مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (34) العدد (2) 2012
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (34) No. (2) 2012

التجارة الدولية في الخدمات وموقعها في اتفاقات منظمة التجارة العالمية مع الإشارة إلى تجارة الخدمات في سورية

الدكتور عدنان العربيد*
الدكتور حيان سلمان **
أماني داود***

(تاريخ الإيداع 31 / 1 / 2012. قُبِل للنشر في 21 / 5 / 2012)

□ ملخّص □

يناقش هذا البحث مدى أهمية التجارة الدولية في الخدمات، والمزايا التي تقدمها الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات والتي تعتبر أول اتفاق دولي متعدد الأطراف في هذا المجال في إطار منظمة التجارة العالمية، ويعرض البحث أهم أسباب نمو التجارة الدولية في الخدمات حيث يعتبر كل من التطور التكنولوجي ونشوء شبكات الاتصالات والمعلومات هو الدافع الأول لنموها، كما يناقش البحث المعوقات العامة التي تواجهها التجارة الدولية في الخدمات مبينا الفرق بينها وبين معوقات التجارة الدولية السلعية، كما يوضح العلاقة ما بين النشاط الإنتاجي المادي والنشاط الخدمي على اعتبار أنهما وثيقا الصلة مع بعضهما.

ويستعرض البحث الصادرات والواردات الخدمية السورية وميزان الخدمات السوري، ويجد أن انضمام سورية إلى منظمة التجارة العالمية أمر حتمي وإن كان هذا الانضمام يحمل بعض السلبيات.

الكلمات المفتاحية: منظمة التجارة العالمية، التحرير التجاري، الصادرات الخدمية، الواردات الخدمية.

* أستاذ مساعد– قسم الاقتصاد والتخطيط– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.
** مدرس– قسم الاقتصاد والتخطيط– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.
*** طالبة دراسات عليا (ماجستير)– قسم الاقتصاد والتخطيط– كلية الاقتصاد– جامعة تشرين– اللاذقية– سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (34) العدد (2) 2012
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (34) No. (2) 2012

International Trade in Services and Its Location in World Trade Organization Agreements With Reference to Services Trade in Syria

Dr. Adnan Arbid*
Dr. Hayan Silman**
Amani Daood***

(Received 31 / 1 / 2012. Accepted 21 / 5 / 2012)

□ ABSTRACT □

This research discusses the importance of international trade in services and the advantages which the general agreement on trade in services provides. This agreement is considered as the first multi-members international agreement in this domain. It studies the most important reasons of growing international trade in services. Technological advancement and the establishment of information and communications nets are the initial reason to grow. Also, it discusses the barriers that this trade faces and shows the difference between these barriers and the barriers on international trade in merchandise.

This research explores the Syrian exports and imports of services and the Syrian trade balance of services. It also finds out that Syria joining the World Trade Organization is inevitable even if it has some drawbacks.

Key Words: World Trade Organization, Commercial Liberalization, Exports of Services, Imports of Services.

*Associate professor, Department of Economics And Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.
**Assistant professor, Department of Economics And Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.
***Postgraduate Student, Department of Economics And Planning, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

مقدمة:

أخذت الخدمات تتطور ويتزايد دورها في اقتصادات الكثير من الدول وأصبحت تساهم في النمو الاقتصادي وتلازم عملية الإنتاج المادي بكافة مراحله واكتسبت العديد من الخصائص التي تتميز بها المنتجات المادية والتي من أهمها قابليتها للتبادل الدولي، ورغم ذلك تبقى الفروق الجوهرية بين السلع والخدمات قائمة، وهذه الفروق تعطي لكل منهما خصائصه، كما أصبح القطاع الخدمي يوفر الجانب الأكبر من البنية التحتية الضرورية واللازمة للعمليات الاستثمارية مما يؤكد على أن الفعالية في توصيل وتأمين هذه الخدمات يعد عاملاً هاماً في تحسين الانتاجية الاجمالية للاقتصاد، كما أن تطور عمليات الإنتاج وما أفرزته من تدفق هائل من السلع المختلفة والمتطورة، وبعد تزايد الشركات المتعددة الجنسيات وتعاظم مكانتها في السيطرة على التطور التكنولوجي واستخدامه، والتنافس الحاد بين القوى العالمية للسيطرة على الأسواق الدولية، كل ذلك فرض على الدول الاهتمام بتنظيم التجارة الدولية في الخدمات لتأسيس اقتصاد جديد قائم على المعرفة والمعلومات، وأصبح امتلاك القدرة على تقديم الخدمات لا يقل أهمية عن امتلاك القدرة على تقديم السلع في السوق الدولية، الأمر الذي أدى إلى وضع قضايا الخدمات على جدول أعمال جولة الأورغواي عام 1986 بعد أن كانت الجولات السابقة مقصورة على قضايا التجارة في السلع.

أهمية البحث وأهدافه:

تكمن أهمية البحث في التعرف على الخدمات ودخولها نطاق التجارة الدولية إلى جانب السلع، والتعرف على مدى تطور أرقامها مابين عامي 1980 و2010، ويركز البحث على إظهار معنى القيود المفروضة على التجارة الدولية في الخدمات.

أما أهداف البحث فهي كالتالي:

1. التعريف بالخدمات وأهميتها في النشاط الإنتاجي والتجارة الدولية.
2. تسليط الضوء على الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات كأحد اتفاقات منظمة التجارة العالمية.
3. بيان نقاط المرونة التي تتمتع بها الاتفاقية عند التطبيق.
4. بيان واقع ميزان الخدمات السوري للفترة ما بين عامي 2000 و2010.

طرائق البحث ومواده:

يستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع المعلومات ومناقشتها وتحليلها حيث تم الاعتماد على بيانات التجارة الدولية في الخدمات الصادرة عن منظمة التجارة العالمية ومنظمة الأونكتاد (UNCTAD)، كما تم الاعتماد على المنهجين الاستقرائي والاستنباطي للتوصل إلى النتائج المتعلقة بواقع التجارة الدولية في الخدمات.

النتائج والمناقشة:

أولاً. التعريف بالخدمات ودورها في النشاط الإنتاجي:

1. تعريف الخدمات (Defiition of Services):

ثمة تعريفات كثيرة لما يشكل الخدمة، وتركز التعريفات الحديثة للخدمات على حقيقة أن الخدمة في حد ذاتها لا تنتج ناتجاً (مخرجاً) مادياً ملموساً، وإن كانت تسهل إنتاج السلع المادية، ومن هذه التعريفات ما يلي:

تعريف فيليب كوتلر وآرمسترونغ (Kotler and Armsrong): الخدمة هي نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف (هو منتجها) إلى طرف آخر (هو العميل) ليستخدمها في إشباع حاجات أخرى غير مشبعة، دون أن يترتب على ذلك نقل للملكية من المنتج إلى العميل [1].

وتعرف الخدمات كمكون اقتصادي على أنها نشاط أو فائدة يمكن أن يقدمها طرف لطرف آخر فتكوّن أساساً غير ملموس، ولا تؤدي بالضرورة إلى نقل ملكية أي شيء، وقد يكون إنتاجها مرتبطاً بمنتج مادي [2].

ويمكن تقديم التعريف التالي على أنه تعريف أشمل لمفهوم الخدمات:

هي مجموعة متنوعة من الأنشطة الاقتصادية، لا ترافق بالضرورة عملية تصنيع السلع أو الزراعة أو التعدين، وتتضمن هذه الأنشطة تقديم قيمة مضافة بشرية Human Value Added على شكل عمل أو استشارة أو مهارات إدارية أو ترفيه أو تدريب أو وساطة و غير ذلك [3].

من التعريف السابق نستنتج الخصيصتين التاليتين للخدمة :

1) تدخل ضمن نطاق النشاط الاقتصادي .

2) تحقق قيمة مضافة، و بالتالي فإنها تدخل ضمن مكونات الناتج المحلي الإجمالي GDP للدولة.

2. العلاقة ما بين النشاط الإنتاجي السلعي والنشاط الخدمي:

لقد كان للثورة الصناعية التي قامت في القرن الماضي دور كبير في نشوء الاقتصاد القائم على الخدمات نظراً لحاجة الصناعة بكل مكوناتها ومراحل العملية الصناعية إلى الخدمات ومن هنا نشأت العلاقة الجدلية مابين النشاط الإنتاجي السلعي والنشاط الخدمي والذي سنناقشه فيما يلي:

أ- دراسة علاقة الخدمات بالتصنيع [3]:

شكلت العلاقة المتداخلة بين التصنيع والخدمات، والأهمية النسبية لكلا القطاعين بالنسبة للاقتصاد مجالا واسعا للدراسة والبحث، فقد جادل بعضهم بأن النمو المستمر لنصيب الخدمات في الناتج المحلي الإجمالي وبالمقابل الانخفاض المستمر في نصيب قطاع التصنيع هو أمر مرحلي ولا يمكن استمراره في الأجل الطويل، حيث إن الخدمات تعتمد على قطاع التصنيع بشكل حاسم لنموها. وفي حالة الانخفاض الحاد لدور قطاع التصنيع فإن قطاع الخدمات سوف ينهار، ومن وجهة نظر أخرى يرى بعض الاقتصاديين أن الخدمات أصبحت تشكل قوة دافعة أساسية للنمو الاقتصادي. وبحسب هؤلاء فإن الخدمات لا تتبع وتدعم التصنيع كما هو شائع، وإنما التصنيع هو الذي يتبع الخدمات، ويدللون على ذلك بقولهم أن الصناعة تتجه نحو البلدان التي تتوافر فيها بنية خدمية متطورة.

إن النقاش السابق يوضح العلاقة المتداخلة بين التصنيع والخدمات، ولعل أفضل الأمثلة على العلاقة التبادلية هذه تتمثل في علاقة البرمجيات بالحواسيب، فالتطورات في مجال البرامج تدفع نحو تصنيع حواسيب أكثر قوة، والعكس صحيح. ومن جهة أخرى، فإن الحواسيب والبرامج تعتمد على بعضها بعضاً بشكل كامل، بحيث لا توجد لأي منهما قيمة تجارية بدون وجود الآخر.

ب-سلسلة السلعة – الخدمة (الاتصال بين السلعة والخدمة) The Service – Goods Continuum:

إن ما نقصده بهذه السلسلة هو الاتصال ما بين إنتاج السلعة والخدمة، فمعظم الباحثين النظريين في مجال الأعمال يرون أن هناك اتصالا أو سلسلة ما بين الخدمة الصرفة (أو البحتة) من طرف، والسلعة المادية الصرفة من طرف آخر، وأن معظم المنتجات تقع ضمن هذين الطرفين .

فمنتجات اليوم يدخل ضمنها مكون خدمي بنسبة أعلى مقارنة مما كان عليه الوضع في العقود الماضية، وهذا ما يشار إليه بالخدمات المرافقة للمنتجات (Servitization of Products) ومثال ذلك شركة IMB التي يعتبر عملها كشركة خدمات، تقوم بإنتاج البرامج الحاسوبية ولكنها بنفس الوقت تقوم بتصنيع الحواسيب [4].

أي أنه لا يوجد خدمة مستقلة كلياً عن السلعة وعملية إنتاج هذه السلعة، أو سلعة مستقلة كلياً عن الخدمة، أي أن الخدمة عندما تدخل في تكوين السلعة فإنها تساهم في القيمة المضافة لها، وبذلك تكون المكونات المادية التي كونت السلعة تجعل من السلعة قيمة مضافة مباشرة تدخل ضمن مكونات الناتج المحلي الإجمالي GDP، على حين تكون الخدمات التي أسهمت في إنتاج السلع هي قيم مضافة غير مباشرة. وهنا يمكن القول بأن الخدمات إما أن تأخذ شكل خدمات وسيطة عندما تدخل في إنتاج السلع أو المنتجات النهائية، أو خدمات نهائية (منتجات نهائية) عندما تستهلك حين الطلب عليها، مما يمكننا من تقسيم الخدمات إلى قسمين:

1- خدمات إنتاجية (بين منشآت الأعمال) Business to business services: يتم استخدمها من قبل منشآت العمال كمدخلات لعمليات الإنتاج إي أنها تساهم في تكوين الثروة وتدخل ضمن GDP.

2-خدمات استهلاكية هي التي تستهلك الثروة.

كما أن لخاصية عدم قابلية الفصل هذه عدد من التأثيرات التسويقية المهمة على الخدمات[5]:

1-في حين أن السلع يتم إنتاجها أولاً فإنها بوجه عام تعرض للبيع ثم للمستهلك، أما الخدمات فإنها تباع (عند الطلب عليها)، أي يتم إنتاجها واستهلاكها في نفس الوقت.

2-في حالة السلع، لا يكون المستهلك عادة جزءا من عملية الإنتاج طالما أن المنتَج الذي يتسلمه يفي بتوقعاته وبالتالي يكون راضياً. أما في حالة الخدمات فإن المشاركة الفعالة للزبون في عملية الإنتاج غالبا ما تجعل هذه العملية على نفس درجة أهمية تحديد نتيجة أو محصلة العملية الخدمية.

ثانياً. التجارة الدولية في الخدمات (المفهوم وأسباب النمو):

1. مفهوم التجارة الدولية في الخدمات:

إن التجارة الدولية في الخدمات تتضمن كل الخدمات التي يقدمها قطاع الخدمات المقيم إلى أشخاص غير مقيمين، مع الأخذ بالحسبان صعوبة الفصل بين تجارة الخدمات وتجارة القطاعات الاقتصادية الأخرى نظراً لتزايد التشابكات الداخلية والخارجية بين الأنشطة الاقتصادية وتعقد العمليات الإنتاجية [6].

2. أسباب نمو التجارة الدولية في الخدمات :

هناك أسباب عديدة تفسر تقدم قطاع الخدمات داخلياً، وفي مجال التجارة الدولية بشكل خاص، ومن أهم أسباب قيام التجارة الدولية ما يلي:

1. التطور التكنولوجي و ثورة المعلومات و الاتصالات وظاهرة العولمة: و الذي أدى بدوره إلى تنوع الخدمات وخلق خدمات جديدة تشبع احتياجات الإنسان المتطورة، و بالتالي كان من الضروري انتقال هذه الخدمات من مصادر الإنتاج إلى مصادر الاستهلاك، هذا بالإضافة إلى أن غالبية التقدم التكنولوجي والإنجازات العلمية قد تحققت في إطار هذا القطاع (الاتصالات ، خدمات البنوك ...) و هذا ما يؤدي إلى رفع كفاءة هذا القطاع و سهولة التبادل التجاري.

2. وجود فائض في بعض القطاعات الخدمية في بعض البلدان و عجز في بلدان أخرى، الأمر الذي يزيد من فرص التبادل التجاري.

3. ارتفاع مستوى التعليم و التدريب للأيدي العاملة مع التطور الاقتصادي وتوافر ورخص تكاليف عناصر الإنتاج التي تدخل في صناعات قطاع الخدمات، يزيد من فرص نمو هذا القطاع مقارنة بالقطاع الصناعي، و من ثم فإن تحرير هذا القطاع يساهم في نمو الطلب و السوق و المنافسة و بالتالي يزيد من فرص التجارة الخارجية [7].

4. استغلال مفهوم ميزة التكلفة النسبية: وهذا يعني أن اقتصاد دولة ما سيصدر الخدمات المناسبة لعملية الإنتاج والتي تتميز بانخفاض تكاليف إنتاجها – ويستورد تلك الخدمات التي يتميز بها بلد آخر. وعلى الرغم من تطور مفهوم المزايا النسبية لتفسير فوائد إجمالي الثروة العالمية الناتجة عن استغلال كل بلد لمزاياه من التكلفة النسبية بالوصول إلى المواد الخام وموارد الطاقة وتوافر اليد العاملة في مجال إنتاج السلع، فإن هذا ينطبق تماما على قطاع الخدمات كما هو الحال في الدول التي تتمتع بمواقع سياحية مميزة، حيث يمكن لها أن تقدم ميزة بيع الخدمات السياحية لزبائن من الخارج (الأهرامات في مصر). وفي بعض الأحيان فإن حكومة دولة ما يمكن بنفسها أن تخلق مزايا تكلفة نسبية تحكم هذا القطاع حينما تخفف القواعد التنظيمية والضوابط الرقابية المفروضة على صناعة ما بشكل يسمح لها بإنتاج خدمات للتصدير بتكلفة أقل من المنافسين الأكثر خضوعاً لتنظيم ما.

5. ازدياد نصيب الفرد من الدخل القومي وارتفاع مستوى المعيشة: حيث إن هذه الدخول الإضافية وخاصة تلك المخصصة للإنفاق، جعلت الإنفاق على كثير من الخدمات أمرا ممكنا في الخدمات الترفيهية (كالسياحة والسفر) والخدمات التي يمكن تقديمها من قبل الموردين في الخارج، وبالمقابل فإن التطور الاقتصادي لأي دولة من شأنه أن يؤدي إلى كثير من الخدمات المتخصصة والمنتجة محلياً والتي كانت تشترى من الخارج.

6. السعي الدائم نحو النمو والتوسع والبحث عن أسواق جديدة: فالشركات التي تسعى للنمو تبحث عن أسواق خارجية قادرة على خدمتها بما لديها من سلسة منتجات، وبالتالي فإن الشركة يمكن أن تستثمر في إنتاج خدمات قائمة أو معدلة وإيجاد أسواق خارجية جديدة بشكل لا يعرضها لمخاطر توسيع مزمن لنمط إنتاجها وتغطيتها للسوق .

7. طبيعة الخدمة: فقد تتطلب طبيعة الخدمة أن تصبح الشركة نشطة في السوق الخارجي، وتوسيع نشاطها في هذه السوق ومثال ذلك: خدمات النقل بجميع أشكالها بري جوي بحري.

8. حجم السوق المحلي: هناك بعض الخدمات المتخصصة جدا وتكون السوق المحلية صغيرة جدا بدرجة لا تسمح باستغلال هذه الخدمات أو تحقيق توازن اقتصادي من خلالها، لذلك يجب استغلال الأسواق الخارجية من أجل بناء سوق خاص بهذه الخدمات، وتحقيق سعر تنافسي لها، ومثال ذلك: خدمات هندسة الطيران، وخدمات استكشاف النفط .

9. المرحلة التي تمر بها دورة حياة المنتج: فعندما تصل السوق المحلية لشركة خدمات ما لمرحلة الإشباع من منتجاتها، فإن هذا يدفعها للبحث عن أسواق خارجية، ويتم هذا عندما تصل الخدمة إلى مرحلة النضج من دورة حياتها في السوق المحلية. في حين أنها لا زالت في مرحلة مبكرة من دورة حياتها في الأسواق الخارجية الأقل تطورا [2].

ثالثاً. تطور التجارة الدولية في الخدمات:

يشكل قطاع الخدمات نسبة هامة ضمن النشاط الاقتصادي العالمي، فهو المكون الأسرع نموا في التجارة العالمية، والجدول رقم (1) يبين لنا تطور التجارة في الخدمات خلال الفترة من 1980 حتى عام 2010:

الجدول رقم (1): تطور التجارة الدولية في الخدمات عبر الزمن **مليار دولار أمريكي**

العام	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
الصادرات الخدمية	367	383	781	1175	1435	2415	2755	3290	3780	3350	3695
الواردات الخدمية	403	401	820	850	1435	2345	2650	3085	3490	3145	3510

Source: International trade Statistic for several years, World Trade Organization.

من خلال الجدول السابق نجد أن الصادرات العالمية في الخدمات بلغت مقدار (3290) مليار دولار أمريكي عام 2007، وذلك بمعدل نمو وسطي سنوي قدر بحوالي (8.5%) من إجمالي قيمة الصادرات الخدمية منذ عام 1980. كما أن التجارة العالمية في الخدمات نمت بمعدل أسرع من نمو تجارة السلع (التي كان معدل نموها الوسطي السنوي بمعدل 7.5 % خلال نفس الفترة) كما ازدادت حصة الخدمات من إجمالي التبادل التجاري الدولي بمقدار (3%) خلال الفترة نفسها. وقد بلغت حصة التجارة في الخدمات عام 2007 مقدار (19%) تقريبا من إجمالي هذا التبادل[8]. في عام 2009 انخفضت الصادرات العالمية من الخدمات التجارية بمعدل (12.8 %) مقارنة مع صادرات عام 2008 فقد بلغت هذه الصادرات خلال عام 2008 بمبلغ (3780) مليار دولار أمريكي ، بينما أصبحت في عام (2009) مبلغ (3350) مليار دولار أمريكي (مما يؤكد تأثير الأزمة المالية العالمية). ثم بدأت الصادرات بالتعافي والصعود بسرعة بدءا من النصف الثاني من عام 2009[9].

أما في عام 2010، ازدادت الصادرات الخدمية فقد بلغت (3695) مليار دولار أمريكي، أي بمعدل نمو قدره (10.2%) عن عام 2009، أما الواردات الخدمية فقد ازدادت أيضاً إلى (3510) مليار دولار عام 2010، أي بمعدل نمو قدره (11.6%) عن عام 2009. وكل ذلك يعبر عن التغير في بنية النشاط الاقتصادي المتحول من الزراعة والصناعة إلى الخدمات والخدمات المالية وتكنولوجيا وسائط الإعلام والمعلومات والاتصالات.

رابعاً. المصدرون والمستوردون الأساسيون للخدمات التجارية في العالم خلال العامين 2009 و 2010:

1. المصدرون:

الدول العشرة الأولى (من أصل40 دولة) في العالم والمصدرة للخدمات التجارية خلال عامي 2009 و2010:

الجدول رقم (2): المصدرون الأساسيون للخدمات التجارية

عام 2009				عام 2010			
الترتيب	الدولة	القيمة بالمليار دولار	النسبة المئوية لصادرات الدولة من إجمالي صادرات العالم	الترتيب	الدولة	القيمة بالمليار دولار	النسبة المئوية لصادرات الدولة من إجمالي صادرات العالم
1	الولايات المتحدة الإمريكية	474	14.1%	1	الولايات المتحدة الأمريكية	518	14%
2	المملكة المتحدة	233	7%	2	ألمانيا	232	6.3%
3	ألمانيا	227	6.8%	3	المملكة المتحدة	227	6.1%
4	فرنسا	143	4.3%	4	الصين	170	4.6%

5	الصين	129	3.8%	5	فرنسا	143	3.9%
6	اليابان	126	3.8%	6	اليابان	139	3.8%
7	إسبانيا	122	3.6%	7	الهند	123	3.3%
8	إيطاليا	101	3%	8	اسبانيا	123	3.3%
9	ايرلندا	97	2.9%	9	هولندا	113	3.1%
10	هولندا	91	2.7%	10	سنغافورا	112	3%
مجموع صادرات عشر دول		1743	52%	مجموع صادرات عشر دول		1900	51.4%
إجمالي صادرات العالم		3350	100%	إجمالي صادرات العالم		3695	100%

Source: International trade Statistics 2010,2011,World Trade Organization.

من خلال الجدول السابق نجد أن ترتيب الدول لم يتغير كثيراً ما بين العامين كما احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى على مستوى العالم في تصدير الخدمات، رغم بقاء نسبة المساهمة ثابتة ما بين العامين (14%) وهذا ينطبق على بقية الدول. كما أن مساهمة الدول العشرة الأولى في هذه الصادرات شكلت نسبة (52%) من إجمالي الصادرات العالمية بينما توزعت النسبة الباقية على بقية دول العالم.

2. المستوردون:

الدول العشرة الأولى (من أصل 40 دولة) في العالم المستوردة للخدمات التجارية خلال عامي 2009 و2010:

الجدول رقم (3): المستوردون الأساسيون للخدمات التجارية

عام 2009				عام 2010			
الترتيب	الدولة	القيمة بالمليار دولار	النسبة المئوية لصادرات الدولة من إجمالي صادرات العالم	الترتيب	الدولة	القيمة بالمليار دولار	النسبة المئوية لصادرات الدولة من إجمالي صادرات العالم
1	الولايات المتحدة الأمريكية	331	%10.5	1	الولايات المتحدة الأمريكية	358	10.2%
2	ألمانيا	253	%8.1	2	ألمانيا	260	7.4%
3	المملكة المتحدة	161	%5.1	3	الصين	192	5.5%
4	الصين	158	%5	4	المملكة المتحدة	161	4.6%
5	اليابان	147	%4.7	5	اليابان	156	4.4%
6	فرنسا	126	%4	6	فرنسا	129	3.7%
7	إيطاليا	115	%3.6	7	الهند	116	3.3%
8	أيرلندا	103	%3.3	8	ايرلندا	108	3.1%
9	إسبانيا	87	%2.8	9	إيطاليا	108	3.1%
10	هولندا	85	%2.7	10	هولندا	106	3%
مجموع واردات عشر دول		1566	%49.8	مجموع واردات عشر دول		1694	48.3%
إجمالي واردات العالم		3145	100%	إجمالي واردات العالم		3510	100%

Source: International trade Statistic 2010,2011,World Trade Organization.

من خلال الجدول السابق نجد أن ترتيب الدول لم يتغير كثيراً ما بين العامين على مستوى المستوردات أيضاً كما احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى على مستوى العالم في استيراد الخدمات، رغم بقاء نسبة المساهمة ثابتة مابين العامين (10%) وهذا ينطبق على بقية الدول. كما أن مساهمة الدول العشرة الأولى في هذه المستوردات شكلت نسبة (50%) تقريباً من إجمالي المستوردات العالمية بينما توزعت النسبة الباقية على بقية دول العالم. ويؤكد الجدولان السابقان على هيمنة الدول المتقدمة على التجارة الدولية في الخدمات وذلك لامتلاكها التكنولوجيا الحديثة.

خامساً. القيود على التجارة الدولية في الخدمات:

بداية، لا بد من القول أن القيود المفروضة على التجارة في الخدمات هي قيود أكثر تعقيدا من القيود المفروضة على التجارة في السلع والتي عادة ما تأخذ شكل الرسوم الجمركية أو القيود الكمية على المستوردات وهذه القيود تؤثر بشكل مباشر على أسعار السلع الأجنبية المستوردة، حيث إن هذا التأثير يمكن قياسه بسهولة حسب التعرفة الجمركية أو القيد الكمي المفروض، وفي المقابل فإن القيود المفروضة على التجارة في الخدمات عادة ما تأخذ شكل التنظيم الحكومي [10]، أي القوانين والقواعد الحاكمة لتبادل الخدمة، والتي قد تتعلق بالعرض أو الاستهلاك أو كليهما معا، فعلى سبيل المثال تستلزم القواعد التنظيمية الحاكمة لتقديم خدمة طبية معينة ترخيصا من السلطات المختصة لتقديمها داخل السوق المحلية، حيث غالبا ما يتم إصدار هذا الترخيص بناء على مواصفات وشروط معينة يجب توافرها في مقدم الخدمة (الطبيب في هذه الحالة)، مما يتطلب مستوى معين من التعليم والخبرات والمهارات التي يجب توافرها [11]. وتنظم الدول أسواق الخدمات من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف، فعلى سبيل المثال، إن القيود المفروضة على شراء العملة الأجنبية لدفع ثمن الخدمات المستوردة عادة ما يكون جزءاً من النظام العام للقيود على المدفوعات والتي تهدف إلى مواجهة العجز في ميزان المدفوعات، والقيود على دخول وإقامة الموردين الأجانب تشكل جزءاً من نظام الهجرة الشاملة وسياسات سوق العمل في كل بلد، وتُعدُّ القيود الأكثر شيوعاً هي التي تمنع وصول الموردين الأجانب للأسواق ففي الولايات المتحدة الأمريكية لا يسمح لشركات الطيران الأجنبية بخدمة مسارات الطيران المحلية وفي البرازيل وتشيلي فيما يتعلق بخدمات النقل البحري يفرض على مزودي الخدمات الأجانب إقامة كيان تجاري لهم على شكل شراكة مع مزودي الخدمات المحليين وأن يتم نقل المحتويات على متن سفن حكومية حصراً وأن تكون أغلبية الطاقم العامل على السفن الوطنية من العمالة المحلية، وعلى هذا يمكن القول بأن هناك علاقة وثيقة الصلة بين السياسات التجارية والأهداف ذات الصلة باللوائح التنظيمية مما يجعل الأمر أكثر صعوبة لتحرير التجارة الدولية في الخدمات.

ومن هنا نجد بأن مفهوم تحرير التجارة الدولية في الخدمات ينصرف إلى عملية اتخاذ الإجراءات التي توسع فرص دخول موردي الخدمات الأجنبية للسوق المحلية أو تقلل التحيز اتجاههم في مواجهة الموردين المحليين، بالإضافة إلى ذلك، فإن مفهوم التحرير يشير إلى حرية مستهلكي الخدمة في أي بلد في اختيار أي من موردي الخدمة، أو الطريقة التي يتم بها عرضها، وعليه فإن المعنى ينصب أساسا على إلغاء القيود التي يفرضها التدخل الحكومي في مجال تجارة الخدمات، إلا إذا كان ذلك التدخل يتم لأسباب سيادية ويفرض القيود على خدمات بذاتها سواء كان عارضها من الموردين المحليين أم الأجانب [12]. كما لا بد من الإشارة من أن هذه القيود تكون ذات طبيعة محلية متعلقة بكل بلد على حدة أكثر من كونها قيود خارجية. ومن هنا فقد انصب اهتمام المتفاوضين في جولة الأورغواي على بحث القوانين والإجراءات والاتفاق حول تخفيفها أو إلغائها للوصول إلى تحرير التجارة في الخدمات المختلفة.

سادساً. موقع الخدمات في اتفاقات منظمة التجارة العالمية:

في عام 1946 تفاوضت أكثر من 50 دولة حول مشروع ميثاق لإنشاء منظمة التجارة العالمية لوضع نظام للتعامل مع التجارة العالمية والخدمات الدولية والاستثمارات، وأسفرت مفاوضات (23) دولة عن التوصل إلى توقيع الاتفاقية للتعريفات والتجارة الجات (GATT)- والتي هي الأحرف الأولى من التسمية التالية: General Agreement on Tariffs and Trade- لتقوم بالدور الذي يجب أن تقوم به المنظمة وذلك في 1947/10/30 وبدأ تنفيذها في 1948/1/1، حيث اعتبرت الجات في ذلك الوقت بمثابة معاهدة أو اتفاقية يتم العمل بها إلى حين إنشاء منظمة التجارة العالمية، وأصبحت تمثل الآلية الوحيدة التي تحكم وتنظم التجارة العالمية منذ ذلك التاريخ [13].

وكان الهدف الأساسي للجات هو تحرير التجارة الدولية وتوطيد دعائم نظام تجاري عالمي يقوم على اقتصاد الأسواق الحرة المفتوحة وبناء على هذا فقد كان يفرض على كل دولة تنضم إلى الجات أن تلتزم بالسعي الجاد والمستمر والتدريجي بإزالة كافة الحواجز المفروضة على تجارتها الخارجية تصديراً واستيراداً .

وقد جرى تطوير هذه الاتفاقية من خلال عدة جولات بدءاً من عام 1947 بجولة جنيف وانتهاءً بجولة الأورغواي التي بدأت عام 1986 وانتهت عام 1994والتي كان من أهم نتائجها إنشاء منظمة التجارة العالمية التي بدأت عملها مع مطلع عام 1995، وقد تضمنت اتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية الاتفاقات التالية:

أ- الاتفاقات متعددة الأطراف بشأن التجارة في السلع والتي تضمنت الاتفاقات الفرعية التالية: الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة 1994 (GATT)، اتفاق بشأن الزراعة، اتفاق بشأن تطبيق تدابير الصحة والصحة النباتية، اتفاق بشأن المنسوجات والملابس، اتفاق بشأن القيود الفنية أمام التجارة، اتفاق بشأن إجراءات الاستثمار المتصلة بالتجارة، اتفاق بشأن تطبيق المادة السادسة من الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة 1994، اتفاق بشأن تطبيق المادة السابعة من الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة 1994، اتفاق بشأن الفحص قبل الشحن، اتفاق بشأن قواعد المنشأ، اتفاق بشأن إجراءات تراخيص الاستيراد، اتفاق بشأن الدعم والإجراءات التعويضية، اتفاق بشأن الوقاية.

ب-الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات.

ت-اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية.

ث-اتفاق بشأن القواعد والإجراءات التي تحكم تسوية المنازعات.

ج-آلية مراجعة السياسة التجارية.

ح-الاتفاقيات التجارية المتعددة.

وبذلك نجد أن الخدمات قد أفرد لها اتفاقية خاصة بها.

سابعاً. الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات GATS :

يعدُّ موضوع الخدمات من العلامات المميزة لجولة الأورغواي بعد أن كانت الجولات السابقة مقصورة على قضايا التجارة في السلع وتخفيض التعريفة الجمركية وغيرها من العوائق التي تقف في طريق التجارة الدولية. وفي نهاية هذه الجولة تم توقيع الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات GATS (General Agreement on Trade in Services).

1. هدف الاتفاقية:

تهدف اتفاقية الجاتس من خلال المفاوضات متعددة الأطراف إلى التحرير المتصاعد للتجارة في الخدمات عن طريق إزالة القيود المفروضة عليها وذلك ضمن إطار من المبادئ والالتزامات، وبموجب نصوص هذه الاتفاقية تنشأ نوعين من الالتزامات على الدول الأعضاء:

التزامات عامة: وهي المتضمنة في أحكام ومبادئ الاتفاقية والضوابط التي تضعها وهي ملزمة لجميع الأعضاء دون استثناء. *والتزامات محددة:* وهي المتضمنة في جداول العروض المقدمة من كل دولة عضو والتي تلتزم بموجبها بتحرير قطاعات خدمية معينة وتحدد من خلالها مدى التحرير الزمني الذي تنوي القيام به ومعاييره والمؤهلات الواجب توافرها لمنح الموردين الأجانب للخدمات المعاملة الوطنية [14].

2. طرق توريد الخدمات التي حددتها الاتفاقية:

تحدد الاتفاقية في المادة الأولى منها المقصود بالتجارة في الخدمات اعتماداً على نمط تأدية الخدمة، فالتجارة في الخدمات قد تأخذ أحد الأشكال التالية:

1. انتقال الخدمة عبر الحدود (Cross Border Supply): وهو مالا يستدعي انتقال مقدم الخدمة إلى دولة المستهلك ومثال ذلك خدمات شركات التامين والبنوك والمكاتب الهندسية.

2. التواجد التجاري (Commercial Presence): ويقصد به تقديم الخدمة من خلال شركة أو فرع في دولة المستهلك ومثال ذلك خدمات البنوك من خلال إقامة فرع لبنك أجنبي، ووجود الشركات الأجنبية في دولة ما، ومكاتب التمثيل.

3. الاستهلاك في الخارج (Consumption Abroad): ويقصد به انتقال طالب الخدمة للخارج لاستهلاكها هناك مثل السياحة والخدمات الطبية أو سفر الطلاب للتعلم في الخارج.

4. انتقال الأشخاص الطبيعيين إلى الخارج لتقديم الخدمة (Presence Natural Person): كما يحدث في حالة الخبراء والمستشارين.

3. مجال الاتفاقية ونطاق تطبيقها:

استبعدت الاتفاقية الخدمات المتعلقة بالوظائف الحكومية البحتة نهائياً والتي تقدم بهدف غير تجاري ولا تدخل ضمن شروط المنافسة، ومثال ذلك: خدمات البنوك المركزية والسلطات النقدية والضمان الاجتماعي أو أنظمة التقاعد الحكومية والخدمات المالية الأخرى التي تديرها المؤسسات العامة الحكومية لحساب الحكومة أو بضمانها أو باستخدام المصادر المالية الحكومية. أما القطاعات التي شملتها الاتفاقية والتي تنطبق عليها شروط المنافسة فهي كالتالي: خدمات قطاع الأعمال التجارية مشتملاً على الخدمات المهنية والمحاسبية والخدمات العقارية، خدمات قطاع التشييد والخدمات الهندسية، خدمات التوزيع (الوكالات التجارية، الوكالة بالعمولة)، خدمات التعليم، خدمات البيئة، الخدمات المالية (مصارف، شركات تأمين، أسواق المال)، الخدمات الصحية، خدمات السياحة والسفر، الخدمات الترفيهية والرياضية والثقافية، الخدمات الاستشارية (في مجال التكنولوجيا والتعليم والهندسة)، خدمات الاتصالات بكافة أنواعها (البريد والبريد السريع والاتصالات والخدمات السمعية والمرئية)، والخدمات الأخرى القابلة للتسويق دولياً.

4. التزامات (مبادئ) الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات:

الالتزامات العامة: وهي عديدة نذكر منها ما يلي:

أ- مبدأ الدولة الأولى بالرعاية Most Favored-Nation Treatment:

نصت على هذا المبدأ المادة (2) من القسم الثاني من الاتفاقية ، ويقصد به عدم التمييز بين موردي الخدمات الأجانب من حيث الدخول إلى الأسواق وشروط التشغيل، وبحسب هذا الشرط يلتزم كل عضو أن يمنح الخدمات وموردي الخدمات من أي عضو آخر معاملة لا تقل رعاية عن تلك التي يمنحها لما يماثلها من الخدمات وموردي الخدمات من أي بلد آخر. وبالتالي فإن أي ميزة تتصل بتجارة الخدمات تمنح لأي طرف تمتد تلقائياً لتشمل الأطراف الأخرى. وقد تقرر على هذا المبدأ نوعان من الاستثناءات؛ النوع الأول: استثناء خاص مقرر للمناطق المتجاورة حدودياً والتي تخضع لعدة بلاد، حيث يجوز منح عضو ما مميزات خاصة لتبادل الخدمات التي تنتج وتستهلك محلياً ضمن هذه المناطق الحدودية تطبيقاً لحق الجوار، أما النوع الثاني فهو الاستثناءات العامة: التي يحق فيها لعضو ما الخروج عن مبدأ الدولة الأولى بالرعاية وأن يتخذ إجراء لا يتفق مع هذا المبدأ، بشرط أن يكون هذا الإجراء مدرجاً في ملحق خاص ومستوفياً للشروط الخاصة به، وهذا الاستثناء يشمل كافة أشكال الخدمات.

ب-مبدأ الشفافية Transparency:

أي إتاحة المجال أمام الأعضاء الآخرين للوقوف على كافة التدابير والتشريعات التي يطبقها العضو وتكون ذات تأثير على أحكام هذه الاتفاقية، وكذلك الالتزام بنشر جميع الاتفاقيات الدولية المتعلقة بالتجارة في الخدمات أو المؤثرة فيها والتي يكون العضو قد وقع عليها. ولتحقيق هذا المبدأ يقوم كل عضو بإخطار مجلس التجارة في الخدمات بأية قوانين أو مبادئ توجيهية أو إدارية جديدة أو بأية تعديلات على التدابير القائمة بالفعل، وكل ما عليه أن يبلغ منظمة التجارة العالمية بهذا التعديل قبل سريانه بثلاثة أشهر وعليه تعويض الأعضاء المتضررين. ولا ينشأ عن هذا المبدأ التزام الأعضاء بتقديم معلومات يمكن في حال إفشائها إلحاق الضرر بالمصلحة العامة أو مصالح المنشآت التجارية [14].

ت-زيادة مشاركة الدول النامية Increasing Participation of Developing Countries:

من خلال تشجيع وتسهيل مشاركة الأعضاء من الدول النامية في التجارة الدولية من خلال الالتزامات المحددة والتي يتفاوض عليها مختلف الأعضاء والتي تتعلق بالأمور التالية:

-تعزيز وتقوية كفاءة وجودة الخدمات المحلية وزيادة قدرتها التنافسية عن الطريق السماح للدول النامية بالحصول على التكنولوجيا على أسس متطورة.

-تحسين إمكانية وصولها إلى قنوات التوزيع وشبكات المعلومات

-تحرير الوصول إلى الأسواق في القطاعات الخدمية وطرق التوريد ذات الأهمية التصديرية لها.

-تنشئ الدول المتقدمة الأعضاء وغير الأعضاء خلال سنتين من سريان اتفاقية WTO نقاط اتصال لتسهيل وصول موردي الخدمات في البلاد النامية إلى المعلومات المتصلة بأسواقها والمتعلقة بالجوانب التجارية والفنية في توريد الخدمات.

-تعطى أولوية خاصة في تنفيذ الفقرتين (1) و(2)، للأعضاء من البلدان الأقل نمواً وللصعوبات التي تواجهها، في قبول الالتزامات المحددة التي يتم التوصل إليها نظراً لوضعها الاقتصادي المتردي ولاحتياجاتها التنموية والمالية والتجارية[14].

ث-القواعد والإجراءات المحلية Domestic Regulation:

أي الأحكام التي تنظم التجارة الدولية على المستوى الوطني، وتحدد هذه الأحكام في إطار الاتفاقية أسلوب استصدار التراخيص اللازمة لتوريد الأجانب للخدمات في أراضي عضو آخر وتلزم الأعضاء بإخطار موردي الخدمات الأجانب بالقرار الذي تم اتخاذه بشأن طلباتهم لتوريد الخدمات سواء كان القرار إيجاباً أو سلباً. ويكون لمجلس التجارة في الخدمات دور في وضع الضوابط و الإجراءات الضرورية للحيلولة دون استخدام الشروط الموضوعة لتحديد المؤهلات والمعايير الفنية وشروط التراخيص كعوائق غير ضرورية أمام التجارة في الخدمات، وأن تقوم مثل هذه الشروط والضوابط على معايير الموضوعية والشفافية وأن لا تشكل قيوداً على توريد الخدمات [14].

ج-المدفوعات والتحويلات والقيود الخاصة بميزان المدفوعات Restrictions to Safeguard the Balance of Payment:

نصت الاتفاقية على أنه لا يجوز لأي عضو فرض قيود على التحويلات والمدفوعات الدولية لقاء عمليات جارية تتصل بالتزاماته المحددة إلا في الظروف المذكورة في المادة الثانية عشرة من هذه الاتفاقية، والمقررة لحماية ميزان المدفوعات عندما يتعرض لصعوبات مالية خطيرة (عجز)، حيث تجيز هذه المادة للعضو بأن يبقي قيوداً على التجارة في الخدمات التي قام بتقديم التزامات محددة بشأنها بما فيها المدفوعات والتحويلات مقابل عمليات تتعلق بهذه الالتزامات وقد حددت الاتفاقية الشروط الواجب توافرها في القيود المفروضة لحماية ميزان المدفوعات وقررت أن تؤسس على ما يلي [7]:

- لا تميز بين الأعضاء في فرض قيود (مبدأ عدم التمييز).
- أن تتوافق مع النظام الأساسي لصندوق النقد الدولي والمتعلقة بتحويل النقد الأجنبي، وألا يفرض العضو أي قيود على عملياته الرأسمالية بما يتعارض مع التزاماته المحددة.
- ألا تسبب أضرار غير ضرورية للمصالح التجارية والاقتصادية والمالية لأي عضو آخر.
- هذه الإجراءات مؤقتة ويجب تصفيتها على مراحل مع تحسن الأوضاع الاقتصادية في ميزان المدفوعات.

ح-الاعتراف بشروط ومتطلبات الخدمات المهنية Recognition:

تنص الاتفاقية على ضرورة التزام كل عضو بقبول مؤهلات موردي الخدمات الأجانب وفق المعايير المتفق عليها عالمياً. وإذا كانت هناك معايير خاصة بالدولة العضو فإن عليها إخطار مجلس تجارة الخدمات بهذه المعايير، وخاصة فيما يتعلق بالتراخيص للأجانب للعمل داخل الحدود السياسية.

الالتزامات المحددة: وتتضمن الالتزامات المحددة مبدأين أساسيين[15]:

أ- مبدأ النفاذ إلى الأسواق Market Access:

أي على الدولة العضو اختيار القطاع الذي ستنفذ فيه تعهداتها، أما القطاعات التي تركت من قبل الدولة العضو هي تلك القطاعات التي لم تتعهد بشأنها الدولة بشيء فيما يتعلق بالنفاذ إلى السوق، وفي القطاعات التي اختارها العضو للتعهدات لابد من ضمان النفاذ الحر، فيما عدا حالة قيامه بتحديد بعض الشروط في تعهداته والتي تكون في قطاع خدمي معين. وقد عرض الاتفاق لبعض أشكال التدابير التي لا ينبغي أن يتبناها أو يحتفظ بها العضو إلا في حالة الإشارة إليها في جداوله حيث تعتبر نافذة وهي:

- تحديد عدد الخدمات المقدمة.
- تحديد قيمة المعاملات في الخدمات أو الأصول الكلية للمعاملة الخدمية.

- تحديد الكمية الكلية من ناتج الخدمات.
- تحديد عدد الأشخاص الطبيعيين الذين يمكن توظيفهم في عرض الخدمة.
- تحديد الكيانات القانونية التي يمكن أن تقدم من خلالها الخدمات.
- تحديد مساهمة أو مشاركة رأس المال الأجنبي.

ب-المعاملة الوطنية National Treatment:

أي قيام الدولة العضو بمعاملة موردي الخدمات لأي من الدول الأعضاء معاملة مماثلة للمعاملة التي يتلقاها الموردون المحليون للخدمات وينطبق ذلك على قطاعات الخدمات التي تحددها الدولة في جدول الالتزامات.

ثامناً. مزايا الاتفاقية والتي تتضمن التحفيز المستمر للتجارة الدولية في الخدمات:

من خلال ما سبق ذكره من المبادئ يمكن أن نستخلص عدداً من المزايا التي تتمتع بها الاتفاقية وتعطي الدول الأعضاء فيها مرونة في التطبيق بشكل يضمن النمو المستمر للتجارة الدولية في الخدمات:

1- يعدُّ الاتفاق أول مجموعة من القواعد المتعددة الأطراف والوحيدة التي تغطي إجراءات الحكومة المؤثرة على التجارة الدولية في الخدمات

2- يغطي الاتفاق جميع الخدمات ذات الطابع التجاري التنافسي باستثناء التي يتم تزويدها ضمن نطاق ممارسة الحكومة لسلطتها

3- تستطيع الدول الأعضاء أن تختار القطاعات الخدمية أو القطاعات الخدمية الفرعية التي ستقوم بعمل التزامات فيها تضمن حق مزودي الخدمات الأجانب ويجب أن يكون لكل عضو جدول التزامات يعكس أهداف السياسة الوطنية ومستويات التنمية الاقتصادية.

4- تستطيع الحكومات تحديد مستوى الدخول للسوق ودرجة المعاملة الوطنية المستعدة لضمانها للموردين الأجانب

5- قررت الاتفاقية أنه يحق لكل عضو أن يعدل أو يسحب أي التزام مدرج على جدوله متى شاء، ولكن بشرط انقضاء ثلاث سنوات على موعد بدء سريان الالتزام، وهنا على العضو إخطار مجلس التجارة في الخدمات بهذا السحب أو التعديل بما لا يقل عن ثلاثة أشهر من الموعد المقرر لتعديل أو سحب الالتزام. وقد أجبرت الاتفاقية العضو أن يدخل في مفاوضات مع الأطراف الأخرى المتضررة (بسبب السحب أو التعديل) لعمل ترتيبات تعويضية.

6- استثنت الاتفاقية من شرط الدولة الأولى بالرعاية الدولة العضو التي تمنح مزايا خاصة لبعض الدول من خلال اتفاقات ثنائية شريطة أن لا يتجاوز سريانها عشر سنوات من تاريخ نفاذ اتفاقية الخدمات (سرت الاتفاقية في مطلع عام 1995)، ثم يطبق مبدأ الدولة الأولى بالرعاية على الامتيازات الممنوحة وتجرى مراجعة الاستثناءات الممنوحة بعد مرور خمس سنوات من قبل مجلس تجارة الخدمات.

7- من المبادئ الأساسية للاتفاقية أنها تراعي مراحل النمو والتطور في الدول النامية من خلال السماح لها بالتحرير التدريجي لقطاعاتها الخدمية بشكل يتوافق مع وضع نموها الاقتصادي، وبصفة عامة فإن التزامات الدول النامية أقل شمولية من التزامات الدول الصناعية.

8- تطبيق التشريعات المحلية: حيث تسمح الاتفاقية لكل دولة عضو الحق في تطبيق قوانينها وتشريعاتها المحلية، والرقابة على مؤسساتها الخدمية دون أن يتعارض ذلك مع اتفاقية تجارة الخدمات.

9- إمكانية التوقف المؤقت عن العمل بالالتزامات التي تقدمت بها الدول الأعضاء في حالة تعرض هذه الدول إلى ظروف صعبة كمشاكل العجز في ميزان المدفوعات وغيرها من هذه الظروف.

تاسعاً. الميزان الخدمي السوري:

بداية لابد من القول أن قطاع الخدمات في بلدنا تتوافر لديه المقومات الأساسية لفرص النجاح والتطور حيث إنه لا زال في بداية الطريق، وأن تجارة الخدمات لدينا ما زالت في مراحلها الأولى ولم تتوافر لديها البنية التحتية اللازمة لانطلاقها، ولما تكتمل بعد ملامح التشريعات الناظمة لعمل هذا القطاع بشكل عام، رغم سن تشريعات خاصة ببعض القطاعات كالعقارات والتعليم والخدمات النفطية والصحة والمصارف والتأمين (قانون لإنشاء المصارف وشركات التأمين الخاصة)، هذا ويشكل قطاع الخدمات أهمية كبيرة في التجارة الخارجية السورية استيرادا وتصديرا من خلال تفوق الصادرات الخدمية على الواردات الخدمية وتغطيتها للعجز في الميزان التجاري السلعي ومن هنا كان لابد لنا بعد كل العرض السابق عن التجارة الدولية في الخدمات وأهميتها من عرض الميزان التجاري الخدمي السوري، والجدول رقم (3) يبين لنا الصادرات والواردات الخدمية السورية والميزان الخدمي ونسبة التغطية خلال الفترة 2000 إلى 2010 :

الجدول رقم (4): صادرات وواردات الخدمات في سورية **نسبة مئوية ومليون دولار**

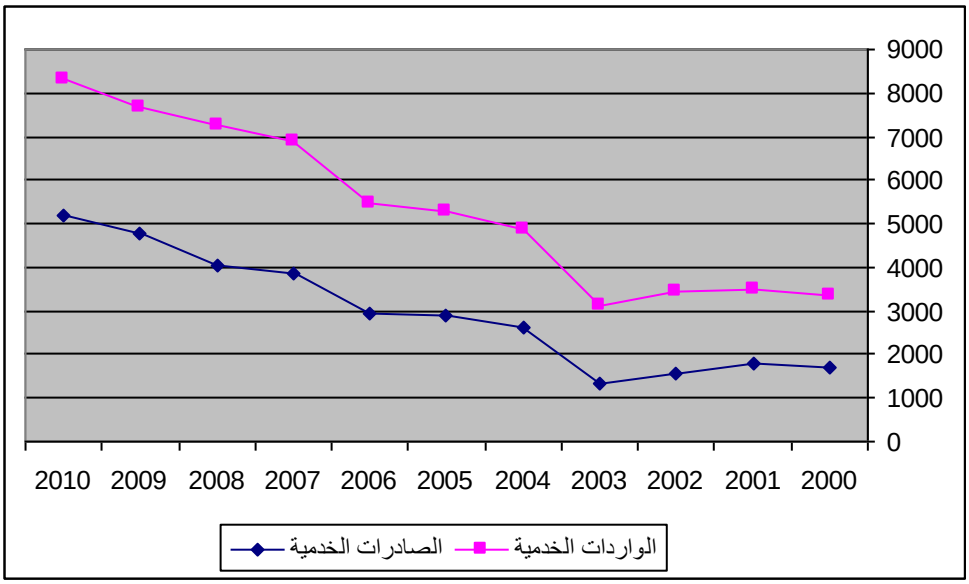
السنوات	الصادرات	الواردات	الميزان الخدمي	معدل نمو الصادرات	معدل نمو الواردات	نسبة التغطية
2000	1699	1667	32			102%
2001	1781	1694	87	5%	2%	105%
2002	1559	1883	-324	-12%	11%	83%
2003	1331	1806	-475	-15%	-4%	74%
2004	2613	2235	378	96%	24%	117%
2005	2910	2359	551	11%	6%	123%
2006	2924	2520	404	0.05%	7%	116%
2007	3862	3013	849	32%	20%	128%
2008	4040	3202	838	5%	6%	126%
2009	4798	2866	1932	19%	-10%	167%
2010	5205	3089	2116	8%	8%	169%

الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات منظمة الاونكتاد

من خلال الجدول السابق نجد مايلي:

أ- زادت الصادرات الخدمية من (1699) مليون دولار عام 2000 إلى (1781) مليون دولار عام 2001 وبمعدل نمو قدره (5%)، ثم أخذت بالتناقص حتى أصبحت (1331) مليون دولار عام 2003، ثم بدأت بالتزايد بدءا من عام 2004 فقد بلغت (2613) مليون دولار وبمعدل نمو قدره (96%) لتصل أقصى قيمة لها في عام 2010 حيث أصبحت (5205) مليون دولار.

ب–أما الواردات الخدمية فقد زادت من عام 2000 إلى عام 2001 بمعدل نمو قدره (2%) ثم أخذت بالتناقص عام 2003 لتصل إلى (1806) مليون دولار، ثم أخذت بالتزايد بدءا من عام 2004 وبمعدل نمو قدره (24%) لتصل أعلى قيمة لها في عام 2010 إلى 3089 مليون دولار وبمعدل نمو قدره (8%). والشكل البياني رقم (1) يبين لنا تطور الصادرات والواردات الخدمية خلال الفترة المذكورة:



الشكل رقم (1): تطور الصادرات والواردات الخدمية السورية

ت–شهد الميزان الخدمي تحسنا واضحا ما بين علمي 2000 و 2010، فقد حقق فائضا مقداره (32) مليون دولار عام 2000، ولكنه تراجع كثيرا عامي 2002و2003 محققا عجزا مقداره (324) مليون دولار و(475) مليون دولار على التوالي ومن أسباب ذلك حرب أمريكا على العراق، والتي أثرت بشكل سلبي على نشاطي السياحة والسفر اللذين يشكلان الجزء الأكبر من النشاط الخدمي في سورية. ثم حقق الميزان الخدمي فائضا مقداره (378) مليون دولار عام 2004 ثم أخذ هذا الفائض بالزيادة، حيث حقق أعلى قيمة له في عام 2010 وبرصيد موجب مقداره (2116) مليون دولار .

ث–بلغت نسبة التغطية (الصادرات / الواردات) لعام 2000 مقدار (102%)؛ أي أن كل 100 دولار واردات يقابلها صادرات بـ102 دولار. ولكن هذه النسبة انخفضت إلى أقل من (100%) عامي 2002و2003 لتصبح 83 % و74 % على التوالي، ثم طرأ عليها تحسن منذ عام 2004 لتصبح (117%) ، وهكذا حتى عام 2010 حيث بلغت نسبة التغطية (196%) وهي نسبة جيدة.

ج–وبالمقارنة مع الميزان التجاري السلعي فإن نسبة التغطية كانت 112 % لعام 2003 ثم أصبحت خلال السنوات اللاحقة أقل من (100%)، فقد بلغت (89 %) عام 2004 وتابعت تراجعها عام 2005 لتصل إلى (84.4%)، ثم طرأ عليها تحسن عام 2006 فقد بلغت (95%)، ثم عاودت انخفاضها إلى(84.6%) عام 2007، وهذا يعني أنه خلال تلك الفترة كانت الصادرات السلعية السورية غير قادرة على تغطية الواردات السلعية، مما شكل

نزيفا للاحتياطي من القطع الأجنبي، ويرد ذلك بصورة أساسية لانخفاض درجة مرونة الصادرات السلعية والتي ترجع إلى الاختلال الهيكلي الذي يعاني منه الاقتصاد السوري [15].

وبالتالي يتميز الميزان الخدمي السوري بارتفاع نسبة التغطية وتحقيقه للفائض التجاري وبالتالي مساهمته في تغطية العجز في الميزان السلعي السوري، وهذا بدوره يخفف من استنزاف الاحتياطي من القطع الأجنبي ويخفف من حدة الانكشاف التجاري للخارج، وخاصة أن أغلب صادراتنا السلعية هي من المواد الخام والتي شكلت نسبة وسيطة خلال الفترة من عام 2004 إلى عام 2008 قدرها (51 %) من إجمالي الصادرات السلعية وهي نسبة كبيرة وتحرمنا من الكثير من الفوائد والمزايا، ومنها إمكانية تعظيم القيمة المضافة، وتحقيق الأمن الغذائي، وتحسين وضع الميزان التجاري، وبالتالي ميزان المدفوعات [16].

هذا بالإضافة إلى أن التحليل الدقيق للميزان التجاري السلعي في سوريا يقتضي عزل أثر الصادرات النفطية، إذ شكلت هذه الصادرات وبشكل وسطي (52%) من إجمالي الصادرات السورية ما بين عامي 2000و2008، فالميزان التجاري السوري في حالة فائض مع النفط أحيانا، وفي حالة عجز بدونه.

وقد قامت سورية بالتقدم بطلب رسمي للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية بتاريخ 2001/10/22 ولم يدرج على جدول اجتماعات هذه المنظمة لدراسته. كما تم مجدداً تأكيد طلب الانضمام بتاريخ 2004/1/29. وتم أخيراً الموافقة على انضمام سورية في مطلع شهر أيار لعام 2010 بصفة مراقب.

ويمكن تبرير سعي سورية للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية على الرغم من المخاطر المحتملة بأنه لا يمكن البقاء خارج النظام التجاري الدولي الجديد، وسواء كانت سورية عضواً في هذه المنظمة أم لا فهي ليست بمنأى عن تأثير قواعدها، كما أن اتفاقيات جولة الأوروغواي ستصبح نافذة في مواعيد محددة تبعاً لفترات السماح التي أجازتها الاتفاقيات سواء للدول المتقدمة أو النامية بغض النظر عما إذا كانت الدولة عضواً في منظمة التجارة أم لا، وهذا سيمنح الوقت للدول النامية ومنها سورية لتسوية أوضاعها بما يتلاءم مع الإجراءات والسياسات التي تتطلبها هذه الاتفاقات، وإن أي دولة ستنضم في المستقبل ستكون ملزمة بتطبيق الاتفاقات في مواعيدها المحددة، ولهذا فإن تأخير انضمام سورية للمنظمة ليس في مصلحتها لأن ذلك سيقصر المدة المتاحة لإجراء الإصلاحات المطلوبة في هياكلها الاقتصادية وأنظمتها التجارية التي تتطلبها اتفاقات منظمة التجارة العالمية [17].

الاستنتاجات والتوصيات:

1. اتفاقية التجارة في الخدمات من الاتفاقات المرنة التي تستطيع الدول على اختلاف مستويات التنمية الاقتصادية فيها أن تتعامل معها. فالالتزامات تنقسم فيها إلى التزامات عامة والتزامات محددة، وبالإضافة إلى الالتزامات العامة فإن الالتزامات المحددة توفر قدراً كبيراً من المرونة يسمح بفتح قطاعات الخدمات المرغوب فيها مع وضع شروط للنفاذ إلى الأسواق المحلية والمعاملة الوطنية.

2. كان للتطور التقني والتقدم التكنولوجي الدور الأول في نمو الاقتصاد الخدمي وتسارع وتيرة التجارة الدولية في الخدمات خصوصاً أن كل المنتجات التكنولوجية تتضمن خدمات قابلة للاتجار بها دولياً.

3. إن عمليتي الإنتاج المادي والإنتاج الخدمي متلازمتان ولا يمكن فصلهما عن بضهما بالضرورة، وكل منهما يدعم الآخر وهذا يعود إلى وجود فروق جوهرية بين السلعة والخدمة، وهذه الفروق تعطي لكل منهما خصائصه، وأن

الكثير من المجالات الخدمية كالتمويل والاتصالات والنقل تعتبر مدخلات وسيطة على درجة عالية من الأهمية للانتاج المادي.

4. إن الميزان التجاري الخدمي السوري كان رابحاً من خلال السلسلة التي تم عرضها وعلى هذا يمكن القول إنه من الممكن أن تمتلك سورية مقومات لميزة نسبية في تجارة الخدمات تساعدها على تغطية العجز في الميزان التجاري السلعي ولو كان ذلك بشكل جزئي.

5. وجود ارتباط بين السياسات التجارية التي تضعها الدول والغايات التي تسعى إلى تحقيبها عند وضعها للعوائق أمام التجارة الدولية في الخدمات، وكل هذا من شأنه أي يصعب عملية تحرير التجارة الدولية في الخدمات ويجعل الجهود الدولية متواصلة في هذا المجال نظراً لما يحققه هذا التحرير من معدلات نمو أعلى ونقل للمعرفة التكنولوجية.

وتقترح الباحثة النقاط التالية:

1. تركيز الجهود على إزالة القيود والمعوقات التي تحد من فعالية التجارة في الخدمات من خلال تبني الحكومات لسياسات ومقاربات شاملة للتخفيف من الحواجز الهيكلية والأطر التنظيمية التي تحد من فعالية الأداء والتنمية في كافة أنواع الخدمات المقدمة، كما يمكن للحكومات أن تلعب دوراً فاعلاً في حجم الخدمات والطلب عليها وتشجيع الاستثمار فيها من خلال البحث والتطوير والتدريب بشكل يؤدي إلى توافر الكوادر المؤهلة للعمل في مجال الإنتاج الخدمي.

2. القيام بالدراسات والبحوث العملية التي من شأنها تفسير الأحكام والقوانين الخاصة باتفاقية الخدمات وإعداد الندوات وورشات العمل للإلمام بمفهوم الاتفاقية وأبعادها مما يسهل التعرف على الجوانب الايجابية لتعظيمها والجوانب السلبية للعمل على تفاديها بما يعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني بشكل عام وعلى القطاع الخدمي بشكل خاص في حال انضمام سورية للمنظمة.

3. تعزيز الاتجاه نحو تعميق التخصص والتكامل في مجال الخدمات في سورية من خلال ترسيخ مفهوم صناعة الخدمة ودعم التجارة الدولية في الخدمات ووضع إستراتيجية لتحريرها يتم من خلالها التعرف على الآثار الناتجة عن تحرير القطاعات الخدمية كل على حدا، والتعرف أيضاً على الفرص المتاحة للنفاذ للأسواق الخارجية وهذا يتطلب بشكل أساسي دعم المنافسة والشفافية.

4. العمل على دعم اتجاه التجارة الخارجية في الخدمات في سورية وذلك من خلال العمل الفعال والاستفادة من التجارب العالمية والإقليمية في هذا المجال، وهذا يتطلب الانتقال من مرحلة العضو المراقب في منظمة التجارة العالمية إلى مرحلة العضو الدائم، والتركيز على الخدمات التي تتوافر فيها مزايا نسبية وتعزيز قواعد المعلوماتية والتطوير النوعي الدائم للخدمات والتركيز على موضوع جودة الخدمات.

5. العمل الدائم على تطوير بنية الخدمات الأساسية في سورية وتبسيط إجراءات الوصول إليها وتشجيع الاستثمار فيها وهذا يتطلب بشكل دائم تطوير التشريعات والأنظمة الحاكمة بشكل يجعل هذه الخدمات بمتناول الجميع ويشجع على تداولها دولياً.

المراجع:

1. الطائي، حميد عبد النبي وبشير عباس العلاق. *تسويق الخدمات*، دار اليازوري العلمية للطباعة والنشر، عمان، 2009، 34.
2. بالمر، أدريان. *مبادئ تسويق الخدمات*، ترجمة محمد أيوب، دار الرضا للنشر، دمشق، 2003، 24.
3. Business and Industry Policy Forum. *The Service Economy*, OECD, 2000, 7-9.
4. encyclopedia .*Service Economy*, 5 November. 2010. <http://www.encyclopedia.thefreedictionary.com/ service+economy>
5. بالمر، أدريان، *مبادئ تسويق الخدمات*، ترجمة بهاء شاهين وآخرون، مجموعة النيل العربية، ط 5، القاهرة، 2009، 49، 50.
6. الفحل،حسين. *الجاتس وآفاق التجارة العربية في الخدمات*، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد(23)، العدد (2)، 122.
7. شيحة، مصطفى رشدي. *اتفاقات التجارة العالمية في عصر العولمة*، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004، 176- 186.
8. World Trade Organization. *Measuring Trade In services*, December, 2008, 9.
9. World Trade Organization. *International Trade Statistics 2010*,2010, 6.
10. Australian Government, productivity Commission. *Measures of restrictions on trade in services database*, 4, 18/2/2009. <http:// www.p.c.gov.au>
11. غنيم، أحمد فاروق. *قضايا اقتصادية 4/4*، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، برنامج التعاون بين مجلس الشعب المصري وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لدعم البرلمان المصري في التشريع والرقابة، أيار، 2007، 5.
12. عبيد، حسن. *الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات*، أوراق اقتصادية، جامعة القاهرة، تشرين الثاني، 2002، 50.
13. حسن السيسي، صلاح الدين. *قضايا مصرفية معاصرة- الائتمان المصرفي- الضمانات المصرفية- الاعتمادات المستندية* ، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر ، 2004، 106- 107.
14. العفوري، عبد الواحد. *العولمة والجات*، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، 84-87.
15. لال داس، بها جيراث. *منظمة التجارة العالمية*، تعريب: رضا عبد السلام، دار المريخ، الرياض، 2006، 365- 366.
16. خضور، عفراء. *دور السياسات المالية في تفعيل التجارة الخارجية*، رسالة ماجستير، جامعة تشرين، اللاذقية، 2011، 67.
17. محمود، يوسف. *منظمة التجارة العالمية وآثارها على الدول العربية وإمكانية انضمام سورية لها*، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد(27)،العدد(4)، 2005، 63.