

ارائه الگویی برای تعیین عوامل تاثیرگذار بر جذب سرمایه گذاری در مناطق تجاری-خارجی (مورد مطالعه: تجاری-خارجی ارس)

نویسنده مسئول: میرمهدی حسینی^۱

متینه مقدم^۲

محمدعلی موسی زاده^۳

پوریا فرح گل^۴

چکیده

سرمایه گذاری یکی از مهمترین متغیرهای کلان در اقتصاد محسوب می شود و تحت تاثیر عوامل متعدد متغیرهای پولی و مالی و سازمانی، ساختاری قرار دارد. پژوهش حاضر با هدف ارائه الگویی برای تعیین عوامل تاثیرگذار بر جذب سرمایه گذاری در مناطق تجاری-خارجی (مورد مطالعه: تجاری-خارجی ارس) انجام شده است. جامعه آماری در این تحقیق کارشناسان منطقه تجاری خارجی ارس، اساتید و صاحب نظران آشنا با مقوله مناطق آزاد ارس و همچنین سرمایه گذاران داخلی و خارجی واقع در منطقه آزاد تجاری خارجی ارس را در بر می گیرد که تعداد آنها ۱۷۴ در نظر گرفته شده است و حجم نمونه ۱۲۰ نفر گزارش شده است. پایداری آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مناسب گزارش شده است. در این پژوهش با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری و به کارگیری نرم افزار لیزرل فرضیه های پژوهش مورد آزمون قرار گرفته شده اند و نتایج حاصل از انجام این پژوهش بیانگر این امر است که عوامل تاثیرگذار بر جذب سرمایه گذاری در مناطق تجاری-خارجی ارس توانسته است بر جذب سرمایه تاثیرگذار باشد.

واژه های کلیدی: عوامل تاثیرگذار، جذب سرمایه گذاری، مناطق تجاری-خارج

Abstract

Investment is one of the most important macroeconomic variables in the economy and is influenced by various factors, including monetary, financial and organizational variables. The purpose of this study was to provide a model for determining the factors affecting investment attraction in commercial-foreign areas (Case study: Aras Commercial-External). The statistical population includes Aras foreign trade experts, professors and experts familiar with Aras Free Zone as well as domestic and foreign investors located in Aras Free Trade Zone. The sample size has been reported to be 120 people. Its reliability has been reported using appropriate Cronbach's alpha test. In this research, the research hypotheses have been tested by using structural equation modeling and LISREL software. Capital is impressive.

Keywords: Affecting Factors, Investment Attraction, Business-Outside Zones

^۱ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجب شیر ایران ۰۹۱۴۵۷۰۴۸۰۵

^۲ دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی پیام نور تهران، تهران، ایران، Matineh_moghaddam@gmail.com

^۳ کارشناسی ارشد، گروه فناوری و اطلاعات، دانشکده اقتصاد و مهندسی، دانشگاه علمی کاربردی شیراز ایران

^۴ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران، pouriafarahgol@gmail.com