

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۷,۱۱۰,۱۲۹۴  
۸ - ۱۶۵



## بررسی اثر تجارت الکترونیکی بر صادرات غیر نفتی

پایان نامه ارائه شده به گروه اقتصاد

دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی

دانشگاه شهید بهشتی

برای دریافت دانشنامه کارشناسی ارشد

در رشته برنامه ریزی سیستم های اقتصادی

توسط:

مریم کرمی

استاد راهنما:

دکتر فرهاد دژپسند

دی ماه ۱۳۸۷

کتابخانه اطلاعات مرکز علمی پژوهشی  
شهریار

۱۳۸۸ / ۱ / ۱۸

۱۱۱۰۲۱

تقدیم به:

دو عشق پاک زندگی ام: پدر و مادرم

آنان که وجودم برایشان همه رنج بود و وجودشان برایم همه مهر.

توانشان رفت تا به توانایی برسم و مویشان سپید گشت تا رویم سپید بماند.

آنان که فروغ نگاهشان، گرمی کلامشان و روشنی رویشان سرمایه های جاودانی زندگی من است.

آنان که راستی قامت در شکستگی قامتشان تجلی یافت.

در برابر وجود گرامیشان زانوی ادب بر زمین می زنم و با دلی مملو از عشق، محبت و خضوع، این

چکیده ناقابل را به آنها هدیه می دهم.

تقدیم به:

خواهران عزیز و برادر مهربانم که بهترین بهانه های شیرینم برای زندگی هستند.

## برگ تأییدیه پایان نامه

عنوان پایان نامه: بررسی اثر تجارت الکترونیکی بر افزایش صادرات غیر نفتی

نام دانشجو: مریم کرمی

دوره: کارشناسی ارشد برنامه ریزی سیستم های اقتصادی

این پایان نامه در جلسه ۱۳۸۷/۱۰/۳۰ با نمره ۱۹ و درجه عالی مورد تأیید اعضای کمیته  
پایان نامه متشکل از استادان زیر قرار گرفت:

دکتر فرهاد دژپسند

استاد راهنما

امضاء

دکتر حسین صمصامی

استاد مشاور

امضاء

دکتر عباس عرب مازار

استاد ناظر

امضاء



دانشگاه علوم اقتصادی و مدیریتی

کد (۷۵۰)

## اذعان

این پایان نامه توسط اینجانب در دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی در فاصله زمانی مهرماه ۱۳۸۶ تا دی ماه ۱۳۸۷ نگارش و تدوین گردیده است. مطالب این پایان نامه یا بخشی از آن برای دریافت هیچ مدرک دیگری به این دانشگاه یا دانشگاه های دیگر ارائه نشده است.

مریم کرمی

دی ماه ۱۳۸۷

امضاء



## سپاسگزاری:

خدای مهربانم را به خاطر تمامی فرصت هایی که در زندگی به من عنایت نمود، شاکرم. از پس یک قلم ناتوان و یک دنیا واژه حقیر از استاد عزیزم آقای دکتر دژپسند که در تمامی مراحل پایان نامه سایه پر مهرشان را بر سر من افراشتند و بدون شک بدون راهنمایی و یآوری ایشان این کار هرگز به انجام نمی رسید، به پاس همراهی بی پایانشان بارها و بارها قدردانی می کنم.

از آقای دکتر صمصامی یاور روزهای ناامیدی که مرا حمایت کردند و همچنین از آقای دکتر عباس عرب مازار که با دقت نظر خود بر غنی تر شدن این مجموعه افزودند تشکر می نمایم.

**عنوان: بررسی اثر تجارت الکترونیکی بر صادرات غیر نفتی**

**دانشجو: مریم کرمی**

**استاد راهنما: دکتر فرهاد دژپسند**

**دوره: کارشناسی ارشد برنامه ریزی سیستم های اقتصادی**

**تاریخ ارائه: دی ماه ۱۳۸۷**

### **چکیده:**

امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات محور توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورهای مختلف قرار گرفته است. ظهور اینترنت و کاربرد آن در دهه های اخیر شیوه های سنتی تجارت را متحول نموده است.

با ورود فناوری جدیدی تحت عنوان اینترنت به صفحه اقتصاد، تجارتي موسوم به تجارت الکترونیکی رایج شده است. تجارت الکترونیکی انقلابی در شیوه ها و رویه های تجاری گذشته ایجاد کرده و سرعت و صرفه جویی را در بهترین وجه، جامه عمل پوشانده است. در محیط الکترونیکی فاصله های جغرافیایی و محدودیت های زمانی و مکانی منتفی و مبادلات تجاری بر پایه اطلاعات الکترونیکی انجام می شود.

امروزه تجارت الکترونیکی که یکی از نمودهای عینی انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه اقتصادی است، به عنوان یکی از کاربردهای مهم اینترنت رو به تکامل است و دیری نخواهد پایید که کل ساختار تجارت و عملیات خرده فروشی را دگرگون سازد.

در تجارت بین الملل یکی از روشهایی که ارتباط بین کشورها برقرار می گردد، جریان صادرات کالاها و خدمات است که تجارت الکترونیکی با رفع موانع فرا روی تجارت بین الملل روند تجارت جهانی را تسریع و توانسته به طور قابل ملاحظه ای آن را رونق ببخشد. در این پایان نامه اثر تجارت الکترونیک بر صادرات غیرنفتی در دو گروه از کشورها مورد بررسی قرار گرفته است. بررسی اول شامل کشورهای آمریکا، کانادا، فرانسه، کره جنوبی، مالزی، سنگاپور، چین، دانمارک و هند و بررسی دوم کشورهای ایران، ترکیه، پاکستان، اسپانیا، ایتالیا، یونان و لهستان طی سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۶ می باشند. نتایج نشان دهنده تأثیر مثبت و معنادار ضریب نفوذ اینترنت به عنوان شاخصی از تجارت الکترونیک بر صادرات غیر نفتی در هر یک از گروه کشورها می باشد.

**کلمات کلیدی:** تجارت الکترونیک، ضریب نفوذ اینترنت، صادرات غیرنفتی، داده های تابلویی

## فهرست

i	فهرست مطالب
i	فهرست جداول
i	فهرست نمودارها

### فصل اول: کلیات

۲	طرح مسئله
۴	هدف از انجام تحقیق
۵	روش تجزیه تحلیل و استدلال
۵	شرحی بر داده ها آماری و روش گردآوری اطلاعات
۶	فرضیات تحقیق
۶	سازماندهی تحقیق

### فصل دوم: ادبیات نظری موضوع

۸	مقدمه
۱۰	مبادله
۱۱	نظریه های تجارت بین الملل
۱۱	۱- نظریه مزیت مطلق
۱۲	۲- نظریه مزیت نسبی صادراتی
۱۵	۳- نظریه برخورداری از عوامل تولید
۱۶	- معمای لئونتیف
۱۷	۴- نظریه منحنی عمر محصول
۱۸	۵- نظریه برابری قیمت عوامل ساموئلسون - استولپر
۱۹	۶- نظریه دسترسی کراویس
۲۰	۷- نظریه مزیت رقابتی پورتر
۲۲	جمع بندی



۲۳	تجارت الکترونیکی و جایگاه آن در تجارت بین الملل
۲۳	مقدمه
۲۴	فلسفه شکل گیری تجارت الکترونیکی در تجارت بین الملل
۲۶	تجارت از طریق اینترنت، تجارت الکترونیکی
۲۷	اینترنت و صادرات
۲۹	مزایای تجارت الکترونیکی در راستای توسعه صادرات
۳۰	انقلاب در فن آوری
۳۱	تمایلات تجارت
۳۳	جمع بندی

### فصل سوم: بررسی تاثیر تجارت الکترونیکی بر صادرات

۳۶	مقدمه
۳۷	تاریخچه تجارت الکترونیکی
۴۰	تعریف تجارت الکترونیکی
۴۲	انواع تجارت الکترونیکی
۴۵	مزایای تجارت الکترونیکی
۴۵	- مزایای ملموس و ناملموس تجارت الکترونیک
۴۶	- مزایا برای سازمان ها
۴۸	- دلایل استفاده سازمانها از تجارت الکترونیکی
۵۵	- مزایا برای مصرف کنندگان
۵۶	- مزایا برای جوامع
۵۷	گریز ناپذیر بودن تجارت الکترونیکی
۵۷	توجیه اقتصادی راه اندازی تجارت الکترونیکی در کشور
۶۱	صادرات
۶۲	لزوم تجارت بین المللی در ایران
۶۳	عملکرد صادرات
۶۵	جایگاه صادرات غیرنفتی در اقتصاد کشور
۶۵	نقش صادرات غیرنفتی در افزایش ظرفیت های تولیدی

۶۶	نقش صادرات غیر نفتی در ایجاد اشتغال
۶۶	نقش صادرات غیر نفتی در ایجاد درآمدهای ارزی
۶۶	مشکلات و موانع توسعه صادرات غیر نفتی
۶۸	تجارت الکترونیکی و صادرات
۶۹	بخش های تاثیرگذار تجارت الکترونیک بر صادرات
۶۹	• تاثیرات بانکداری الکترونیکی بر تسهیل صادرات
۷۰	• تاثیرات بیمه الکترونیکی بر تسهیل صادرات
۷۰	• تاثیرات گمرک الکترونیکی بر تسهیل صادرات
۷۰	تاثیر تجارت الکترونیک بر توسعه صادرات در کشورهای در حال توسعه
۷۲	مشکلات اقتصاد و تجارت الکترونیکی در ایران
۷۳	اثرات تجارت الکترونیکی بر اقتصاد کشور
۷۵	تجارت الکترونیکی و محدودیت های صادرات
۷۷	ملزومات توسعه تجارت الکترونیک در ایران
۷۸	پیش نیازهای استقرار و نهادینه شدن تجارت الکترونیک در ایران
۸۲	وضعیت تجارت الکترونیکی در کل جهان
۹۳	تحولات اقتصادی جهان و تاثیر آن بر تجارت

### فصل چهارم: پیشینه تحقیق

۹۶	پیشینه مطالعات تجارت الکترونیکی و تجارت بین الملل
۱۰۶	پیشینه مطالعات صادرات غیر نفتی

### فصل پنجم: برآورد مدل و نتیجه گیری

۱۱۲	شرحی بر مدل و داده های آماری
۱۱۶	روش اقتصاد سنجی
۱۲۴	برآورد مدل
۱۲۷	تفسیر نتایج
۱۲۹	نتیجه گیری و پیشنهادات

پیوست:

داده ها

خروجی های برنامه

## فهرست جداول

فصل اول.....	ندارد
فصل دوم.....	ندارد
	فصل سوم
جدول ۱-۳ میزان صرفه جویی حاصل از الکترونیکی شدن مبادلات در ایران.....	۵۸
جدول ۲-۳ صرفه جویی ناشی از تجارت الکترونیکی در صنایع مختلف.....	۵۹
جدول ۳-۳ حجم تجارت الکترونیکی در صنایع مختلف.....	۶۰
جدول ۴-۳ مقایسه عملکرد صادرات کالاهای غیر نفتی.....	۶۴
جدول ۵-۳ آمار تجارت الکترونیکی.....	۸۲
جدول ۶-۳ برآورد حجم تجارت الکترونیکی در مناطق مختلف جهان.....	۸۶
جدول ۷-۳ میزان GDP سرانه، مشترکین تلفن ثابت و همراه، کاربران اینترنت و رایانه های شخصی در کشورهای منتخب.....	۸۸
فصل چهارم.....	ندارد
	فصل پنجم
جدول ۱-۵ نتایج آزمون پایایی برای کشورهای گروه اول.....	۱۲۲
جدول ۲-۵ نتایج آزمون پایایی برای کشورهای گروه دوم.....	۱۲۳
جدول ۳-۵ نتایج برآورد کشورهای گروه اول.....	۱۲۴
جدول ۴-۵ نتایج برآورد کشورهای گروه اول (حالت لگاریتمی).....	۱۲۵
جدول ۵-۵ نتایج برآورد کشورهای گروه دوم.....	۱۲۵
جدول ۶-۵ نتایج برآورد کلیه کشورهای انتخابی.....	۱۲۶
جدول ۷-۵ نتایج برآورد کلیه کشورهای انتخابی (حالت لگاریتمی).....	۱۲۶
جدول ۸-۵ داده های متغیرهای مختلف برای کشورهای گروه اول.....	پیوست
جدول ۹-۵ داده های متغیرهای مختلف برای کشورهای گروه دوم.....	پیوست
جدول ۱۰-۵ خروجی برنامه Eviews برای کشورهای گروه اول بدون ایران.....	پیوست
جدول ۱۱-۵ خروجی برنامه Eviews برای کشورهای گروه دوم.....	پیوست
جدول ۱۲-۵ خروجی برنامه Eviews برای کشورهای گروه اول با ایران.....	پیوست
جدول ۱۳-۵ خروجی برنامه Eviews برای کلیه کشورها.....	پیوست
جدول ۱۴-۵ خروجی برنامه Eviews برای کلیه کشورها (حالت لگاریتمی).....	پیوست

## فهرست نمودارها

فصل اول.....	ندارد
فصل دوم	
نمودار ۱-۲ تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه صادرات.....	۲۸
نمودار ۲-۲ تأثیر عوامل مختلف بر صادرات.....	۲۹
فصل سوم	
نمودار ۱-۳ مقایسه ارزش عملکرد صادرات کالاهای غیرنفتی در برنامه چهارم توسعه.....	۶۴
نمودار ۲-۳ مقایسه ارزش صادرات کالاهای غیر نفتی طی سالهای ۱۳۸۰-۱۳۸۶.....	۶۵
نمودار ۳-۳ آمار کاربران اینترنت در جهان طی سالهای ۲۰۱۰-۱۹۹۵.....	۹۰
نمودار ۴-۳ آمار کاربران اینترنت در جهان به تفکیک مناطق جغرافیایی.....	۹۱
نمودار ۵-۳ نرخ نفوذ اینترنت در جهان به تفکیک مناطق جغرافیایی.....	۹۲
فصل چهارم.....	ندارد
فصل پنجم.....	ندارد

فصل اول

کلیات

## طرح مسئله (تعریف و اهمیت موضوع):

در شروع هزاره سوم که آن را قرن دانش و فناوری اطلاعات نامیده اند، بسیاری از امور اقتصادی زندگی بشر دستخوش دگرگونیهای بنیادین شده است. بی توجهی به این تغییر سریع و نداشتن سیاست مناسب برای استفاده از مزایای شرایط بوجود آمده سبب می شود که فاصله بین کشورها و جهان توسعه یافته بسیار زیاد شود.

در عصر حاضر همه کشورهای جهان به صادرات کالاها و خدمات توجه بسیاری نشان می دهند و هر یک در این زمینه دارای خط مشی هایی می باشند. برای پرداختن به امر صدور کالا نیز دلایل کافی وجود دارد که از آن جمله می توان به بهبود کیفیت کالاها، تولیدی، افزایش سطح اشتغال، تامین درآمد ارزی و افزایش رشد و توسعه اقتصادی اشاره کرد.

به علت عدم تناسب بین کیفیت کالاها و خدمات و قیمت نسبتا بالای آنها، صادرات غیر نفتی کشور در حد مطلوب نمی باشد. بنابراین لازم است برای دستیابی به حداقل سهم ایران در بازار جهانی یعنی سهم متناسب با جمعیت و مساحت ایران در جهان، روشهای مختلف توسعه تجارت و افزایش صادرات مورد بررسی قرار گیرد.

تکنولوژی اطلاعات، روش کارکرد افراد، سازمانها و دولتها را دگرگون کرده و امور اقتصادی و اجتماعی را تغییر داده است. با بهره گیری از تجارت الکترونیک، مرز جغرافیایی و زمانی بین بازارها از بین می رود و تجارت بین المللی به صورت یک عرصه بهم پیوسته و بدون مرز در می آید.

در یک تعریف ساده، تجارت الکترونیکی را می توان انجام هر گونه امور تجاری و بازرگانی به صورت برخط و از طریق شبکه کامپیوتری بیان کرد. این امور می تواند شامل خرید و فروش عمده یا خرده کالاها، فیزیکی و غیر فیزیکی، ارائه سرویسهای مختلف به مشتریان و دیگر امور تجاری باشد.

تجارت الکترونیک از دیدگاه تجاری، ابزاری است که کسب و کارهای مختلف، شرکای آنها و مشتریان آنها را قادر می سازد که موضوعاتی چون کیفیت خدمات، سرعت تحویل و... را ارتقاء و موضوعاتی چون تهیه، پردازش و کاربرد اطلاعات را کاهش و موضوعاتی چون درصد فروش و صادرات را افزایش دهند.

استفاده از تجارت الکترونیک در چند سال آینده در سراسر دنیا اجتناب ناپذیر بوده، به همین دلیل کشورها مجبورند برای مراودات تجاری خویش این فناوری را مورد استفاده قرار دهند، از طرف دیگر یکی از عوامل پذیرفته شدن در سازمان تجارت جهانی استفاده گسترده از تجارت الکترونیک و اینترنت می باشد.

تجارت الکترونیک به دلیل سرعت و کارایی بالا و کاهش از هزینه مبادله که موفق ترین شیوه کاهش قیمت تمام شده است، توانسته است عرصه جدیدی را در رقابت بگشاید. به طوری که عقب افتادن از این سیر تحول، نتیجه ای جز منزوی شدن در عرصه اقتصاد جهانی و یا داشتن سهم اندک در تجارت خارجی بلاخص سهم صادراتی را در پی نخواهد داشت.

منابعی مانند زیر ساخت فناوری اطلاعات<sup>1</sup>، عوامل اساسی و حیاتی در موفقیت صادرات با استفاده از اینترنت می باشند و امکانات جدیدی را برای صادرکنندگان ایجاد نموده است تا به بازارهای جدید دستیابی پیدا کنند و کارایی آنها در زمینه تقاضای مشتریان را بهبود ببخشند. همچنین توانایی برای مطرح شدن ایده های معتبر و سریعتر را بوجود می آورد و سرعت هماهنگی با تغییرات صنعتی پویا را افزایش می دهد. در واقع اینترنت و تجارت الکترونیک برای شرکتها در بسیاری از صنایع به روش ایجاد درآمد و تعامل با مشتریان و سهامداران، ارائه محصولات و خدمات و فروش الکترونیکی تبدیل گردیده است.

تجارت الکترونیک از طریق مزایای الکترونیکی خود که شامل کانالهای جدید فروش، صرفه جویی مستقیم، توانایی ارائه محصول جدید و عدم وجود محدودیتهای مقیاس تولید و... می باشد، به طور مستقیم به پدیده صادرات تاثیر می گذارد و در بازار صادرات به طور مستقیم منجر به ارتباطات بیشتر و کارایی توزیع برای صادرات می شود و قیمت بالاتر رقابتی برای بنگاههای صادراتی را موجب می شود. به همین جهت فعالان اقتصادی در سراسر جهان به خصوص در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه با به

---

1. IT



کارگیری آخرین یافته های فناوری اطلاعات و ارتباطات به طور فزاینده مبادلات تجارت الکترونیکی خود را گسترش می دهند.

سازمانهای بین المللی به رهبری سازمان ملل و سازمانهای وابسته به آن طی چند سال گذشته با ارائه استانداردها و راهبردهای پیشنهادی به کشورهای عضو، اقدامات عملی برای توسعه تجارت الکترونیکی در جهان را به عمل آورده اند.

دولتها نیز اقدامات گسترده ای برای توسعه تجارت الکترونیکی انجام داده اند. برخی دولتها در کشورهای پیشرفته با بستر سازی حقوقی، قانونی، اقتصادی، مخابراتی و ارتباطی به توسعه تجارت مبتنی بر افزایش صادرات همت گمارده اند.

### هدف از انجام تحقیق:

حضور در بازارهای جهانی با اتکا به شیوه های موفق و کارآمد که خود نمایی از توانمندیهای اقتصادی کشورها را به تصویر می کشد، از جمله ضرورتهای تطبیق با نظام تجارت بین المللی کنونی است. تجارت الکترونیک ابزار توسعه و تسهیل تجارت است و از آنجایی که صادرات نیز به عنوان عنصری از تجارت محسوب می شود از تجارت الکترونیک متاثر خواهد بود. بی شک بهره گیری از فناوری اطلاعات یکی از حلقه های لازم برای افزایش کارایی تجاری و در نتیجه افزایش صادرات در اقتصاد ملی است.

حضور در بازار جهانی با اتکا به شیوه های موفق و کارآمد که خود نمایی از توانمندیهای اقتصادی کشورها را به تصویر می کشند، میسر است. آنچه در این تحقیق به عنوان هدف مطرح است: " بررسی اثر تجارت الکترونیک بر روی افزایش صادرات " می باشد. زیرا توسعه تجارت الکترونیکی با شکستن مرزهای جغرافیایی نه تنها دسترسی به بازار های جدید بلکه انجام فعالیتهای تجاری با هزینه کمتر را میسر می سازد که در نهایت به رشد صادرات منتهی می شود.

## روش تجزیه و تحلیل و استدلال:

اقتصادسنجی به ساختن مدل‌هایی که آزمون سازگار بودن فرمول بندی های نظری و مشاهدات تجربی را مهیا می سازد کمک می کند. به طور کلی مطالعات اقتصادسنجی به درک بهتر فرضیه های پذیرفته شده علم اقتصاد کمک می کند. تجزیه و تحلیل مورد نظر شامل ترکیب سری زمانی و مقطعی می باشد که این گونه تجزیه و تحلیل یکی از موضوعات جدید و کاربردی در اقتصادسنجی است، به این ترتیب که چندین کشور، بنگاه، خانوار و... را در طول زمان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می دهد. ترکیب سری زمانی و مقطعی یک محیط بسیار غنی از اطلاعات را برای گسترش دادن تکنیک های برآورد و نتایج نظری فراهم می آورد. در بسیاری موارد، محققان می توانند از داده های تابلویی<sup>۲</sup> برای مواردی که نمی توان فقط به صورت سری زمانی و یا فقط به صورت مقطعی بررسی کرد، استفاده کنند.

## شرحی بر داده ها آماری و روش گردآوری اطلاعات:

برای شناسایی اولیه از ارزش اسنادی و کتابخانه ای استفاده شد. اما با توجه به محدودیت منابع در مراحل بعدی از جستجو کامپیوتری و جستجو برای داده ها نیز استفاده شد. منابع مورد استفاده اسناد مکتوب و غیر مکتوب، رایانه و نرم افزارهای مرتبط با اقتصادسنجی و تحلیل آماری مانند Eviews و Excell... می باشد. سالهای مورد نظر برای تجزیه و تحلیل، گردآوری اطلاعات ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۶ می باشد و کشورهای انتخابی ایران، آمریکا، کانادا، فرانسه، کره جنوبی، مالزی، سنگاپور، چین، دانمارک و هند می باشند.

---

<sup>۲</sup> . Panel Data

## جنبه جدید بودن و نوآوری تحقیق در چیست؟:

تجارت الکترونیکی انقلابی است که در حال تغییر روشهای تجارت، خرید و حتی نحوه تفکر ماست. انقلاب اطلاعات و اینترنت هر جامعه ای را تحت تاثیر قرار داده است و اندازه آنها دیگر موضوعیتی ندارد. از دیدگاه علمی، فناوری اطلاعات که سرچشمه تجارت الکترونیک می باشند، در کنار مهندسی ژنتیک و دانش هوا فضا، یکی از سه شاخه پیشرو و آینده ساز دانش فراروی بشر به شمار می رود. در بعد اقتصادی نیز "دستیابی سریع به اطلاعات صحیح" کلید پیروزی در عرصه رقابت جهانی، محسوب می شود. امروزه تجارت الکترونیک به عنوان یکی از کاربردهای مهم اینترنت رو به تکامل است و دیری نخواهد پایید که ساختار تجارت و عملیات خرده فروشی را دگرگون سازد.

حرکت به سوی استفاده از فناوری اطلاعات به خصوص تجارت الکترونیک برای سامان بخشیدن و کارایی بالاتر در عرصه فعالیتهای اقتصادی و خدماتی و هر آنچه که به منافع مصرف کننده و تامین کننده ختم می شود، چه برای داخل کشور و چه برای خارج کشور بر کسی پوشیده نیست.

## فرضیات تحقیق:

فرضیات تحقیق به شرح زیر است:

- ۱- تجارت الکترونیک ( ضریب نفوذ اینترنت) موجب افزایش صادرات می شود.
- ۲- تجارت الکترونیک (مخارج سرانه صرف شده روی تکنولوژی اطلاعات) موجب افزایش صادرات می شود.

## سازماندهی تحقیق:

ساختار این پایان نامه بدین صورت است که در ادامه و در فصل دوم، مبانی نظری موضوع، مفاهیم مربوطه و نظریات موجود در زمینه مطالعه بررسی خواهد شد. در فصل سوم به بررسی اثر تجارت الکترونیک بر روی افزایش صادرات پرداخته می شود. در فصل چهارم، سابقه تحقیق مرور می شود. فصل پنجم به شرحی بر مدل، داده های آماری، برآورد مدل و نتیجه گیری اختصاص یافته است.

فصل دوم

مبانی نظری