرگان کسب و کارهای گردشگری منطقه که شامل سرمایه گذاران، ارائه دهندگان خدمات در بخش گردشگری، کارشناسان و مدیران مرتبط با حوزه کسب و کار زمین گردی می باشد. تعداد نمونه براساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با دقت برآورد d=۰/۰۵، حداکثر واریانس pq=۰/۲۵ و سطح اطمینان ۹۵ درصد، جامعه آماری ۱۰۰ نفر، مشخص شد که با توجه به فرمول زیر۷۲ نفر تعیین گردید.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

$$n = \frac{N t^{۲} pq}{N d^{2} + t^{۲} pq} = \frac{۱۰۰ \times ۳/۸۴ \times ۰/۵ \times ۰/۵}{۱۰۰ \times ۰/۰۰۲۵ + ۳/۸۴ \times ۰/۵ \times ۰/۵} = ۷۲$$

در پژوهش برای تعیین پایایی پرسشنامه تحقیق حاضر، از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شده به این صورت که ابتدا پرسشنامه اول در بین ۳۰ نفر از کارشناسان، خبرگان و مسئولین سازمان گردشگری به طور تصادفی توزیع گردید، سپس اطلاعات جمع آوری شده مورد آزمون قرار گرفته و با محاسبه آلفای کرونباخ پایایی مورد تایید قرار گرفت. لازم به ذکر است دامنه تغییرات آلفا بین صفر تا یک می باشد، مقدار صفر بیانگر عدم پایایی و یک به منزله پایایی کامل بین سوالها و پایداری درونی آنهاست. اگر مقدار آلفا بیشتر از ۰/۷ شود سوالات و گویه ها برای سنجش مفهوم یا متغیر مورد نظر مناسب هستند (رابطه۱).

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{sum}^2}\right)$$

α: ضریب آلفای کرونباخ k: تعداد گویه‌ها $\sum S_i^2$: مجموع واریانسها

رابطه (۱) تکنیک آلفای کرونباخ

در نهایت تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS انجام شد. به طوریکه برای توصیف صفات کیفی به محاسبه درصد و توزیع فراوانی و برای توصیف صفات کمی به محاسبهٔ شاخصهای مرکزی و پراکندگی پرداخته‌شده است. در نهایت برای آزمون و اولویت بندی متغیرها نیز از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است.

یافته های تحقیق[1]

جهت شناسایی فرصتهای کسب و کار زمین گردشگری در منطقه جلفا از طریق مصاحبه با خبرگان این حوزه انجام گرفت. پس از اخذ نقطه نظرات آنان و با تجمیع آمارنامه (سازمان منطقه آزاد ارس) در خصوص کسب و کارهای گردشگری، کسب و کارهای موجود شناسایی شد. در گام دوم با استفاده از نظرات خبرگان پرسشنامه ای تدوین و نقش هر یک از کسب و

[1]- ماخذ مطالب این قسمت مبتنی بر مطالعات میدانی است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

کارها در اقتصاد گردشگری منطقه جلفا مورد بررسی و رتبه بندی خام قرار گرفت. سپس با استفاده از نظر نخبگان و براساس پرسشنامه نقش هریک از کسب و کارها در توسعه اقتصاد گردشگری و جذب گردشگر مورد سوال قرار گرفت. و با استفاده از نتایج حاصله ارزیابی های لازم بعمل آمده و در نهایت فرصتهای کسب و کار در حوزه زمین گردی منطقه جلفا شناسایی گردید.

فرصتهای کسب و کار زمین گردی در منطقه‌ی جلفا

در منطقه جلفا بر اساس آمارهای بدست آمده کسب و کار هایی موجود در حوزه زمین گردی به قرار زیر است: از لحاظ مراکز اقامتی این منطقه یک هتل، ۱۰ مهمانسرا و یک کمپینگ داشته و سایر مراکز اقامتی موجود از کیفیت پایینی برخوردارست. درخصوص مراکز تفریحی نیز منطقه دارای ۲ پارک تفریحی و ۱ شهربازی است و از لحاظ سایر امکانات نیز از کیفیت پایینی برخوردار است. در حوزه خدمات عمومی شامل کافی نت، کالسکه، بوفه، کارواش و تعمیرگاه نیز شرایط متوسطی وجود دارد. کیفیت خدمات حمل و نقل نیز علیرغم وجود برخی خدمات مانند آژانسهای مسافرتی و پایانه مسافربری مناسب نمی باشد. ضمن اینکه منطقه فاقد کرایه ماشین و تاکسی گردشگری بوده است. در حوزه تجاری نیز وجود تعدای مراکز خرید با کیفیت متوسط نتیجه گیری شده است، در حوزه مالی و اداری کمیت خدمات متوسط و در حوزه فرهنگی، سلامت و پذیرایی نیز هم کمیت و هم کیفیت کسب و کارها پایین می باشد. براساس این آمار چنین برآورد می گردد که بسیاری از کسب و کارهای زمین گردشگری که مد نظر خبرگان بوده است یا وجود نداشته و یا کمیت یا کیفیت آنها در حد انتظار نبوده است. این عامل را می توان از این منظر پاسخ داد که روند شکل گیری زمین گردشگری در منطقه جلفا هنوز دوران طفولیت خود را می گذراند و پاسخ به نیازهای گردشگران در ایجاد کسب و کارها هنوز اقتصادی نیست و یا دست کم اینکه گردشگران ورودی به این منطقه نیازهای خود را از مناطق همجوار تهیه و تدارک می نمایند جدول (۱).

وضعیت فعلی کسب و کارهای زمین گردی در منطقه جلفا

در مورد وضعیت فعلی کسب و کارهای زمین گردی در منطقه جلفا بر اساس بررسی ها و آمارهای دو سال گذشته باید گفت با توجه به روند شکل گیری منطقه جلفا و مراحل تحدید محدوده و پروسه ایجاد زیر ساختها و براساس آمار دو سال گذشته حاکی از عدم تغییر جدی در حوزه کسب و کارهای زمین گردشگری است. حذف کسب و کار نیز طی این مدت مشاهده نشده است جدول(۲).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

جدول (۱) توزیع فراوانی ارزیابی کیفیت فرصت های کسب و کار زمین گردی در جلفا

گویه ها	شاخص های کمی	شاخص های کیفی				
		کم	متوسط	زیاد	جواب نداده	جمع کل
فرصتهای اقامتی	تعداد	۲۳	۲۶	۱۶	۵	۷۰
	درصد فراوانی	۳۲/۸	۲۶	۲۲/۸	۷/۳	۱۰۰
	درصد اعتباری	۳۵/۴	۴۰	۲۴/۶	--	۱۰۰
فرصتهای سیاحتی	تعداد	۲۸	۲۰	۱۷	۵	۷۰
	درصد فراوانی	۴۰	۲۸/۵	۲۴/۳	۸/۲	۱۰۰
	درصد اعتباری	۴۳	۳۰/۷	۲۶/۳	--	۱۰۰
فرصت های عمومی	تعداد	۱۸	۳۴	۱۵	۳	۷۰
	درصد فراوانی	۲۵/۷	۴۸/۶	۲۱/۴	۴/۳	۱۰۰
	درصد اعتباری	۲۶/۹	۵۰/۷	۲۲/۴	--	۱۰۰
فرصت های حمل و نقل	تعداد	۳۶	۱۷	۱۱	۶	۷۰
	درصد فراوانی	۵۱/۴	۲۴/۳	۱۵/۷	۸/۶	۱۰۰
	درصد اعتباری	۵۶/۳	۲۶/۶	۱۷/۲	--	۱۰۰
فرصت های مالی	تعداد	۱۰	۳۸	۱۶	۶	۷۰
	درصد فراوانی	۱۴/۳	۵۴/۳	۲۲/۹	۸/۶	۱۰۰
	درصد اعتباری	۱۵/۶	۵۹/۴	۲۵	--	۱۰۰
فرصت های تجاری	تعداد	۲۹	۲۱	۱۶	۴	۷۰
	درصد فراوانی	۴۱/۴	۳۰	۲۲/۹	۵/۷	۱۰۰
	درصد اعتباری	۴۳/۹	۳۱/۸	۲۴/۲	--	۱۰۰
فرصت های فرهنگی	تعداد	۳۲	۲۲	۱۳	۳	۷۰
	درصد فراوانی	۴۵/۷	۳۰	۲۰	۴/۳	۱۰۰
	درصد اعتباری	۴۷/۸	۳۱/۳	۲۰/۹	--	۱۰۰
فرصت های سلامت	تعداد	۲۳	۲۶	۱۸	۳	۷۰
	درصد فراوانی	۳۲/۹	۳۷/۱	۲۵/۷	۴/۳	۱۰۰
	درصد اعتباری	۳۴/۳	۳۸/۸	۲۶/۹	--	۱۰۰
فرصت های پذیرایی	تعداد	۲۶	۱۵	۲۶	۳	۷۰
	درصد فراوانی	۳۷/۱	۲۱/۵	۳۷/۱	۴/۳	۱۰۰
	درصد اعتباری	۳۸/۸	۳۷/۳	۲۴/۹	--	۱۰۰
فرصت های اداری	تعداد	۱۹	۲۹	۱۸	۴	۷۰
	درصد فراوانی	۲۷/۱	۴۱/۴	۲۵/۷	۵/۷	۱۰۰
	درصد اعتباری	۲۸/۸	۴۳/۹	۲۷/۳	--	۱۰۰

منبع : محاسبات نگارندگان،۱۳۹۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

جدول(۲) مقایسه توزیع فراوانی فرصتهای کسب و کار گردشگری در منطقه جلفا در سالهای ۸۸،۸۷و۹۰

گویه ها	شامل	تعداد		
		۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۹۰
فرصتهای اقامتی	هتل	۰	۰	۱
	مهمانسرا-مهمانپذیر	۶	۸	۱۰
	متل	۰	۰	۰
	کمپینگ	۰	۰	۱
	جمع کل	۶	۸	۱۲
فرصت های سیاحتی	پارک تفریحی	۰	۱	۲
	شهربازی	۰	۰	۱
	سایت ورزشی ساحلی	۰	۰	۰
	تله کابین،بالن سواری	۰	۰	۰
	جمع کل	۰	۱	۳
فرصت های عمومی	کافی نت	۲	۳	۳
	کالسکه گردشگری	۰	۱	۱
	بوفه	۱	۳	۵
	تعمیرگاه خودرو	۲	۲	۴
	کارواش	۰	۱	۲
	جمع کل	۵	۱۰	۱۵
فرصت های حمل ونقل	آژانس مسافرتی	۰	۱	۳
	کرایه خوردو	۰	۰	۰
	کرایه دوچرخه	۰	۰	۰
	تاکسی گردشگری	۰	۰	۰
	مراکز صدور پلاک ترانزیت	۰	۱	۲
	جمع کل	۰	۲	۵
فرصت های مالی	بیمه	۱۱	۱۲	۱۲
	بانک	۹	۹	۹
	صرافی	۳	۷	۸
	جمع کل	۲۳	۲۸	۲۹
فرصت های تجاری	مراکز خرید	۱	۲	۲
	نمایشگاه دایمی	۰	۰	۰
	فروشگاه صنایع دستی	۰	۰	۰
	جمع کل	۱	۲	۲
فرصت های فرهنگی	مرکزاطلاع رسانی گردشگری	۱	۲	۳
	موزه زمین شناسی	۰	۰	۱
	نمایشگاه فرهنگی هنری	۱	۱	۱
	جمع کل	۳	۳	۵
فرصت های سلامت	بیمارستان	۰	۰	۰
	داروخانه	۱	۱	۱
	کیلینک تخصصی	۰	۰	۰
	آزمایشگاه تخصصی	۰	۱	۱
	جمع کل	۱	۲	۲
فرصت های پذیرایی	فست فود	۰	۰	۲
	رستوران	۱	۲	۴
	کافی شاپ	۰	۰	۱
	جمع کل	۱	۲	۷
فرصت های اداری	خدمات گذرنامه	۱	۱	۱
	دفتر خدمات ارتباطی	۱	۱	۲
	جمع کل	۲	۲	۳

منبع : مطالعات میدانی نگارندگان،۱۳۹۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

آینده فرصت های کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا

براساس اطلاعات بدست آمده از مطالعه منطقه مورد بررسی آینده فرصت های کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا مطابق جدول (۳) می باشد.

جدول (۳) توزیع فراوانی پیش بینی آینده کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا

گویه ها	شاخص کمی	شاخص کیفی		
		کم	متوسط	زیاد
فرصتهای اقامتی	تعداد	۲۳	۲۶	۲۱
	درصد	۳۵/۴	۴۰	۲۴/۶
فرصتهای تفریحی	تعداد	۲۲	۳۰	۱۸
	درصد	۳۰/۸	۴۳	۲۶/۲
فرصتهای مالی	تعداد	۱۰	۳۸	۱۶
	درصد	۱۵/۶	۵۹/۴	۲۵
فرصتهای حمل و نقل	تعداد	۳۶	۱۷	۱۱
	درصد	۵۶/۳	۲۶/۶	۱۷/۲
فرصتهای تجاری	تعداد	۱۶	۲۱	۲۹
	درصد	۲۴/۲	۳۱/۸	۴۳/۹
فرصتهای فرهنگی	تعداد	۳۲	۲۱	۱۴
	درصد	۴۷/۸	۳۱/۳	۲۰/۹
فرصت های اداری	تعداد	۱۰	۳۸	۱۶
	درصد	۱۵/۶	۵۹/۴	۲۵
فرصت های پذیرایی	تعداد	۲۶	۲۵	۱۶
	درصد	۳۸/۳	۳۷/۳	۲۳/۹
فرصت های عمومی	تعداد	۱۸	۳۴	۱۵
	درصد	۲۶/۹	۵۰/۷	۲۲/۴
فرصتهای سلامت	تعداد	۲۳	۲۶	۱۸
	درصد	۳۴/۳	۳۸/۸	۲۸/۹

منبع: محاسبات نگارندگان ،۱۳۹۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

اولویتهای کارآفرینی در حوزه زمین گردشگری منطقه جلفا براساس نیاز گردشگر

با توجه به اولویت بندی بیشترین رتبه ی فرصتهای پیش بینی شده در اولویت کسب و کار زمین گردی، ملاحظه می گردد مطابق جدول(۴) به ترتیب فرصت اقامتی با مقدار ۲۰ بیشترین رتبه و فرصت عمومی با مقدار ۱/۴ کمترین رتبه را در اولویت بندی کسب و کار گردشگری در این منطقه داشته است و چون مطابق جدول (۵) با سطح معنی داری آزمون P=۰/۰۰۲ و زیر ۰/۰۵ می باشد این رتبه بندی معتبر می باشد. در واقع اولویت فرصتهای کسب و کار گردشگری به ترتیب فرصتهای اقامتی، فرصتهای تفریحی، فرصتهای سلامت، فرصتهای تجاری، فرصتهای مالی ،فرهنگی، فرصتهای حمل و نقل، اداری، پذیرایی و فرصتهای عمومی می باشد. و می توان چنین نتیجه گرفت که بیشترین فرصتی که در اولویت کسب و کار زمین گردی وجود دارد، فرصتهای اقامتی بوده است.

جدول (۴) اولویت فرصتهای کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا

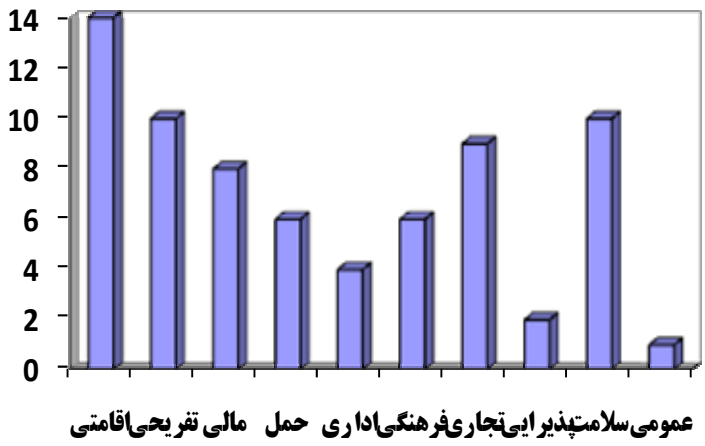
ردیف	رتبه	میانگین رتبه	تعداد	درصد فراوانی	درصد اعتبار
۱	فرصتهای اقامتی	۲۰	۱۴	۲۰,۰	۲۰,۰
۲	فرصتهای تفریحی	۱۴/۳	۱۰	۱۴,۳	۱۴,۳
۳	فرصتهای سلامت	۱۴/۳	۸	۱۱,۴	۱۱,۴
۴	فرصتهای تجاری	۱۲/۹	۶	۸,۶	۸,۶
۵	فرصتهای مالی	۱۱/۴	۴	۵,۷	۵,۷
۶	فرصتهای فرهنگی	۸/۶	۶	۸,۶	۸,۶
۷	فرصتهای حمل و نقل	۸/۶	۹	۱۲,۹	۱۲,۹
۸	فرصتهای اداری	۵/۷	۲	۲,۹	۲,۹
۹	فرصتهای پذیرایی	۲/۹	۱۰	۱۴,۳	۱۴,۳
۱۰	فرصتهای عمومی	۱/۳	۱	۱,۴	۱,۴
	جمع کل	۱۰۰	۷۰	۱۰۰,۰	۱۰۰,۰

منبع : محاسبات نگارندگان ،۱۳۹۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

جدول (۵) آزمون فریدمن جهت رتبه بندی فرصتهای کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا

تعداد	۷۰
کای اسکوار	۲۰/۴۸
درجه آزادی	۶
سطح معنی داری	۰/۰۰۲



شکل (۲) نمودار اولویت فرصت های کارآفرینی زمین گردی در منطقه جلفا

اولویت بندی فرصتهای طبیعی کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا

با توجه به آزمون فریدمن انجام گرفته، جهت رتبه بندی و اولویت بندی بیشترین رتبه ی فرصتهای موجود و طبیعی در افزایش کسب و کار زمین گردی، ملاحظه می گردد مطابق جدول (۶) به ترتیب، آبشار آسیاب خرابه با مقدار ۱۶/۱ در رتبه اول، رود ارس و کلیسای سنت استپانوس با مقدار ۱۵ در رتبه دوم بیشترین فرصتهای طبیعی زمین گردی را به خود اختصاص داده اند که در مقام مقایسه کمترین مقدار در رتبه بندی فرصتهای موجود و طبیعی کسب و کار، تپه باستانی کول تپه۶/۹۵، مجموعه کلیسای چوپان با مقدار ۶/۶۷ و قلعه گاوور مرازاد با مقدار ۴/۷۵ بوده که کمترین فرصتهای موجود و طبیعی کسب و کار زمین گردی دارند. و چون مطابق جدول (۷) با سطح معنی داری آزمون **P=**۰/۰۰۰ و زیر ۰/۰۵ می باشد این رتبه بندی معتبر می باشد و می توان چنین نتیجه گرفت که بیشترین فرصتی که در حال حاضر در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

منطقه جلفا باعث جذب گردشگر و افزایش کسب و کار زمین گردی شده است، آبشار آسیاب، رود ارس و کلیسای سنت استپانوس بوده است.

جدول (۶) رتبه های فرصتهای طبیعی کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا

ردیف	عنوان	میانگین رتبه
۱	آبشار آسیاب خرابه	۱۶/۱
۲	رود ارس	۱۵/۳۸
۳	کلیسای سنت استپانوس(ثبت جهانی)	۱۵/۱۶
۴	پارک کوهستان	۱۳/۲۷
۵	روستای تاریخی اوشتبین	۱۳/۱۹
۶	مجموعه تاریخی کردشت	۱۲/۵۱
۷	آبشارهای ماهاران	۱۲/۴۹
۸	امامزاده سیدمحمدآقا نوجه مهر	۱۲/۲۶
۹	منطقه کوهستانی کنتال	۱۲/۱۰
۱۰	قله کیامکی	۱۱/۷
۱۱	سایت گردشگری دشت گوردیان	۹/۶۶
۱۲	کاروانسرای خواجه نظر	۹/۴۴
۱۳	سایت گردشگری سد گلفرج	۸/۳۶
۱۴	ژئو سایت پرمین-تریاس(کوههای اللی باش)	۸/۳۲
۱۵	چشمه گئچی قالاسی	۷/۸۴
۱۶	امامزاده سید شعیب دوزال	۷/۲۹
۱۷	امامزاده سید اسماعیل زاویه	۷/۱۹
۱۸	تپه باستانی کول تپه	۶/۹۵
۱۹	کلیسای چوپان	۶/۶۷
۲۰	قلعه گاوور مرازاد	۴/۷۵

منبع: محاسبات نگارندگان،۱۳۹۰

جدول(۷) آزمون فریدمن جهت رتبه بندی فرصتهای طبیعی کسب و کار زمین گردی

تعداد	۷۰
کای اسکوار	۳۴۲/۱۳
درجه آزادی	۱۹
سطح معنی داری	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات نگارندگان،۱۳۹۰

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

نتیجه گیری

گردشگری یکی از صنایعی است که به سرعت در حال رشد است. با رشد و رونق گردشگری نیازها و تقاضاهای جدید پیش می آید. این امر، محیط ایجاد کسب و کارهای جدید را فراهم می آورد. بر اساس مطالعات به عمل آمده منطقه جلفا به عنوان یکی از نواحی غنی از لحاظ جاذبه های گردشگری دارای مکان های مناسبی برای برنامه ریزی بر پایه زمین گردی است. بررسی و تحقیقات صورت گرفته در سال ۱۳۹۰و نیز کتاب و آمارنامه سالانه سال ۱۳۸۷و ۱۳۸۸و مقایسه تک تک شاخص های هر یک از فرصتهای ۱۰ گانه کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا، فرصت های تفریحی، حمل و نقل، مالی، تجاری، فرهنگی، اداری و سلامت در سال ۹۰ نسبت به سال ۸۷و۸۸ تغییر چندان محسوسی نیافته است ولی در فرصت های اقامتی، عمومی، پذیرایی سال ۹۰ نسبت به سال های قبل کمی افزایش یافته است. از نظر کیفیت نیز توسط کارشناسان و مسئولان گردشگری منطقه، فرصت های تفریحی، حمل و نقل، فرهنگی، تجاری و پذیرایی در سطح پائین و فرصت های اقامتی، مالی، عمومی، اداری و سلامت در سطح متوسط ارزیابی شده اند. در این پژوهش زمانی که روند کسب و کارهای موجود در منطقه از دو منظر کیفیت و کمیت از کارشناسان امر بررسی شد، نتایج نشان داد که: کیفیت اکثریت کسب و کارهای موجود در منطقه مطلوب نیست و در کسب و کارهای تفریحی، اقامتی، فرهنگی و سایر عوامل ۱۰ گانه شامل هتل میان جاده (متل)، سایت ورزش های ساحلی، اجاره ماشین و تاکسی گردشگری، نمایشگاه دایمی و فروشگاه صنایع دستی، مراکز درمانی و تخصصی پزشکی موجود نمی باشد. نتایج حاکی از آن است منطقه جلفا بازاری بالغ بر ۹۱۵ میلیون نفر جمعیت(کشورهای مشترک المنافع) و تولید ناخالص داخلی به مبلغ ۱۲۴۰۰ میلیارد دلار را دارا می باشد. این منطقه واقعاً در یک موقعیت برجسته قرار دارد و در صورت فعلیت بخشیدن به ایجاد زیرساختهای یاد شده و اتخاذ تمهیدات لازم برای استفاده از ظرفیت و موقعیت آن، می تواند نقش موثری در توسعه کشورهای همسایه و ایران و منطقه آذربایجان ایران داشته باشد. پرواضح است که توسعه کسب و کارهای زمین گردی در منطقه بطور غیرمستقیم کسب و کارهای دیگر را نیز تحت تاثیر قرار خواهد داد. بر اساس آزمون فریدمن انجام گرفته در اولویت بندی فرصتهای کسب و کار زمین گردی در منطقه جلفا ملاحظه می گردد به ترتیب، آبشار آسیاب خرابه با مقدار ۱۶/۱ در رتبه اول، رود ارس وکلیسای سنت استپانوس با مقدار ۱۵ در رتبه دوم بیشترین فرصتهای طبیعی گردشگری را به خود اختصاص داده اند و توجه مردم و جهانگردان بیشتر به خود جلب نموده اند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

در یک جمع بندی کلی، با توجه به موقعیت ویژه ای که این منطقه دارا می باشد، لزوم توجه مسئولین مربوطه به امر شناسایی فرصتهای کشف شده در هر سال و مقایسه آنها با فرصت های موجود در سالهای گذشته می تواند در ایجاد فرصتهای جدید و کارآفرینی توسط مسئولین به افزایش کسب و کارهای زمین گردی منجر شده و با حضور بیشتر گردشگران در این منطقه به گردش بهتر اقتصادی و ایجاد اشتغال منجر گردد.

منابع و ماخذ

۱. آمارنامه سازمان منطقه آزاد- تجاری- صنعتی ارس (۱۳۸۷) ناشر مدیریت تحقیق و توسعه سازمان منطقه ازاد ارس.

۲. آمارنامه سازمان منطقه آزاد- تجاری- صنعتی ارس (۱۳۸۸) ناشر مدیریت تحقیق و توسعه سازمان منطقه آزاد ارس.

۳. داولینگ، راس کی و دیوید نیوسام (۱۳۸۸) **ژئوتوریسم جهانی،** عادل نجف زاده و دیگران، سازمان منطقه آزاد ارس.

۴. رحیم پور، علی (۱۳۸۶) **ژئوتوریسم و ضرورت تشکیل تعاونی های بهره برداری،** نامه پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری، شماره ۱۸و۱۹،صص ۴۶-۳۷.

۵. زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵) **مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار،** تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

۶. کاظمی، مهدی (۱۳۸۷) **مدیریت گردشگری** ، چاپ سوم، تهران: سمت.

۷. لی، جان (۱۳۷۸) **گردشگری و توسعه در جهان سوم،** عبدالرضا رکن الدین افتخاری، تهران: انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

۸. نجف زاده، عادل (۱۳۸۵) **ژئوتوریسم پنجره‌ای نو به سمت توسعه در منطقه جلفا ،** خلاصه مقالات نخستین سمینار بازشناسی فرصت های سرمایه گذاری در ارس، ناشر سازمان منطقه آزاد ارس، ص ۲۱-۱۹.

۹. نجف زاده، عادل (۱۳۸۸) **بررسی و مطالعه تعیین پتانسیل اکوتوریسم و ژئوتوریسم منطقه آزاد ارس،** طرح پژوهشی، مرکز مطالعات راهبردی سازمان منطقه آزاد ارس.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

۱۰.نکوئی صدری، بهرام (۱۳۸۷) **تعیین مناطق مناسب توسعه ژئوپارک و ژئوتوریسم منطقه جلفا و ورزقان**، رساله کارشناسی ارشد، گروه جغرافیای طبیعی دانشکده جغرافیا دانشگاه تهران.

۱۱.نکوئی صدری، بهرام (۱۳۸۸) **مبانی زمین گردی با تاکید بر ایران**. تهران: سمت.

Gartner, W (2003) ***the language of opportunity***, new movements in Entrepreneurship. pp. 24- 103.

Guizzardi, Andrea & Mazzocchi, Mario (2010) ***Tourism demand for Italy and the business cycle***, journal of Cleander Production, vol.13, pp.787.

Lumpkin, G & Hills، G, (2004) ***Opportunity recognition, Entrepreneurship: the way a head***, Pp. 73- 90. Routledge، London.

Newsome, D and Dowling, R, and Moore, S., (2005) ***Wildlife tourism,*** channel view publications.

Rae، David (2007*) **Entrepreneurship from opportunity to action***,New York. Palgrave.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]