

عنوان مقاله:

اثر توسعه اینترنت بر تجارت بین الملل خدمات

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد مقداری، دوره 9، شماره 3 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

بهزاد سلمانی - استاد دانشکده اقتصاد، مدیریت و بازرگانی دانشگاه تبریز

پرویز محمدزاده - استاد دانشکده اقتصاد، مدیریت و بازرگانی دانشگاه تبریز

مریم صارمی - دانشجوی دکتری دانشگاه تبریز - مدرس دانشگاه آزاد گوان/ همکار پژوهشی جهاد دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

پیدایش اینترنت و فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان ارمغان هزاره سوم، عرصه های گوناگون زندگی بشر را متحول کرده است. اینترنت با از میان بردن محدودیت های زمانی و مکانی در روابط اقتصادی، هزینه های ناشی از ارتباطات را به شدت کاهش داده است. یکی از مهمترین فرایندهای اقتصادی که در حوزه تجارت بین الملل با ارتباط مستقیم و غیر مستقیم بین کشورها میسر می شود، جریان تجارت خدمات است که اینترنت توانسته در قالب فرایند نوین تجارت به طور قابل ملاحظه ای آن را رونق بخشد. هدف این مطالعه بررسی اثر توسعه اینترنت بر تجارت بین الملل خدمات کل کشورهای جهان است. در این راستا با استفاده از روش داده های تابلویی و بهره گیری از مدل جاذبه تعدیل شده، اثر توسعه اینترنت بر تجارت خدمات در دوره زمانی ۱۹۹۰-۲۰۱۱ برآورد شده است. نتایج به دست آمده از تخمین مدل، تاییدکننده وجود ارتباط مثبت و معنی دار بین اینترنت و تجارت خدمات است. همچنین بین تجارت خدمات و تولید ناخالص داخلی، عمق مالی و جمعیت ارتباط مثبت وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل حساسیت مدل نیز نشان می دهد، نتایج نسبت به تغییر بازه زمانی، نمونه آماری، متغیر جایگزین اینترنت و متغیر وابسته حساس نبوده است.

کلمات کلیدی:

تجارت خدمات، اینترنت، مدل جاذبه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1821053>

