

دراسة مقارنة لواقع التجارة الدولية للخدمات لعينة من المجموعات الاقتصادية في العالم –

دراسة حالة الاتحاد الأوروبي، دول المغرب العربي، ودول البريكس BRICS

Comparative Study of the Reality of International Trade in Services of a Sample of Economic Groups in the World – Case of the E.U, Maghreb and BRICS

سعود وسيلة¹ ، فرحات عباس² ، بيسار عبد المطلب³

¹ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة البويرة (الجزائر).

² كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة المسيلة (الجزائر).

³ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة المسيلة (الجزائر).

ملخص: تعد الخدمات جزءاً من عمليات التبادل التجاري في العالم، حيث أصبحت تمثل نسبة معتبرة من حصيلة التجارة الدولية، مع الاحتفاظ بالاختلافات الظاهرة بين المناطق في العالم. وقد أتت هذه الدراسة من أجل التعرف على وضعية التجارة الدولية للخدمات خلال 10 سنوات الأخيرة في عينة من المجموعات الاقتصادية العالمية التي تتميز بخصائص متقاربة، وهي كل من الاتحاد الأوروبي، دول المغرب العربي ودول مجموعة البريكس BRICS. وقد توصلت الدراسة إلى أن التجارة الدولية للخدمات تشهد نمواً مطرداً سنوياً بمعدل 85%، وهو يقارب النمو المسجل في الاتحاد الأوروبي، بينما تشهد دول البريكس معدلات نمو ضخمة في قيمة هذه التجارة تتجاوز المتوسط العالمي وتقارب 200%، على عكس المغرب العربي الذي يعد معدل نموه أقل بكثير من المعدل العالمي. لكن تجدر الإشارة إلى أن رغم هذا النمو إلا أن فقط الاتحاد الأوروبي يسجل فائضاً في ميزانه التجاري للخدمات، في حين أن كل من دول المغرب العربي ودول البريكس يسجلان عجزاً سنوياً، قد يعود إلى الفرق في العملات، أو في حجم التبادلات من الخدمات والنتائج عن السياسات الاقتصادية لكل دولة في إطار كل مجموعة. كما تتشابه المجموعات محل الدراسة من حيث سيطرة الخدمات التجارية على القيمة الإجمالية سواء للصادرات أو الواردات من الخدمات، متبوعة بنسب متباعدة لكن متقاربة لكل من خدمات النقل وخدمات الشحن، في حين يسجل اختلاف في نسبة مساهمة باقي أنواع الخدمات، حسب المميزات الاقتصادية لكل مجموعة، فيسجل مثلاً ارتفاع واردات الخدمات الحكومية لدول المغرب العربي مقابل ضئيلتها للناتجة للاتحاد الأوروبي والبريكس، وارتفاع واردات وصادرات الخدمات المالية للاتحاد الأوروبي مقارنة بالمغرب العربي والبريكس، مع زيادة قيمة صادرات خدمات التكنولوجيا والمعلوماتية لهذه الأخيرة، مقابل باقي المجموعات. وبالتالي أوصت الدراسة بضرورة اعتماد دول المغرب العربي على تشكيلة متنوعة من الخدمات في صادراتها، تكون ناتجة عن اهتمام حقيقي بهذا القطاع من حيث جودته وتسويقه في العالم ليلقى القبول، مقابل العمل على التقليل الإلزامي من فاتورة الواردات الخدمية إلا الضرورية منها. بينما على دول البريكس محاولة إيجاد توازن من خلال تعزيز الصادرات الخدمية لكل دول المجموعة على حد سواء خصوصاً جنوب إفريقيا والبرازيل حتى يكون التأثير إيجابياً على نتائج المجموعة كافة.

الكلمات المفتاح: خدمات ؛ واردات خدمية ؛ صادرات خدمية ؛ تجارة دولية للخدمات ؛ تبادلات تجارية.

تصنيف JEL: F14 ؛ N7 ؛ P45.

Abstract: Services are part of the world's trade, representing a significant proportion of the share of international trade, while maintaining the apparent differences between regions in the world. This study came to identify the status of international trade in services over the last 10 years in a sample of global economic groups that have similar characteristics, namely the European Union, the Maghreb countries and the BRICS countries.

The study concluded that international trade in services is growing at a steady annual rate of 85%, which is close to the growth recorded in the European Union, while the BRICS countries are experiencing huge growth rates in the value of this trade exceeding the world average and nearly 200% ; in contrast to the Maghreb which its growth rate is much lower than the global rate. However, it should be noted that, despite this growth, only the EU has a trade surplus in services, while both the Maghreb and the BRICS countries have an annual deficit, which may be due to the difference in currencies, or in the volume of services exchanges which are resulted from economic policies for each country within each group. The groups studied are similar in terms of the dominance of commercial services on the total value of exports or imports of services, followed by different but convergent rates for both transport and travel services, while there is a difference in the proportion of the contribution of other types of services, whether in imports or exports, depending on the characteristics of each group. For example, the increase of imports of government services in the Maghreb countries compared to the small ones of the EU and BRICS, and the increase in imports and exports of financial services of the EU compared to the Maghreb and the BRICS countries, while increasing the value of exports of services related to the technology and IT for this latter (BRICS), versus the rest of the groups. Accordingly, the study recommended that the Arab Maghreb countries should rely on a variety of services in their exports, resulting from a genuine interest in this sector in terms of its quality and marketing in the world to be accepted, in return to work on a mandatory reduction of the import bill of services except the necessary. The BRICS countries should try to find a balance by boosting the service exports of all the countries of the group, especially South Africa and Brazil, in order to have a positive impact on the results of the whole group.

Keywords: Keyword ; Services ; Service Imports ; Service Exports ; International Trade of Services ; Trade exchanges
Jel Classification Codes : F14 ; N7 ; P45.

I- تمهيد :

تعد الخدمات من أهم المنتجات التي يتم تقديمها من قبل الاقتصادات المختلفة والتي تنفرد بخصائص تميزها عن المنتجات المادية، وقد شهد هذا القطاع تطوراً كبيراً من حيث قيمته ومساهمته في التعاملات والتبادلات المتعددة بين الدول، حيث أصبح يشكل محورا هاما في الميزان التجاري للعديد منها، خصوصا مع ما تتميز به بعض الدول من الاعتماد الكبير على الخدمات بكل أنواعها المالية والسياحية، والاستشارية وغيرها، كجزء فعال من مكونات الاقتصاد.

هذا التطور والاهتمام بقطاع الخدمات يعرف تباينات متعددة من منطقة لأخرى، ففي حين يسجل أولوية بفروعه المتعددة لدى بعض المجموعات الاقتصادية، لا تزال قطاعا ثانويا في البعض الآخر منها، بالرغم من أنها تسجل استهلاكاً كبيراً على المستوى المحلي للدول، إلا أنه لا يتم تحديثها بطريقة تسمح بالرفع من وزنها في المعاملات التجارية بينها، مع تسجيل فروقات واضحة بين التجارة الإجمالية لهذه المجموعات الاقتصادية والعالم. وانطلاقاً من ذلك تبلورت الإشكالية الرئيسية لهذه الورقة البحثية كما يلي: "ما هي وضعية التجارة الدولية للخدمات للمجموعات الاقتصادية في العالم؟"

I.1- أهمية الدراسة :

تظهر أهمية الدراسة من خلال زيادة دور ومساهمة القطاع الخدمي في الاقتصاديات المختلفة سواء من ناحية الإنتاج أو الاستهلاك أو حتى التجارة، وقد أضحت الخدمات من أهم المحاور والأسس التي تقوم عليها التبادلات التجارية بين العديد من مناطق العالم، على اعتبار سيطرة هذا القطاع بصفة كبيرة على بعض الدول، مع التطور الكبير الذي يشهده مع حذف الحدود الجغرافية أمام المعاملات التي تقع ضمنه.

I.2- الهدف من الدراسة :

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع التجارة الدولية للخدمات في بعض التجمعات الاقتصادية في العالم، من خلال تحديد أوجه التشابه والاختلاف في واردتها وصادراتها الخدمية فيما بينها، مع تحديد أهم أنواع الخدمات التي تعرف قيمة أعلى، مع محاولة المقارنة بين وضعية التجارة الدولية للخدمات في الاتحاد الأوروبي على اعتباره من المجموعات الاقتصادية الناجحة والتي تعرف نمواً وتطوراً على كافة المستويات في كافة القطاعات إجمالاً، وفي دول البريكس التي تشهد خلال السنوات الماضية معدلات نمو عالية تفوق المعدلات المتوسطة العالمية، وكذا في دول المغرب العربي مجتمعة على اعتبارها أشبه بالظروف الاجتماعية والاقتصادية لدول البريكس من جهة، وأقرب جغرافياً من الاتحاد الأوروبي مع حجم علاقات وتبادلات اقتصادية أكبر من جهة أخرى.

I.3- حدود ومنهجية الدراسة :

اقتصرت الدراسة على تحليل المعطيات الواردة على الموقع الرسمي لمركز التجارة العالمي، لثلاث مجموعات اقتصادية هي الاتحاد الأوروبي (28 دولة)، دول المغرب العربي (الجزائر، المغرب، تونس، الصحراء الغربية، موريتانيا، ليبيا)، دول البريكس (البرازيل، روسيا، الهند، الصين، وجنوب إفريقيا)، وذلك خلال فترة الدراسة المقدرة بـ 10 سنوات من 2009 إلى 2018.

II - مدخل مفاهيمي للخدمات :

تعد الخدمات من المفاهيم المتداولة بكثرة في الأعمال والأسواق حيث ترافق في معظم الأحيان الحديث عن المنتجات المقدمة من قبل مختلف المؤسسات، والتي تأخذ شكل سلعة أو خدمة، مع تزايد الاهتمام بهذه الأخيرة من خلال إنشائها وتطويرها وأساليب تقديمها حتى أصبح قطاعاً مهماً في النمو الاقتصادي للدول.

II.1- تعريف الخدمة :

تعد الخدمة من المصطلحات التي لم يتم الإجماع على وضع تعريف موحد لها بالرغم من تشابه السمات العامة إجمالاً، حيث أن العديد من النشاطات تنتمي إلى قطاع الخدمات في بعض الدول ولا تنتمي إليها في دول أخرى، كما اختلفت حدود الخدمة مع مرور الوقت، فعرف قطاع الخدمات العديد من المسميات منها **القطاع الثالث**، وهو اصطلاح صاغه فيشر عام 1935، حيث عرف قطاع الخدمات على أنه قطاع ثالث بالنسبة للقطاعين الأول والثاني وهما الزراعة والصناعة، وكان الغرض من ذلك هو استنتاج وجود مجموعة ثالثة من الأنشطة الاقتصادية بالإضافة إلى الأنشطة الزراعية والصناعية. كما أطلق عليه اسم **القطاع المتبقي** من قبل كلارك سنة 1940 والذي أشار من خلال كتاباته إلى وجود صناعات متبقية بعد الزراعة والتعدين والتصنيع يمكن تصنيفها بالخدمات¹.

ومع اختلاف وجهات النظر تعددت التعريفات التي أعطيت لمفهوم الخدمة، حيث عرفها ستانتون stanton بأنها: "النشاطات غير الملموسة التي تحقق إشباع الرغبات، والتي لا ترتبط ببيع سلعة ما أو خدمة أخرى"، ويوضح هذا التعريف بأن كل ما يقدم للعميل ليس رغبته في شكل غير ملموس يقع ضمن إطار مفهوم الخدمة، وقد وضع الباحث بأنها لا ترتبط لا بسلعة مقدمة في نفس الوقت ولا بخدمة أخرى.

بينما من وجهة نظر تسويقية، فقد عرف kotler & dubois الخدمة بأنها: "نشاط أو أداء يخضع للتبادل ويكون غير ملموس ولا يحمل في طياته أي تحويل للملكية، وقد تكون الخدمة مرتبطة بمنتج مادي أو تكون غير مرتبطة"²، وبالتالي يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق من حيث خصوصية الخدمة في عدم ملموسيتها، ويضيفان إلى ذلك بأنها تكون محل للتبادل دون نقل للملكية، مع تنوعها بين الارتباط بالمنتج المادي، أو أنها تكون مستقلة عنه.

كما قدم الباحث حسن عبيد تعريفاً أكثر شمولاً للخدمة على أنها: "مخرج يتم إنجازه بتظافر مجموعة من عوامل الإنتاج، وقد تكون الخدمات مخرجات نهائية يستفيد منها المستهلك مباشرة مثل خدمات نقل الأفراد، وخدمات الاتصالات، وخدمات الصحة والتعليم، وقد تكون الخدمات ذاتها بمثابة مدخلات في عملية الإنتاج أو عملية التوزيع مثل خدمات التخزين أو نقل البضائع. وأياً كان الأمر فإن إنتاج الخدمة إنما هو بمثابة تحقيق منفعة ما، وهو ما يوازي التحليل القدم الذي اعتبر أن الإنتاج لا يقتصر فقط على إنشاء المادة بل أيضاً ينصرف إلى إضافة المنفعة"³، وقد وضع هذا التعريف مجمل الأنشطة التي تدخل ضمن قطاع الخدمات، والتي تمثل في إحداها مدخلا من مدخلات عملية التحويل، وفي البعض الآخر مخرجا يتم تقديمه للزبون.

II.2 - خصائص الخدمة: تنفرد الخدمة بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن السلعة، وتتمثل عموماً في:⁴

- ✓ **اللاملموسية:** الخدمات ليس لها وجود مادي، فالعميل لا يستطيع الحكم على الخدمة دون تجربتها بنفسه، كما أنه لا يمكن إدراك الخدمة أو رؤيتها أو تلمسها أو تذوقها أو فحصها قبل الحصول عليها، لذلك يبحث الزبون عن دلائل أو مؤشرات على جودة الخدمة مثل مكان أدائها ومقدم الخدمة، والأجهزة المستخدمة في تقديمها... الخ.
- ✓ **عدم القابلية للتخزين:** فالخدمة تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل لطلبها، وبالتالي لا يمكن إنتاج الخدمة مقدماً وتخزينها، فالخدمة البنكية مثلاً لا يمكن إنتاجها وتخزينها في وقت الازدحام، وكذا خدمة السياحة لا يمكن تخزينها خلال فترات الركود السياحي وغيرها من الخدمات الأخرى.
- ✓ **عدم القابلية للاستدعاء مرة أخرى:** الخدمة تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل أمام مقدم الخدمة، وبالتالي إذا ظهرت عيوب في الخدمة المقدمة لا يمكن استدعاؤها مرة أخرى وإصلاح ما شابها من عيوب ويبقى الاعتذار للزبون ومحاولة إرضائه السبيل الوحيد، لذلك نجد أن منظمة الخدمات تهتم بالعنصر البشري وتدريب العاملين المشرفين على تقديم الخدمات، والتعامل مع الزبائن لتقديم خدمات بمستوى عالي من الجودة.

- ✓ **عدم إمكانية إنتاج عينات من الخدمة:** يقوم موظف البنك مثلاً بإنتاج وتقديم الخدمة من خلال التفاعل مع طالب الخدمة، وتختلف طريقة أداء الموظف ودرجة تفاعله مع الزبون من زبون لآخر، وبالتالي لا يمكن تحديد نمط معين لأداء الخدمة، وإنتاج عينات نموذجية حيث تطبق في جميع الحالات ومع كل الزبائن.
- ✓ **الناحية الشخصية للخدمة:** هناك ترابط كبير بين إنتاج واستهلاك الخدمة، فالانتفاع بالخدمة يتطلب وجود العميل أثناء إنتاجها وتقديمها من طرف مقدم الخدمة، كموظف الشباك في البنك، الطبيب في المستشفى المضيف في خدمات الطيران، وهذا بعكس السلع المادية التي تنتج في مكان ثم تباع في مكان آخر، حيث لا يرى المستهلك أي خطوة من خطوات الإنتاج أو من يقوم بذلك.
- ✓ **الانتشار الجغرافي:** ليس هناك حدود جغرافية لطلب الخدمات، حيث نجد أن الطلب المحلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل البلد، كما يوجد هناك طلب خارجي، وعلى هذا فإن كافة الخدمات على اختلاف أنواعها يجب تقديمها للعميل حيث يطلبها وفي أقرب مكان يناسبه.

II.3 - تصنيف الخدمات:

عدم الاتفاق على مفهوم موحد للخدمات أدى إلى تعدد المعايير الموضوعية لتصنيفها، وبذلك لم يتم وضع قائمة نهائية بأنواع الخدمات التي يمكن اعتمادها في كل دول العالم، وبالتالي ظهرت عدة تصنيفات وفقاً لمعايير مختلفة، من بينها:

II.3.1 - تصنيف الخدمات وفقاً لدرجة حداثتها استهلاكها: هذا المعيار يصنف أنشطة الخدمات وفقاً لتطورها، إلى:⁵

أ. **الخدمات القديمة:** وهي تلك التي كانت موجودة قبل الثورة الصناعية وفي طريقها للاختفاء تدريجياً، وتشمل تلك الأنشطة التي لم تعد مقبولة في المجتمعات الحديثة، حيث فقدت أهميتها نسبياً بمرور الوقت نتيجة للتطورات التكنولوجية وتم إحلالها بخدمات أخرى، مثل الخدمات المنزلية.

ب. **الخدمات الحديثة:** وهي مجموع الخدمات التي تزداد درجة حساسيتها للتغير في متوسط دخل الفرد ووقت فراغه، ويعتبرها حديثة لأن استهلاكها يعتبر ظاهرة حديثة، مثل التعليم والتسليّة والخدمات الصحية.

ج. **الخدمات التكميلية:** وهي مجموع الخدمات التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتصنيع ومستوى النمو الحضاري، مثل أعمال البنوك والمال والتأمين والنقل، كما أن معدل نمو هذه الخدمات يكون أكبر في المراحل الأولى للتصنيع ويقل تدريجياً في المراحل التالية.

II.3.2 - تصنيف الخدمات وفقاً لمعيار المحتوى التكنولوجي: على أساس هذا المعيار يتم تحديد نوعين من الخدمات وذلك وفقاً لمدى اعتماد الخدمة على التكنولوجيا، وهما:⁶

أ. **خدمات قائمة على المعرفة:** مثل خدمات التأمين والخدمات الفنية والمهنية والخدمات البنكية وخدمات المعلومات التكنولوجية، والإعلان والصورة المتحركة والرعاية الصحية والتعليم، وهي خدمات تعتمد على رأس المال البشري.

ب. **خدمات ثانوية:** مثل الخدمات التأجير، وخدمات النقل والتوزيع والترخيص والسفر وبعض الخدمات الاجتماعية، ومعظم خدمات التسليّة والخدمات الشخصية، وهي خدمات ينخفض بها رأس المال البشري وتعتمد على طرق تقليدية في الإنتاج.

II.3.3 - تصنيف الخدمات وفقاً لقابليتها للتجارة الدولية: وفقاً لهذا المعيار يمكن تصنيف الخدمات إلى:

أ. **الخدمات غير القابلة للتجارة دولياً:** ومن أبرز أمثلتها الخدمات الشخصية، الخدمات الاجتماعية، الخدمات الحكومية، بالإضافة إلى خدمات البنية الأساسية، وهي خدمات لا يمكن أن تتجاوز حدود المكان أو الدولة المقدمة فيها.

ب. **الخدمات محل الاتجار الدول الفعلي:** وهي مجموعة الخدمات التي يمكن إنتاجها في الداخل أو استيرادها أو تصديرها، ومن أشكالها خدمات نقل البضائع والركاب سواء بالبحر أو الجو أو البر، وخدمات المصارف الدولية، وخدمات التأمين والاتصالات عبر الحدود الوطنية للدول.

III.1- تعريف التجارة الدولية للخدمات وخصائصها :

III.2- عوامل زيادة الاهتمام بقطاع الخدمات:

ملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية و تحديات التنمية المستدامة جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر 02. 03 ديسمبر 2019 .

- ✓ التكامل بين السلع والخدمات وما أدى إليه من نمو قطاع الخدمات من خلال العلاقات الأمامية والخلفية بين الخدمات والسلع المنتجة، فاندماج الخدمات في العملية الإنتاجية يضمن تقديم السلعة بشكل أفضل ومن ثم زيادة الطلب على المنتجات النهائية كما أن زيادة الطلب على هذه المنتجات تؤدي إلى تشغيل قدر أكبر للخدمات.
- ✓ ثروة المعلومات وما أدت إليه من إحداث تغيرات جذرية في نطاق وملامح أهمية تجارة الخدمات.

III.3- تصنيف الخدمات في التجارة الدولية:

استمرارا للتصنيف الذي يوضح أنواع الخدمات التي يمكن تقديمها، فإن طبيعة التجارة في هذه الأخيرة وفقا لخصوصياتها يفرض تصنيفا آخر لها وفقا لمعايير أخرى ترتبط بشكل تقديمها، من بينها:

III.3.1- تصنيف الخدمات وفقا لأساليب تبادلها: قدم هذا التصنيف من قبل منظمة الجاتس في محاولة منها لتعريف التجارة الدولية للخدمات، وتوضيح معالمها، ووفقا لهذه المنظمة فإن الخدمات في التجارة الدولية تتخذ أحد الأشكال التالية:⁹

أ. **تقديم الخدمة عبر الحدود السياسية للدولة:** في هذه الحالة لا ينتقل أي من المنتج أو المستهلك، في حين تنتقل الخدمة من دولة إلى أخرى عبر الحدود السياسية للدول.

ب. **تقديم الخدمة من حدود إحدى الدول الأعضاء إلى حدود أي دولة عضو أخرى:** مثال ذلك تقديم الخدمات الاستشارية والنقل الخارجي بأنواعه جميعها (البحري والجوي).

ج. **تقديم الخدمة داخل الحدود السياسية للدولة:** وفي هذه الحالة يتطلب الحصول على الخدمة انتقال الشخص غير المقيم إلى الدولة للحصول على الخدمة، أو أن قطاع الخدمات المقيم يقدم الخدمة إلى الشخص غير المقيم داخل الحدود السياسية للدولة، مثل السياحة والتعليم والعلاج الطبي ونفقات البعثات الدبلوماسية.. وغيرها من الخدمات التي يحصل عليها الشخص غير المقيم داخل الدولة.

د. **الحضور التجاري في الخارج:** وهنا ينتقل المنتج إلى دولة المستهلك من أجل تقديم الخدمة داخل الحدود السياسية للدولة مثل انتقال رأس المال للاستثمار المباشر كإنشاء فروع المصارف أو تقديم الخدمات البنكية.

III.3.2- التصنيف حسب شكل التجارة في الخدمات: وفقا لهذا المعيار تصنف الخدمات في التجارة الدولية إلى:¹⁰

أ. **خدمات متعلقة بالاستثمار:** مثل أعمال البنوك والخدمات المهنية وخدمات الفنادق وخدمات التوظيف.

ب. **خدمات متعلقة بالتجارة:** مثل النقل الجوي والبحري والبري.

ج. **خدمات متعلقة بالتجارة والاستثمار:** مثل الاتصالات اللاسلكية، والتأمين وخدمات الكمبيوتر والتعليم والخدمات الصحية والتعمير والهندسة.

III.3.3- التصنيف وفقا لثقل عارض وطالب الخدمة: وهي من المعايير الأكثر استخداما في تصنيف الخدمات عبر التجارة الدولية، وبناء عليه تظهر 04 أنواع رئيسية للخدمات وهي:¹¹

أ. **الخدمات المنفصلة أو المنعزلة:** هي عبارة عن الأنشطة الخدمية التي لا تحتاج إلى انتقال عارض أو طالب الخدمة بين دول العالم المختلفة، حيث لا حاجة للقرب المكاني بين منتج الخدمة ومستهلكها في هذه الحالة، ويعني ذلك أن الخدمة تكون متجسدة في عناصر أخرى بخلاف الشخص، ويمكن للخدمات في هذه الحالة أن تكون محلا للتجارة الدولية عبر الحدود الوطنية مثلها في ذلك مثل السلع. مثل خدمات النقل البري والبحري والجوي، وخدمات الاستشارات المالية وخدمات الإقراض النقدية الدولية.

ب. **الخدمات المتمركزة في موقع عارضيتها:** وهي الخدمات التي تتطلب تحرك أو انتقال طالب هذه الخدمة على موقع عارضها، فهذه الخدمات تتطلب انتقال المستهلكين دون المنتجين لهذه الخدمات، ومن أمثلتها خدمات السياحة والتعليم والخدمات الطبية، فالسائح على سبيل المثال يتحرك ماديا داخل دولة منتج الخدمة، فإذا قام هذا السائح بإجراء بعض المشتريات باستخدام الشبكات السياحية أو تغيير العملة خارج حدود بلاده، فهو يكون في مثل هذه الأحوال مستوردا لخدمات مالية أجنبية.

ج. **الخدمات المتمركزة في موقع طالبيها:** هي الخدمات التي تتطلب فقط إنتقال منتج هذه الخدمات دون المستهلك لها، في هذه الحالة فإن عارض الخدمة هو الذي يتحرك داخل دولة المستهلك، حيث يستلزم الأمر وجود منتج الخدمة أو العارض لها في المكان الجغرافي الذي تطلب فيه، مثل إنشاء أو تأسيس فرع لبنك أجنبي في الدولة المضيفة لكي يقدم خدماته إلى العملاء في هذه الدولة.

د. **الخدمات المرتبطة أو غير المنفصلة:** وهي تلك الخدمات التي تتطلب إنتقال كل من منتج ومستهلك الخدمة، فإن كان كل منتج ومستهلك الخدمة في بلد أجنبي (دولة ثالثة) عند تقديم الخدمة، فعندئذ يتحقق هذا الشكل من التجارة في الخدمات والذي يسمى عادة تجارة البلد الثالث، وكمثال على هذا النوع من الخدمات في قطاع البنوك مثلاً، الحالة التي تقوم فيها إحدى الشركات المركبة الأمريكية متعددة الجنسيات باقتراض مبالغ مالية في ألمانيا من أحد البنوك الفرنسية أو الإيطالية.

IV- واقع التجارة الدولية للخدمات لكل من (الاتحاد الأوروبي، دول المغرب العربي، دول البريكس):

مع نمو قطاع التجارة الدولية في الخدمات، إلا أن توزيعها يختلف عبر المناطق المختلفة والمجموعات الاقتصادية المتعددة في الاقتصاد العالمي من بينها الاتحاد الأوروبي، دول المغرب العربي، دول البريكس، وذلك حسب طبيعة الخدمات المقدمة والتبادلات التي تتم بين هذه الجماعات وبين العالم من جهة أخرى، وبالتالي تتباين نسبة مساهمتها في التبادلات الخدمية في التجارة الدولية.

1.IV- تطور قيمة الواردات من الخدمات في التجارة الدولية للمجموعات الاقتصادية المختارة خلال الفترة 2009-2018:

توضح الواردات الخدمية في التجارة الدولية قيمة الخدمات التي تم استقطابها إلى داخل الدولة من مختلف مناطق العالم الأخرى، وذلك بسبب عدم توفرها في تلك الدولة، أو عدم كفايتها لتلبية الطلبات عليها. وتظهر المعطيات البارزة في الجدول رقم 01 أن حجم الواردات العالمية الإجمالية من الخدمات يعرف ارتفاعاً متواصلاً خلال 10 سنوات الأخيرة، حيث انتقل من 02 ترليون و500 مليار أورو تقريباً مسجلة سنة 2009 إلى أكثر من 04 ترليون و600 مليار أورو سجلت سنة 2018، أي بزيادة مقدرة بـ 86.40% خلال 10 سنوات، مع اختلاف هذه القيمة حسب المجموعات الاقتصادية محل الدراسة، حيث يلاحظ ارتفاع كبير في حجم الواردات الخدمية لكل من دول الاتحاد الأوروبي مجتمعة، ودول البريكس، حيث تضاعفت بنسبة 72.30% بالنسبة للاتحاد الأوروبي، أين انتقلت من 01 ترليون و60 مليار أورو سنة 2009 إلى 01 ترليون و800 مليار أورو سنة 2018، بينما ارتفعت مما يقارب 250 مليار أورو مسجلة سنة 2009 لتصل إلى أكثر من 745 مليار أورو سنة 2018، بما يعادل نسبة تقارب 195.23% خلال نفس فترة الدراسة.

وتفسر فرق القيمة بين الواردات الخدمية لدول الاتحاد الأوروبي ودول البريكس بحجم كل من المجموعات الاقتصادية، حيث تضم معطيات الاتحاد الأوروبي 28 دولة، بينما تضم مجموعة البريكس 05 دول فقط، ما ينعكس منطقياً على الفرق في قيمة التبادلات التجارية للمجموعتين، في حين أن معدل النمو المسجل في قيمة الواردات من الخدمات المستقطبة من الاتحاد الأوروبي ودول البريكس من دول العالم، يوضح جلياً استمرار دول البريكس في تحقيق معدلات نمو اقتصادية كبيرة تتجاوز في متوسطها معدل النمو العالمي، وهو ما يتماشى مع النتائج التي تحقّقها هذه الأخيرة في الفترة السابقة من ارتفاع النمو الاقتصادي بها، وما يتطلبه من التكيف مع التغيرات العالمية التي تستلزم الاستفادة مما يقدمه العالم من خدمات جديدة بقطاعها المتعددة.

وباختلاف هذه القيمة المسجلة في الواردات الخدمية، فإن نسبة مساهمة كل من الاتحاد الأوروبي ودول البريكس في القيمة الإجمالية للواردات الخدمية العالمية يعرف تبايناً واضحاً، حيث أن نسبة الواردات الخدمية الأوروبية تتجاوز نسبة الواردات الخدمية لدول البريكس من النسبة الإجمالية للواردات العالمية من الخدمات، حيث تتجاوز في متوسطها 38% في مقابل 13.8%، لكن ما توضحه المعطيات أن هذه النسبة من مساهمة الاتحاد الأوروبي في الواردات الخدمية العالمية يعرف تراجعاً خلال فترة الدراسة، أين انتقلت النسبة من 42.35% سنة 2009 إلى 39.15% سنة 2018، وفي مقابل ذلك ارتفعت نسبة مساهمة دول البريكس في قيمة الواردات الخدمية خلال نفس الفترة من 10.10% إلى 16%.

وخلافا لما سبق، فإن قيمة الواردات الخدمية لدول المغرب العربي من إجمالي الواردات الخدمية العالمية تشكل نسبة ضعيفة جدا لا تصل حتى إلى حدود 01%، مع تسجيل تراجع في نسبة هذه المساهمة خلال 10 سنوات الأخيرة، حيث انتقلت من 0.78% سنة 2009 بقيمة تتجاوز 19 مليار أورو، إلى ما يقارب 0.57% سنة 2018 بقيمة تقارب 26 مليار أورو، بالرغم من تسجيل نمو في قيمة هذه الواردات بـ 37%، وذلك يرجع إلى سيطرة النمط الاستهلاكي على هذه الدول بصفة عامة، حيث تعطى الأولوية في التبادلات التجارية إلى السلع المادية، بينما لا تزال طبيعة الخدمات التي يتم تداولها عالميا لا تحظى باهتمام بالغ من قبل هذه الاقتصادات، مع تسجيل اختلافات بين كل دولة في ذلك، وهو ما انعكس على القيمة الإجمالية لبلدان المغرب العربي.

2.IV- تطور قيمة الصادرات من الخدمات في التجارة الدولية للمجموعات الاقتصادية المختارة للفترة 2009-2018:

من المتعارف عليه أن الصادرات تعبر عما يتم إنتاجه من قبل دولة ما، ويتم شراؤه من قبل المقيمين في بلد آخر، وبالتالي فإن الصادرات الخدمية تعبر عما تقدمه مختلف الدول للعالم كخدمات قابلة للبيع، يتم اقتنائها من قبل الأشخاص أو المؤسسات من دولة أخرى دون الأخذ بعين الاعتبار وسيلة إرسالها، وفي الجدول رقم 02 سيتم توضيح قيمة الصادرات من الخدمات للمجموعات الدولية محل الدراسة خلال الفترة المحددة بـ 10 سنوات.

ويسجل إجمالي قيمة الصادرات الدولية من الخدمات تزايدا ملحوظا حيث تضاعفت من 02 ترليون و600 مليار أورو سنة 2009 إلى 04 ترليون و900 مليون أورو سنة 2018 أي بنسبة زيادة وصلت إلى حدود 90.54% خلال 10 سنوات، وهو ما يفسر بتزايد الاهتمام بقطاع الخدمات في الاقتصاد العالمي، وبالتالي تنوعت الخدمات المنتجة من قبل الدول وعرفت نموا كبيرا، تماشيا مع الطلب الكبير على خدمات محددة كالخدمات المالية والسياحية، والتي ساهمت في التطور التكنولوجي والاقتصادي، وغطت بيئة الأعمال الذي تعرفه العديد من الاقتصادات العالمية، مع اختلاف واضح من منطقة لأخرى، وذلك وفقا للمستوى الذي وصلته كل منطقة، فيلاحظ مثلا أن دول الاتحاد الأوروبي محل الدراسة تشهد نموا كبيرا في قيمة الصادرات الخدمية خلال 10 سنوات الماضية أين تضاعفت بمعدل 76.70%، وهي بذلك تسجل نسبة مساهمة تتراوح بين 42-47% من إجمالي قيمة الصادرات الخدمية في العالم، وذلك يعود إلى التطور النوعي والكمي الذي تشهده العديد من الدول المنضوية تحت لواء الاتحاد الأوروبي في مجال الخدمات التي تحظى بسمعة عالمية، وتستقطب طلبا كبيرا من قبل الأفراد والدول على حد سواء، والتي تتنوع بين الخدمات المالية والاستشارية، والسياحية وخدمات التأمين والنقل والشحن، وخدمات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وغيرها من المنتجات التي تقع ضمن خانة الخدمات.

في حين أن دول البريكس، وبالرغم من النمو الكبير الذي عرفته قيمة الصادرات الخدمية بها، أين وصلت إلى حدود 497 مليار أورو سنة 2018 بعد أن كانت تقارب 217 مليار أورو سنة 2009 أي بنسبة تتجاوز 129%، إلا أن نسبة مساهمتها في الصادرات العالمية من الخدمات تتراوح بين 8-10% خلال فترة الدراسة، لكنها تعد نسبة معتبرة مقارنة مع النمو الحديث الذي تعرفه الدول المكونة للبريكس، حيث لا تزال تعرف بـ "الاقتصادات الناشئة"، بالإضافة إلى الاختلاف المسجل بين هذه الدول فيما بينها، ففي حين تشكل بعض الدول منها كالصين والهند وزنا كبيرا في قيمة الصادرات العالمية من الخدمات، وتحتل مراتب متقدمة عالميا في هذا المجال، إلا أن دولاً أخرى كجنوب إفريقيا أو البرازيل تسجل بعض التراجع في ذلك، (لا تتموقع هذه الدول في المراتب الأخيرة دوليا إلا أنها لا تعد رائدة أيضا عالميا)، مما يؤثر على القيمة العامة للصادرات لدول البريكس.

أما معطيات دول المغرب العربي فتشير إلى أن وزنها في الصادرات العالمية من الخدمات تبقى ضئيلة وتتناقص سنويا، حيث ساهمت بما مقداره 0.66% من إجمالي الصادرات الخدمية في العالم سنة 2009، لتصل نسبة مساهمتها سنة 2018 إلى حدود 0.44%، مع تسجيل نسبة نمو متوسطة في قيمة صادراتها من الخدمات خلال 10 سنوات وصلت إلى حدود 27% بين 2009 و2018. ويعود ذلك إلى التفاوت الذي تسجله دول المغرب العربي في اعتمادها على الخدمات كمصدر من مصادر الدخل، حيث تعتمد أغلبها على النفط بالدرجة الأولى في صادراتها، بينما تتنوع بين بعض السلع في دول أخرى، إلا أنها عموما لا تسجل نموا وتطورا كبيرين ونوعيين في مجال الخدمات، حيث لا تزال العديد منها تقدم خدمات لا تتماشى مع المعايير العالمية وبالتالي تحد من قيمة الطلب

العالمي عليها، مما ينعكس على قيمة الصادرات، ما عدا بعض الحالات الخاصة في بعض الخدمات كالنقل والشحن مثلاً. كل ذلك يعد انعكاساً للسياسات المعتمدة على مستوى هذه الاقتصاديات التي تعتمد على القطاع الخدمي بنسبة كبيرة في مجال إطلاق المشاريع وإنشاء المؤسسات من قبل المقاولين والشباب، إلا أنها في نفس الوقت لا تشكل وزناً كبيراً في قيمة الصادرات، ما يدل على أنها استهلاكية بالدرجة الأولى.

IV.3- تطور قيمة الميزان التجاري الخدمي للمجموعات الاقتصادية المختارة خلال الفترة 2009-2018:

يعبر الميزان التجاري عن الفرق المسجل بين قيمة الصادرات والواردات، وفي هذه الحالة يخص الفرق في التبادل التجاري في الخدمات بين صادرات وواردات المجموعات الاقتصادية محل الدراسة، وذلك لتحديد وضعيته. وتبرز معطيات الجدول رقم 03 أن من بين المجموعات الاقتصادية محل الدراسة يسجل الاتحاد الأوروبي فقط فائضاً سنوياً في الميزان التجاري للخدمات منذ 2009 إلى غاية 2018، مع تسجيل نمو موجب في حجم هذا الفائض انتقل من 157 مليار أورو سنة 2009 إلى 325 مليار أورو سنة 2018 أي بمعدل زيادة معتبرة قدرت بأكثر من 106%، بمعنى تجاوز قيمة الصادرات الأوروبية من الخدمات لقيمة وارداتها الخدمية، وهو ما يعكس تطور وزن وحصة هذا القطاع في الميزان التجاري العام لدول الاتحاد الأوروبي مجتمعة، حيث يعد من أهم المحاور التي يعتمد عليها في الاقتصاد والتجارة لديها، مع ما تملكه من مقومات ومعايير تتميز بها خدماتها، تضاعف من الطلب العالمي عليها، مقابل استيراد خدمات أخرى قد تكون مكملتها أو منافسة لها في ظل العولمة وفتح المجال أمام خدمات الدول الأخرى لتستقر بها، كفروع المؤسسات المالية الأمريكية أو الإماراتية أو من بقية دول العالم التي تلجأ إلى تقديم خدماتها على الأراضي الأوروبية، أو فروع النقل والشحن لمؤسسات دولية ذات سمعة كبيرة، بالإضافة إلى القيمة المرتفعة نسبياً للأورو في السوق العالمية، مما يؤثر على قيمة الواردات والصادرات وبالتالي على الميزان التجاري عموماً، والذي قد يسجل فائضاً في القيمة دون زيادة حقيقية في حجم المبادلات.

في حين أن كل من دول البريكس ودول المغرب العربي تعرف عجزاً في ميزانها التجاري للخدمات، وذلك بصفة سنوية وطويلة فترة الدراسة، حيث انتقل من 36 مليار أورو سنة 2009 بالنسبة لدول البريكس إلى 249 مليار أورو سنة 2018، بينما انتقل العجز من 02 مليار و 480 مليون أورو سنة 2009 إلى ما يقارب 05 مليار أورو سنة 2018 بالنسبة لدول المغرب العربي. حيث يسجل هذا العجز بصورة إجمالية لمجموع التبادلات التجارية للدول التي تضمها كل مجموعة اقتصادية، مع الإبقاء على الاختلافات التي تشهدها كل دولة على حدى. وقد يفسر هذا العجز المسجل في الميزان التجاري الخدمي لهاتين المجموعتين إلى الفرق في سعر الصرف للعملة المتداولة في التجارة الدولية لدول المغرب العربي ودول البريكس مقابل الأورو للاتحاد الأوروبي، وهو ما ينعكس على قيمة صادراتها و وارداتها، بالإضافة إلى سيادة النمط الاستهلاكي لدى مواطني العديد من دول هذه المناطق والتي يتم التركيز فيها على الاستهلاك القصير الأجل وبالتالي زيادة الواردات الخدمية مقابل الاستثمار طويل الأجل الذي قد يضاعف من حجم الصادرات من جهة أو يخفض من فاتورة الاستيراد من جهة أخرى، وهذا بالرغم من العديد من السياسات التي تنتهجها هذه الدول من أجل ضبط الميزان التجاري، وبالرغم من تسجيل بعض الاستثناءات لحالات فردية لهذه الدول إلا أن التأثير يكون إجمالاً على تبادلات المجموعة ككل.

IV.4- توزيع الخدمات حسب نوعها في إطار التجارة الدولية للمجموعات الاقتصادية المختارة:

تتنوع الخدمات التي يتم تداولها في إطار التبادلات التجارية العالمية سواء في شكل واردات أو صادرات، وذلك حسب الحاجة لكل نوع في كل بلد والطلب عليه، وكذا سهولة تقديمه وبيعته، ومدى التطور الذي بلغه كل شكل منها، وبناءً على ذلك تبرز المعطيات الظاهرة في الشكل رقم 01 الاختلاف الواضح في توزيع الخدمات في واردات كل من الاتحاد الأوروبي، دول البريكس، ودول المغرب العربي لسنة 2018، حيث يوضح الشكل سيطرة الخدمات التجارية على مجمل الخدمات التي يتم استيرادها من قبل المجموعات الثلاث على حد سواء مع اختلاف نسبتها، ففي حين تشكل حوالي 63% من إجمالي الواردات الخدمية لدول المغرب العربي، فهي تشكل نصف (50%) واردات الاتحاد الأوروبي ودول البريكس من الخدمات.

بينما يسجل تفاوت في وزن كل نوع من أنواع الخدمات التي يتم تبادلها ضمن إطار التجارة الدولية للخدمات لكل مجموعة، ففي دول الاتحاد الأوروبي، تشكل خدمات الأعمال الأخرى والتي يقصد بها خدمات البحث والتطوير، القسم الثاني من الخدمات من حيث نسبة مساهمتها في الواردات الإجمالية من الخدمات، حيث وصلت إلى حدود 15%، لتليها كل من خدمات السفر والشحن، وخدمات النقل بنسبة 8-10% لكل واحد منهما، ثم كل من رسوم استخدام الملكية الفكرية، فالخدمات المالية، وخدمات الاتصالات والمعلومات والإعلام الآلي بنسب 6%، 3%، 3% على التوالي، من القيمة الإجمالية للواردات الخدمية لدول الاتحاد الأوروبي، وتظل باقي أنواع الخدمات ذات قيمة ضئيلة ووزن ضعيف في هذه الواردات.

أما دول البريكس فتشكل قيمة خدمات السفر والشحن بها ثاني نوع من أنواع الخدمات التي يتم استيرادها بنسبة تقارب 20% من إجمالي الواردات الخدمية لهذه المجموعة، ليلها قطاعي النقل بنسبة 10%، ثم خدمات البحث والتطوير بنسبة 7% تقريبا، أما باقي الخدمات فتساهم مجموعة بنسبة 13% من قيمة الواردات الخدمية. في حين أن دول المغرب العربي تعتمد في وارداتها، بعد الخدمات التجارية، خدمات النقل بشكل كبير يقارب 17%، مقابل ما يقارب 8% لخدمات السفر والشحن، و 5-6% لخدمات الأعمال الأخرى أي خدمات البحث والتطوير. لكن خلافا لكل من الاتحاد الأوروبي ودول البريكس، يلاحظ أن الواردات من الخدمات الحكومية لدول المغرب العربي تعرف نسبة معتبرة تصل إلى حدود 5-6% من القيمة الإجمالية للواردات الخدمية بها، في مقابل نسبة ضعيفة جدا تكاد تكون معدومة في كل من واردات الاتحاد الأوروبي ودول البريكس. وبالتالي يظهر الاختلاف في نوع الواردات الخدمية لكل مجموعة حسب نمط ونوع الاقتصاد والسياسات التجارية لكل منها، فنلاحظ ارتفاع واردات الخدمات المتعلقة بالمعلوماتية والتكنولوجيا بصفة عامة، وقطاع التأمين والأموال، بالنسبة لدول الاتحاد الأوروبي تماشيا مع التطوير الذي تتميز به وتعتمده الدول الأوروبية في مختلف قطاعات النشاط الصناعية أو الخدمية والتي تستلزم هذا النوع من الخدمات التي يتم استيرادها من بقية دول العالم، مقابل انخفاضها مثلا بالنسبة لدول البريكس لأنها تضم دولاً تعد من أكبر المصنعين والمصدرين لهذا النوع من الخدمات (خصوصا الخدمات المرتبطة بالتكنولوجيا والمعلوماتية) وبالتالي يتم استيراد فقط ما يكون هناك حاجة حقيقية له. أما خدمات النقل بكل أنواعه البري، البحري والجوي، ونقل البضائع كالشحن، وخدمات السفر والسياحة، فهي تعرف نسبة نمو كبيرة خلال السنوات الماضية، بالتالي تكون نقطة الاختلاف الحقيقية بين هذه المجموعات في هذا المجال هو ارتباطها بمدى الطلب على هذه الدول كوجهة سياحية مثلا، أو خدمات ذات جودة مرتفعة في وقت ملائم وبأسعار مناسبة لخدمات الشحن مثلا.

ويشير الشكل رقم 02 توزيع الصادرات الخدمية حسب نوعها للمجموعات محل الدراسة لسنة 2018، وتوضح المعطيات أنه، كما الحال بالنسبة للواردات، فإن الخدمات التجارية تشكل أكبر من نسبة من قيمة الصادرات الخدمية لكل من دول المغرب العربي بما يقارب 55% من إجمالي الصادرات الخدمية لها، مقابل نسبة 50% لكل من دول البريكس ودول الاتحاد الأوروبي، وبالتالي تظهر أهمية الخدمات التجارية من حيث وزنها في القيمة الإجمالية للتبادل التجاري بين المجموعات الاقتصادية محل الدراسة وبقية دول العالم، فهي الأكثر تداولاً على مستوى التجارة الدولية. بينما تختلف نسبة الصادرات الخاصة بالخدمات الأخرى، ففي حين تتقارب نسبة مساهمة خدمات النقل في القيمة الإجمالية للصادرات الخدمية لكل من دول الاتحاد الأوروبي، دول البريكس ودول المغرب العربي بـ 7-10%، يلاحظ نسبة مساهمة مرتفعة لخدمات السفر والنقل بما يقارب 20% من إجمالي قيمة الصادرات الخدمية لدول المغرب العربي مقابل 7% لدول البريكس، و 9% لدول الاتحاد الأوروبي. وعلى النقيض من ذلك تسجل صادرات خدمات البحث والتطوير وخدمات الاتصالات والإعلام الآلي والمعلومات لدول البريكس أكبر نسبة مقارنة بالمجموعات الباقية، ويعود ذلك إلى الانتشار الكبير والواسع بصورة خاصة للخدمات الصينية والهندية في هذا المجال، الذي يعرف بمعدل نمو كبيراً أثر إيجاباً على الحجم الإجمالي لصادرات مجموعة البريكس. أما بقية الخدمات فلا تزال تسجل فروقا بسيطة بينها لكنها عموماً تبقى مساهمتها بسيطة في الصادرات الإجمالية من الخدمات، ما عدا بعض القطاعات الخاصة كالخدمات المالية بالنسبة لدول الاتحاد الأوروبي التي تساهم بنسبة 5-6% مقابل 0.5-1% لدول البريكس، ونسبة تقريبا معدومة لدول المغرب العربي، وهو نفس الحال لخدمات الملكية الفكرية (حوالي 3% للاتحاد الأوروبي، و 0.5-1% لدول البريكس، و 0% لدول المغرب العربي).

وبالتالي يبرز اعتماد الاتحاد الأوروبي على تشكيلة واسعة ومتنوعة من الخدمات في صادراته تتماشى مع التقدم الذي تعرفه هذه الأنواع في الدول المنضمة إليه سواء بصورة فردية أو جماعية، وهو ما تسعى إليه دول البريكس التي تعمل بصورة مستمرة على تطوير خدماتها العديد من المجالات من أجل فرض اسمها وسمعتها في الأسواق والتجارة الدولية، وهو ما يلاحظ في النتائج التي تحققها الدول التي تشملها المجموعة وعلى رأسها الصين، إلى جانب بروز كل من الهند والبرازيل على المستوى الدولي في العديد من المجالات، وهو ما يسمح لها مستقبلا بتعزيز مركزها وموقعها دوليا كمصدر للخدمات. بينما تظل دول المغرب العربي تعتمد بصورة أساسية في صادراتها الخدمية على مجموع الخدمات التجارية أو قطاع النقل بما فيه نقل الفرد أو البضائع، مقابل محدودية الخدمات الأخرى أمام التصدير سواء بسبب عدم الاهتمام الكافي بتطويرها وتحديثها والتسويق لها، أو عدم ملائمتها للمعايير الدولية مما يحد من الطلب عليها.

V- الخلاصة:

بروز قطاع الخدمات وزيادة أهميته في مختلف الاقتصاديات العالمية صاحبه نمو في حجم التجارة الدولية للخدمات تسير الواردات والصادرات المادية للدول، والتي تشير إلى تقدم هذه الخدمات خارج حدود الدولة والتي تأخذ عدة أشكال، مع مراعاة الخصائص المميزة لها عن السلع المادية. إلا أن هذا التطور في وزن الخدمات في حجم التجارة الدولية لا يلاقي توزيعا متناسبا عبر كافة مناطق العالم، فهو يشهد أولوية واهتماما بالغا لدى بعض الدول، مقابل اعتباره قطاعا ثانويا في دول أخرى، وهو ما يظهر في تباين التبادلات التجارية للخدمات لكل من دول الاتحاد الأوروبي، دول BRICS، ودول المغرب العربي. ومما توصلت إليه الدراسة من النتائج، ما يلي:

- ✓ يلاحظ نمو إجمالي في قيمة التجارة الدولية للخدمات في العالم ككل وفي المجموعات الاقتصادية محل الدراسة خلال 10 سنوات الأخيرة، وذلك على مستوى التبادلات التجارية في شكل واردات وصادرات خدمية.
- ✓ تعرف الواردات الخدمية في التجارة الدولية للعالم زيادة معتبرة في قيمتها خلال فترة الدراسة تتجاوز معدل نموها 85% كمعدل عام، مع تسجيل تباين في نسبة هذا النمو بين مختلف المناطق فتقارب 72% كزيادة في قيمة الواردات من الخدمات بالنسبة للاتحاد الأوروبي، ولا تتجاوز 40% لدول المغرب العربي، بينما تشهد تضاعفا كبيرا لدول البريكس يقارب 200% خلال 10 سنوات. بينما تشهد قيمة الصادرات من الخدمات في التجارة الدولية نفس وتيرة الواردات، حيث تسجل دول البريكس أعلى معدل نمو لها خلال فترة الدراسة تقارب 129%، مقابل 70% للاتحاد الأوروبي، و 27% لقيمة صادرات المغرب العربي في التجارة الدولية للخدمات، وهذا في مقابل معدل نمو عالمي يقارب 90%.
- ✓ مع هذا الاختلاف في معدلات نمو قيمة الواردات والصادرات الخدمية للمجموعات الاقتصادية محل الدراسة، وزيادة دول البريكس عن باقي الاتحادات في نسبة النمو المسجلة في قيمة كل منهما خلال 10 سنوات الأخيرة، إلا أن نسبة مساهمة الاتحاد الأوروبي في إجمالي قيمة الواردات والصادرات الخدمية في العالم تظل الأكبر، في حين أن دول المغرب العربي تشكل نسبة ضعيفة لا تصل إلى 01% سواء من واردات الخدمات أو من قيمة الصادرات الخدمية العالمية.
- ✓ بالرغم من تسجيل نمو موجب لقيمة الواردات والصادرات من الخدمات لكل من الاتحاد الأوروبي، دول البريكس ودول المغرب العربي، إلا أن هاتين الأخيرتين تعرفان عجزا واضحا في الميزان التجاري للخدمات طيلة سنوات الفترة المحددة للدراسة، أما دول الاتحاد الأوروبي فتحقق فائضا كبيرا في ذلك، من خلال تجاوز قيمة صادراتها الخدمية لقيمتها واردة، وذلك بمعدل تجاوز 100%.
- ✓ تعد الخدمات التجارية أكثر نوع من الخدمات يشهد تبادلا كبيرا للمجموعات الاقتصادية في إطار التجارة الدولية للخدمات، حيث يشكل أكبر نسبة من قيمة الواردات أو الصادرات الدولية للمجموعات كلها على حد سواء، بينما تختلف نسبة مساهمة باقي أنواع الخدمات، فيلاحظ ارتفاع نسبة مساهمة خدمات البحث والتطوير، والنقل والشحن في كل من واردات وصادرات الاتحاد الأوروبي من الخدمات في التجارة الدولية، تليها خدمات الملكية الفكرية والخدمات المالية، فإن دول البريكس تتميز بارتفاع واردات خدمات الشحن متبوعة بخدمات النقل ثم خدمات الملكية الفكرية مقابل ارتفاع نسبة مساهمة الخدمات المرتبطة بالتكنولوجيا والمعلومات بصفة عامة في صادراتها من الخدمات. أما صادرات دول المغرب العربي من الخدمات فتعتمد على خدمات الشحن والنقل، متبوعة

بنسبة أقل من خدمات الملكية الفكرية وبعض خدمات التصنيع، مع تسجيل نسبة تقريبا معدومة لباقي الخدمات كالخدمات المالية، وعلى العكس من ذلك تسجل دول المغرب العربي نسبة متوسطة من واردات الخدمات الحكومية مقابل نسبة ضئيلة جدا تقريبا معدومة للاتحاد الأوروبي ودول البريكس من هذه الواردات.

وانطلاقا من هذه النتائج يمكن التوصية بضرورة تنويع الصادرات لدول المغرب العربي باعتبارها أضعف مجموعة من ناحية التجارة الدولية للخدمات في المجموعات الاقتصادية محل الدراسة، حيث لا بد من تطوير قطاع الخدمات وتحديثها بكل أنواعها للتماشي مع المعايير الدولية، والتي تسمح مستقبلا بتسويقها في السوق الدولية، وبالتالي الرفع من قيمة الصادرات في هذا المجال، مقابل السعي إلى الحد من حجم واردتها من خلال التشجيع على الابتعاد عن النمط الاستهلاكي الذي يؤثر على الميزان التجاري لها. أما دول البريكس BRICS فلا بد من تعزيز نموها الاقتصادي بالتطوير النوعي لخدماتها، مع وضع سياسات مشجعة على استقطاب الخدمات من هذه الدول، خصوصا بصورة فردية، أين يلاحظ فرق واسع في المعاملات التجارية لدول هذه المجموعة، بين دول تعرف انتشارا واسعا على مستوى التجارة العالمية كالصين، ودول أخرى تعرف محدودية في تسويق خدماتها لدى باقي الدول مثل البرازيل وجنوب إفريقيا، مما يؤثر على النتائج العامة للمجموعة.

- ملاحق :

الجدول (1) : تطور قيمة الواردات الخدمية للاتحاد الأوروبي، المغرب العربي، البريكس BRICS والعالم خلال الفترة 2009-2018

الوحدة: ألف أورو	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الاتحاد الأوروبي	10595	11378	11903	12653	132320	14441	16574	17015	17518	182566
	50486	25888	90719	83928	7921	00336	47307	19829	30660	5381
بريكس	25261	34944	40180	48056	518212	59235	66138	66762	70417	745780
	2167	7545	1172	2580	103	1439	1234	5927	2762	646
دول المغرب العربي	19435	22028	21170	23496	234450	24401	24610	23337	26086	270000
	472	047	016	382	26	661	441	102	885	00
العالم	25017	28811	30678	34419	353405	38340	43669	44021	45643	466295
	10272	47961	47694	40047	3935	53475	56473	76166	25826	0121

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على:

“Trade statistics for international business development”, on the official site of International Trade Center on:

<http://www.intracen.org/itc/sectors/services/tradestatistics/>, seen: August 25th, 2019.

الجدول (2) : تطور قيمة الصادرات الخدمية للاتحاد الأوروبي، المغرب العربي، البريكس BRICS والعالم في الفترة 2009-2018

الوحدة: ألف أورو	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الاتحاد الأوروبي	12169	13057	14052	15118	15833	17139	19061	19499	20741	21503
	45871	81243	07151	50977	52916	44061	30968	18229	49939	93495
بريكس	21667	29467	32447	36226	36221	37530	42827	42439	46149	49686
	2550	8943	6792	0237	7978	7154	7605	1292	8202	9266
دول المغرب العربي	16954	18364	17500	19026	17558	18718	19957	20216	21138	21551
	347	753	292	439	487	538	736	867	304	076
العالم	25787	29578	31682	35260	36329	38980	44612	45356	47831	49136
	33342	80381	62237	20039	26240	32371	86996	57997	37901	53188

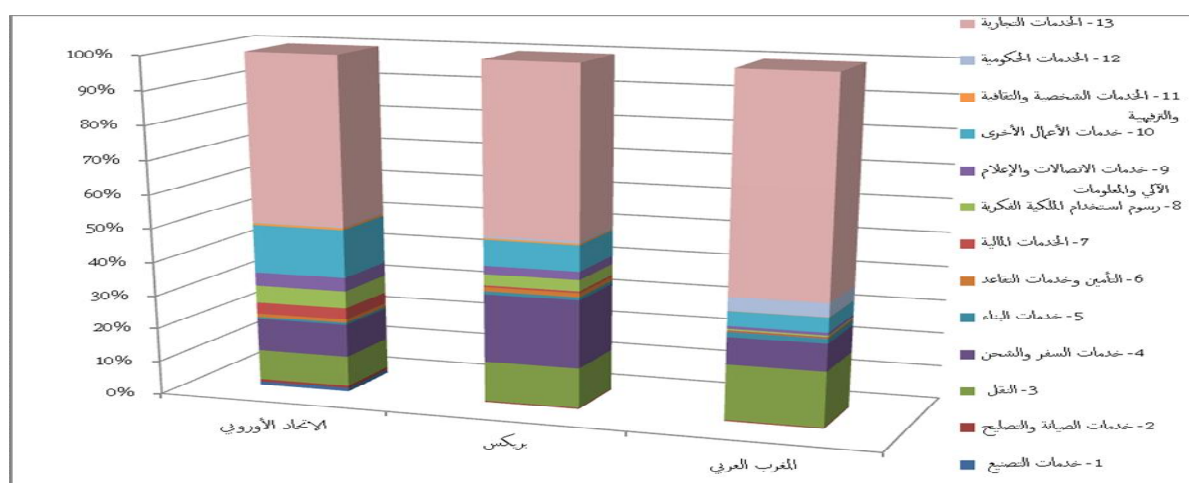
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نفس المرجع السابق

الجدول (3): تطور قيمة الميزان التجاري للخدمات للاتحاد الأوروبي، المغرب العربي، البريكس BRICS والعالم للفترة 2009-2018

الوحدة: ألف أورو	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
الاتحاد الأوروبي	15739	16795	21481	24646	26014	26984	24868	24839	32231	32472
	5384	5355	6432	7049	4995	3725	3660	8400	9279	8115
بريكس	35939	54768	77324	11830	15599	21704	23310	24323	24267	24891
	617	602	380	2343	4125	4286	3630	4635	4560	1381
دول المغرب العربي	24811	36632	36697	44699	58865	56831	46527	31202	49485	50000
	25	94	24	44	40	22	05	36	82	00
العالم	77023	76732	10041	84079	98872	63978	94330	13348	21881	25070
	066	417	4537	987	320	893	531	1822	2077	3072

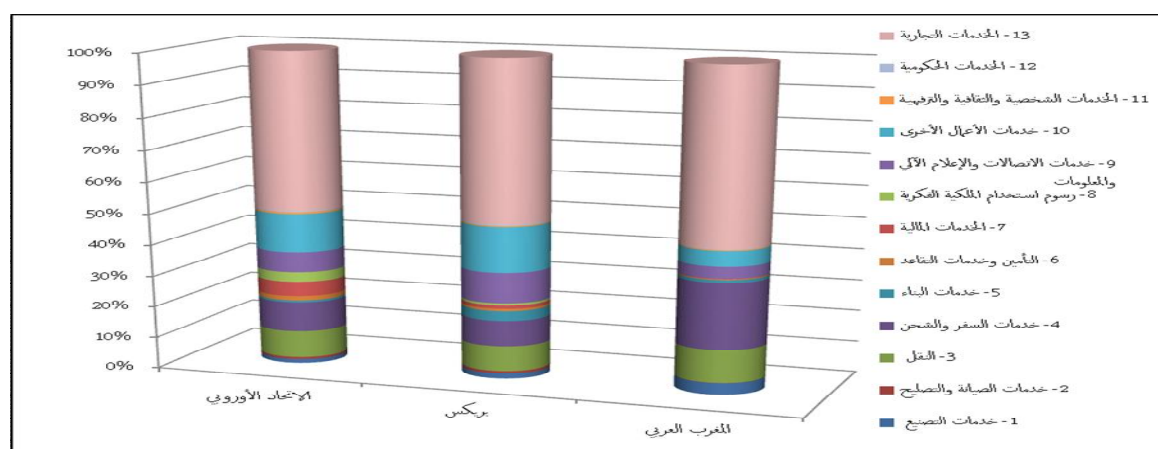
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نفس المرجع السابق

الشكل 1: توزيع الواردات الخدمية في إطار التجارة الدولية للخدمات لكل من الاتحاد الأوروبي، المغرب العربي، ودول البريكس BRICS لسنة 2018



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على إحصائيات المنظمة العالمية للتجارة

الشكل 2: توزيع الصادرات الخدمية في إطار التجارة الدولية للخدمات لكل من الاتحاد الأوروبي، المغرب العربي، ودول البريكس BRICS لسنة 2018



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على إحصائيات المنظمة العالمية للتجارة

الإحالات والمراجع :

- ¹ مراد، سامي أحمد. (2007). تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير التجارة الخارجية الجاتس. مصر: المكتب العربي للمعارف. ص ص 43، 44.
- ² Kotler P & Dubois B. (2003). *Marketing Management* (11^{em} Ed). Paris: Peason Education. p 463.
- ³ عبيد، حسن. (2002، نوفمبر). الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات. مجلة أوراق اقتصادية، 20، ص ص 20-04.
- ⁴ الحداد، عوض بدير . (1999). تسويق الخدمات المصرفية. مصر: دار البيان للطباعة والنشر. ص 52.
- ⁵ عبد الرحيم، محمد إبراهيم. (2009). العولمة والتجارة الدولية. مصر: مؤسسة شباب الجامعة. ص ص 95، 96.
- ⁶ بن أحمد، لخضر. (2012/2011). متطلبات تطوير وتحديث الخدمات المصرفية في الجزائر-دراسة الواقع والآفاق. أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3. ص 09.
- ⁷ محمد، حسن حجازي. (د.ت.). آثار تحرير التجارة الدولية في الخدمات المالية في إطار اتفاقية جولة الأوروغواي. الكويت: المعهد العربي للتخطيط. ص ص 10، 11.
- ⁸ بوسالم، فاطمة. (2011/2010). أثر تحرير التجارة الدولية في الخدمات على كفاءة النشاط المصرفي في الدول النامية-حالة الجزائر. رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة. ص ص 09، 10.
- ⁹ الفحل، حسين. (2007). الجاتس وآفاق التجارة العربية في الخدمات. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، 23 (02)، ص ص 119-164.
- ¹⁰ إبراهيم، عادل أحمد موسى. (د.ت.). أثر تحرير التجارة الدولية في الخدمات المالية على سياسات إعادة التأمين في الدول النامية مع دراسة تطبيقية على الاقتصاد المصري. رسالة ماجستير، جامعة حلوان، مصر. ص ص 25، 26.
- ¹¹ عوض الله، صفوت عبد السلام. (2002). الجاتس ومنظمة التجارة العالمية وتحديث التجارة في الخدمات المالية. مصر: دار النهضة العربية. ص ص 18-20.