

تجارت خدمات در کشورهای در حال توسعه^۱

توانایی کشورهای در حال توسعه برای ادغام موفقیت‌آمیز در نظام تجاری جهانی بستگی به افزایش مشارکت آنها در تجارت جهانی خدمات دارد. تحقق این مهم متکی به توانایی تحکیم ظرفیت ارائه خدمات رقابتی در سطح بین‌الملل و توسعه آزادسازی در بخشهای خدماتی مورد علاقه آنها است.

نقش خدمات در اقتصاد کشورهای در حال توسعه

جهانی‌سازی، خصوصی‌سازی و بهبود تکنولوژیهای اطلاعاتی باعث توسعه بازارهای جهانی خدمات و فرصتهای کسب و کار برای عرضه‌کنندگان کشورهای در حال توسعه شده است. هرچند چنین فرصتهایی فقط زمانی قابل استفاده هستند که عناصر کلیدی زیر ظهور کرده باشند:

الف - در صورتیکه دولت‌ها به استفاده از پتانسیلهای صادرات در بخشهای خدماتی اولویت بالایی داده، زیرساخت خدمات را بهبود داده و متعهد به ظرفیت‌سازی انسانی و ساختاری و ایجاد اصلاحات قانونی شوند.

ب - اگر شرکتهای فعال در بخش خصوصی ظرفیت کافی برای ارائه انبوه خدمات لازم در صادرات را داشته و خدمات ارائه شده، هزینه رقابتی و کیفیت قابل پذیرش در سطح بین‌المللی را داشته باشند.

ج - شرکتهای عرضه‌کننده خدمات از حمایت کافی و مشوقهای لازم برای توسعه بازار و دسترسی به بازار هدف برخوردار باشند.

دسترسی به تکنولوژی اساس ایجاد و توسعه ظرفیتهای عرضه صادرات در بخش خدمات کشورهای در حال توسعه است که می‌بایست با وجود مشکلات موجود درخصوص کمیابی سرمایه و

^۱. حمید قدردان. ترجمه مقاله مینا مشایخی (Mina Mashayekhi)، رییس بخش مباحث سیستمیک، قسمت تجارت بین‌الملل، آنکتاد (چاپ‌شده در مجله تدبیر).

محدودیت‌های کلی طرف عرضه مدیریت گردد. هرچند این عوامل مشکلات عمده بسیاری از کشورهای در حال توسعه را بیان می‌کند، اما با این وجود برخی از این کشورها پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای در صدور خدمات فنی که قابلیت بالای آموزش حرفه‌ای کلید موفقیت آن است، بدست آورده‌اند.

دسترسی به خدمات زیربنایی همچون خدمات مالی، حمل و نقل و ارتباطات با تکنولوژی بالا ممکن است موجب بهبود توان و ظرفیت صادراتی در بخش‌های دیگر از جمله جذب سرمایه بخش خصوصی گردد.

بازبینی اطلاعات آماری بخش خدمات نمایانگر محدودیت‌های اطلاعات تجاری قابل مقایسه جهانی در این زمینه است. آمار ترازنامه‌ها صرفاً مرتبط به تجارت فرامرزی است و سایر روش‌های موجود را پوشش نمی‌دهد. اهمیت خدمات در رشد و تغییر کشورهای در حال توسعه و نقش آن در ایجاد اشتغال در این کشورها واضح است. اکثر کشورهای در حال توسعه در بخش تجارت خدمات بامشکلاتی مواجه هستند، البته این مشکلات در بخش‌های مرتبط با توریسم، مسافرت و برگشت پول کارگران مشغول بکار در خارج به مراتب کمتر است. در برخی از کشورهای در حال توسعه، رشد واردات خدمات از صدور آن چشمگیرتر بوده و منعکس‌کننده وابستگی آنها به واردات خدمات فنی و حرفه‌ای است. کشورهای توسعه یافته سه چهارم صادرات جهانی خدمات را به خود اختصاص داده و ۲۰ صادرکننده برتر خدمات عمدتاً متعلق به این کشورها است.

بعلت عدم توافق بر روی داده‌های اندک موجود، هرگونه ارزیابی از تجارت خدمات می‌بایست براساس یک تحلیل کمی اولیه باشد. توافقنامه‌های GATS پایه محکمی برای کوشش‌های آینده در آزادسازی تجارت بین‌المللی خدمات شده و اطلاعات جدیدی در مورد موانع موجود نیز فراهم می‌کند. کشورهای در حال توسعه به توافقات مهمی در مورد بسیاری از صنایع خدماتی تحت موازین GATS رسیده‌اند که اغلب قوانین اتخاذ شده اخیر یا سیاست‌های پیش‌الزام آینده بدون داشتن تجربه کافی در

اجرای آن و تعهد به داشتن یک سهم بالاتر اسیر روشهای ۱ و ۳ ارائه شده بوده‌اند. بهر حال در روش ۴ آنها ارزش اقتصادی معنی‌داری از امتیازات انحصاری دریافت نمی‌کنند. خدمات کارایی اقتصادی را تقویت کرده و بطور خاصی در توسعه خدمات مولد مرتبط از اهمیت بسزائی برخوردارند. بخش خدمات به زیرساختهایی مثل ارتباطات، خدمات حمل و نقل و امور مالی که اثر مهمی در صدور کالا و خدمات رقابتی دارند متکی است. بعد اجتماعی خدمات، ارتباط مابین بخشهای خدماتی پایه ای خاص (زیرساختهایی همچون بهداشت و آموزش و پرورش)، توسعه قابل حمایت و رفاه عمومی از جمله مواردی است که نیاز به تاکید دارند. خدمات مشارکت معنی‌داری در ایجاد اشتغال کشورهای در حال توسعه دارد. متأسفانه عدم وجود آگاهی از نقش کلیدی خدمات در توسعه منجر به عدم تناسب بین معیارهای سیاسی وضع شده در این زمینه در کشورهای در حال توسعه می‌شود. این وضع ممکن است بعنوان مانعی برای سرمایه‌گذاران بالقوه و مانعی برای دستیابی به بازار در هنگام عدم وجود موانع عمل کند. موارد موفقیت‌آمیز توسعه صادرات خدمات در کشورهای در حال توسعه وجود دارد که مزیت رقابتی در ابعاد متنوعی را ایجاد کرده است.

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه ساخت خدمات صادراتی فقط به مفهوم تنوع بیش از اندازه متکی به صدور کالاهای ابتدایی است.

ت - تحلیل‌های بخشی خدمات:

تحلیل‌های بخشی فرصتهای کوچکی برای توسعه تجارت در شش بخش که کشورهای در حال توسعه مزیت رقابتی بالقوه یا آشکار دارند، خصوصاً از طریق حرکت طبیعی افراد، را تشریح می‌کند. این شش بخش عبارتند از: خدمات بازرگانی و حرفه‌ای مثل خدمات رایانه و امور ناپیدا دفتری، خدمات بهداشتی، توریسم، ساختمان‌سازی، ارائه سمعی و بصری اطلاعات و حمل و نقل. تجارت الکترونیک نیز

در صورتیکه پیش شرطها و زیر ساختهای لازم فراهم باشند، فرصتهای جدید و قابل توجهی را در صدور خدمات کاربر برای کشورهای در حال توسعه ایجاد کرده است. به هر حال فرصتهای موقت به سرعت تغییر کرده و با تغییرات تکنولوژی به گوشه‌ای رانده می‌شوند. در این شرایط استعداد تطبیق سریع و فوری با محیط بازار لازم است. تحلیلهای بخشی مؤید چندین ویژگی در بخش خدمات است که احتمالاً با ویژگی‌های سایر بخشها نیز شباهت‌هایی دارد.

۱- محدودیت عرضه: اکثر کشورهای در حال توسعه با محدودیتهای عرضه زیادی مواجه بوده و پیش شرطهای لازم برای ایجاد بخش خدمات رقابتی را ندارند. این پیش شرطها خصوصاً برای اطمینان از اینکه آزادسازی یک مشارکت مثبتی در تحصیل اهداف محیطی، توسعه‌ای و اجتماعی دارند مهم می‌باشد. این پیش شرطها شامل منابع انسانی و ظرفیت ایجاد شده در تکنولوژی است که از تحقق استانداردهای کیفی و حرفه‌ای اطمینان می‌دهند. زیرساختهای ارتباطی نیز به شدت مورد نیاز هستند. یک همبستگی بین چارچوب قانونی تقویت کننده رقابت در بخش کالا و خدمات، تجارت و سرمایه‌گذاری، که شامل مشوقهایی برای تشخیص شرکتهای خدماتی رقابتی نیز است می‌بایست ایجاد گردد. یک استراتژی ملی صادرات خدمات موجب می‌گردد تا شمای کلی صنایع خدماتی ترسیم شده و بر اهمیت حیاتی صادرات خدمات در توسعه اقتصاد تاکید می‌کند.

حمایت دولت، خصوصاً به شرکتهای خدماتی کوچک و متوسط کمک می‌کند تا کیفیت خدمات را به همان میزان که از تکنولوژی و فنون مدیریتی استفاده می‌کنند، بهبود دهند. انجمنهای صنایع خدماتی بعنوان نمایندگان ایجاد و تقویت کننده کدهای رفتاری و استانداردهای حرفه‌ای و رابط اعضا با شرکاء بالقوه در بازارهای هدف و بعنوان عامل یکی کننده صدا نیازهای صنعت خدمات می‌بایست ایجاد گردند. ظرفیت مالی شرکتهای خدماتی به منظور ترقی صادرات می‌بایست افزایش یابد. بخشهای تکنولوژی

اطلاعات و ارتباطات می‌بایست خصوصاً برای اطمینان از اینکه خدمات کاربر از طریق روش فرامرزی صادر می‌شوند، بیشترین توجه را به خود اختصاص دهند. تکنولوژیهای جدید کسب و کار (مثل کنسرسیوم، اتحاد و غیره) می‌بایست استفاده شده و شبکه‌هایی ساخته شود. حضور در بازارهای عمده می‌بایست حفظ شده و با بکارگیری فرصتهای بدست آمده در بازارهای محلی، بسته‌های خدماتی ارائه گردند. دانش و ظرفیتهای ایجاد شده در بخشهای تولید و کشاورزی نیز می‌بایست در فعالیتهای مرتبط با صادرات خدمات استفاده شده و بسته‌های ترکیبی کالا و خدمات ارائه گردد.

۲- وابستگی میان روشهای عرضه خدمات: مطالعات بخشی انجام شده در آنکتاد مؤید آن است که تمام طروق انجام تجارت خدمات در هر بخشی قابل استفاده بوده و اغلب تجارت از طریق یک روش باعث افزایش تجارت از طریق سایر روشها می‌گردد. در واقع وابستگی متقابل میان روشهای عرضه باعث می‌گردد ترکیبی از روشها بطور مؤثری در بازارهای در دسترس مورد استفاده قرار گیرند. تحقق این امر مستلزم آزادسازی تمام بخشهای تولید (کار، سرمایه، اطلاعات و تکنولوژی) است. رویکرد مدل چارچوبی منعطف برای آزادسازی تحت شرایط GATS را ایجاد می‌کند که تحت آن به کشورها اجازه داده می‌شود حرکت آزادانه بیشتری در یک روش، مثلاً "حضور بازرگانی، داشته و سپس به دیگر روشها، مثلاً" حرکت طبیعی فرامرزی افراد، بروند. مدل همچنین امکان مبادله بین روشهای متفاوت عرضه را فراهم می‌آورد. اقدام در چارچوب مدل تاکید خاصی بر روش اول عرضه (روش فرامرزی) با دیدگاه پیشنهاد فرصتها در تجارت الکترونیک برای عرضه از راه دور خدمات کاربر است. چهارمین روش عرضه (حرکت طبیعی اشخاص) نیز مورد تاکید واقع شده است.

عرضه خدمات از طریق روش حرکت طبیعی اشخاص (روش ۴ GATS) در کشورهای در حال توسعه مشکلات فزاینده‌ای بعلاوه وجود موانع مهم برای دسترسی به بازار و رفتار ملی ایجاد می‌کند.

تکنولوژی اطلاعات فرصتهای جدید عمده‌ای برای صادرات خدمات از راه دور (در صورتیکه پیش شرطهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری لازم، زیرساختهای ارتباطاتی و مالی و منابع انسانی مورد نیاز فراهم باشد) در کشورهای در حال توسعه از طریق تجارت الکترونیک (که مستلزم روش فرامرزی است) خلق کرده است. کشورهای در حال توسعه همچنین فرصتهای فزاینده‌ای برای صدور خدمات از طریق شبکه‌های تکنولوژی اطلاعات بدون حرکت طبیعی اشخاص و بدون سرمایه‌گذاری سنگین برای یک حضور تجاری دارند. سرمایه‌گذاری سنگین یک محدودیت عمده برای صادرات کشورهای در حال توسعه است.

۳- حرکت طبیعی اشخاص: عدم وجود توافقات معنی‌دار تجاری در روش ۴، که پایه عرضه خدمات در یک کشور در حال توسعه است، مشخصاً در تمام مقالات ارائه شده، ملاقاتها (همایشهای صادرات) و کمیسیونها بطور واضح بیان شده است. این عدم دسترسی یک عدم تعادل در تجارت را ایجاد می‌کند. موانع این روش مربوط به ماهیت افقی تعهدات (محدودیت دسترسی به نقل و انتقالات درون شرکتی)، محدودیت و الزامات حق لیسانس و صلاحیتهای اعمال شده برای حق عبور، عدم شناخت شرایط و آزمونهای نیازسنجی اقتصادی است. شفافیت معیارهای اثرگذار بر حرکت طبیعی انسان در افزایش مشارکت کشورهای در حال توسعه حساس است.

این موانع از مشارکت در فعالیتهای متنوع اصلی نفوذ به بازار جهانی خدمات تکنسین‌ها و تجار کشورهای در حال توسعه جلوگیری می‌کنند. آزمونهای نیازسنجی اقتصادی (خصوصاً در جائیکه ضوابط به وضوح مشخص نشده باشد) یک مانع عمده بر سر راه تجارت خدمات را، به ویژه طبق ابعاد مورد اشاره در روش ۴، بعلت ماهیت احتیاطی و سطح عدم اطمینان قابل ملاحظه‌ای که در سطحی از دسترسی به تعهدات بازار وجود دارد نشان می‌دهد. هرگاه تعهدی موضوع آزمون نیازسنجی اقتصادی قرار گیرد، تضمینی برای دسترسی به آن فراهم نمیشود. کاهش حیطه عمل آزمونها، جدول‌بندی ضابطه خاص

بکارگیری آنها، و نهایتاً رفع آن، خصوصاً در رابطه با قابلیت شناسایی واضح طبقات مشاغل، هسته مرکزی کوششهای آینده برای آزادسازی تجارت خدمات و افزایش مشارکت کشورهای در حال توسعه است. حرکت ارائه کنندگان خدمات (روش ۴) نیز می‌تواند از طریق چنین معیارهایی که «ویزاهای GATS» را برای حرکت در خارج از بازار کسب و کار جهت توسعه ساده و مؤثر کرده و تحویل خدمات را بدون الزامات صرف وقت برای دریافت روادید یا نیاز به دعوت شدن از طرف شخصی در آن بازار باشد، تسهیل گردد.

۴- سایر موانع دسترسی به بازار: تعدادی از موانع رو در روی عرضه کنندگان خدمات در کشورهای در حال توسعه که طی تحلیلهای بخشی شناسایی شده‌اند عبارتند از:

الف - منع دسترسی اتباع خارجی به بازار خدمات که بازار را به طور انحصاری برای عرضه کنندگان داخلی از طریق الزامات ملی و اقامتی یا الزامات دریافت روادید نگه داشته و می‌تواند حرکت طبیعی اشخاص را منع یا محدود کند.

ب - معیارهای قیمتی مثل مالیات ورود و خروج، پرداخت عوارض دریافت روادید برای حرکت طبیعی اشخاص، مالیات‌بندی و پرداخت تبعیض آمیز خطوط هوایی، پرداخت حق لیسانس، تعرفه کالایی برای خدماتی که به همراه کالایی می‌بایست باشد یا اینکه برای تولید آن لازم است باشد، برنامه‌های تلویزیونی، نرم‌افزار کامپیوتر، کامپیوترها، لوازم ارتباطی و تبلیغات یا مواد ترفیعی خاص که می‌توانند واردات خدمات را محدود کنند.

ج - سوبسیدهای اعمال شده در کشورهای در حال توسعه (در بخشهای ساختمان‌سازی، ارتباطات، حمل و نقل، بهداشت، آموزش و پرورش و ...) شامل بخشهای با تکنولوژی بالا و سوبسیدهای افقی (هم سطح) و مشوقهای سرمایه‌گذاری که می‌توانند اثر تخریبی تجاری در صادرات کشورهای در حال

توسعه داشته باشند. محدودیتهای مالی عموماً یک عدم مزیت برای عرضه‌کنندگان خدمات کشورهای در حال توسعه می‌باشند. شرکتهای فعال در کشورهای توسعه یافته از حمایت‌های مالی دولت خود منتفع می‌شوند. برای مثال جریانهای تجاری خدمات ساختمان‌سازی تحت تاثیر سوبسیدهای بالای دولتی که بر صادرات شرکتها وضع شده است قرار دارند.

د - استانداردهای فنی و حق ليسانس، برای مثال در خدمات تجاری حرفه‌ای خاص، ليسانس(مجوز) ارائه خدمات مالی و استانداردسازی برای ایجاد محدودیت ورود به این صنعت مورد استفاده قرار می‌گیرد. توافقات تشخیص (حق ليسانس و استانداردهای) مشترک به طور خاصی در تسهیل تجارت مهم می‌باشند. عدم همکاری در توافقات تشخیص مشترک می‌تواند نتیجه‌اش دفع مؤثر از بازارهای مرتبط باشد. محیط پیچیده و مقررات ایمنی، استانداردسازی، و رویه‌های عمل ثبت از جمله عوامل مهم بازدارنده کسب و کار در بخش ساختمان‌سازی است. مشکل در برخی از کشورها که رویه‌ها از حالتی به حالت دیگر یا از ناحیه‌ای به ناحیه دیگر تغییر می‌کند، مضاعف است.

ه - تبعیض در دسترسی به کانالهای اطلاعاتی و شبکه‌های توزیع، برای مثال عرضه‌کنندگان شبکه‌های ارتباطی ممکن است با استثناء قائل شدن برای برخی از کاربران، شارژ هزینه‌های بالا، تحمیل محدودیتهای الصاق تجهیزات و غیره تبعیض قائل شوند. در حمل و نقل هوایی تبعیض در دسترسی (به برخی تسهیلات) و اعمال هزینه فرعی خدمات، رقابت در خطوط هوایی را کاهش می‌دهد. اعطاء امتیاز خاص به مشترک و یا دریافت هزینه بار شخصی بالا در یک شرکت هوایمایی بزرگ، دسترسی به سیستم رزرو رایانه‌ای و سیستمهای توزیع جهانی می‌تواند عرضه‌کنندگان بالقوه خدمت را نیز از صحنه خارج کند. و - عدم شفافیت ضوابط دولتی، برای مثال قوانین مهاجرت و رویه‌های عملیاتی شرکتهای بزرگ مانع عمده دیگری برای دسترسی به بازار کشورهای در حال توسعه است.

ز - اهمیت رشد مالی در پروژه‌های برنده شده (مناقصه های) در بازارهای صادراتی و ضعف کشورهای در حال توسعه در عمل در بازارهای مالی بین‌المللی نیز محدودیت ایجاد می‌کند.

ح - عدم دسترسی به خرید دولتی و خرید براساس رجحان ملی در خدمات ساختمان سازی نیز یک محدودیت است.

مباحث دیگر

۱- مباحث مربوط به رقابت: بسیاری از بازارهای خدمات توسط تعداد کمی از شرکتهای نسبتاً بزرگ که متعلق به کشورهای توسعه یافته هستند و تعدادی بازیگر کوچک که با آنها همکاری می‌کنند اداره می‌شوند. نتیجه این روند چنین خواهد بود که در بیشتر بخشهای خدماتی بعلاوه آنکه اندازه رقبا در سطح بعدی (رده پایین تر) خیلی کوچک است، شرکتهای بزرگتر با رقابت کمتری مواجه می‌شوند.

برای مثال در صنعت توریسم ۸۰ درصد بازار متعلق به ۴ شرکت برگزار کننده بزرگترین تورهای جهان (*Thomas cooks* ، *First choice* ، *Airtours* ، *Thomson*) است. ارائه کنندگان خدمات کشورهای در حال توسعه اکثراً شرکتهای کوچک و متوسطی هستند که می‌بایست با شرکتهای خدماتی بزرگ چندملیتی که دارای قدرت مالی عظیم، آخرین تکنولوژیها، شبکه کاری جهانی و زیرساخت تکنولوژی اطلاعات پیشرفته و خبره هستند رقابت کنند.

چنین درجه بالایی از تمرکز (در یک صنعت) اغلب پیامد حجم بسیار بالای سرمایه و شبکه پیچیده‌ای از سازمانهای وابسته بوده که نیازمند حفظ مزیت تکنولوژیک، بکار انداختن همزمان چرخه تولید چندین محصول و لحاظ مقیاس اقتصادی (در انجام امور) است. برای مثال در خدمات مشاوره مدیریت، حسابرسی و تبلیغات، روابط شرکت - مشتری براساس شرایط سراسر جهان بنا نهاده شده که با

آنچه که در کشورهای در حال توسعه دیده می‌شود و برای دسترسی به بازارهای جهانی است، متفاوت است.

روند ادغامها و اکتسابها و اتحادهای استراتژیک این وضعیت را بدتر می‌کند. مطالعات صورت گرفته بر روی توریسم، بهداشت، حمل و نقل هوایی و ساختمان‌سازی بر امکان اثر ضد رقابتی این فنون جدید کسب و کار تأکید می‌کند. برای مثال ترکیب عمودی آژانسهای مسافرتی و اجراکنندگان تور، قدرت قابل ملاحظه‌ای را ایجاد کرد که رقبا را در موضع ضعف قرار داد.

تقاضای مصرف کننده نتیجه‌اش ارائه خدمات مکمل گروهی از طریق اشکال متنوعی از اتحاد استراتژیک بود. بعلاوه تقاضای مصرف کننده برای کیفیت مطمئن و قابل پیش‌بینی به افزایش شکلهای متنوعی از ادغامهای جهانی و شبکه‌های تحویل منتج شد (مثل فروشگاههای زنجیره‌ای، شرکتهای مدیریت چند وجهی همچون مدیریت بهداشت، سیستمهای رزرو رایانه‌ای و سیستمهای توزیع جهانی).

تعدادی از مباحث کلیدی رقابت نیز از درون کانالهای توزیع و شبکه‌های اطلاعاتی ایجاد شده برای چندین نوع خدمت بوجود می‌آید. برای مثال در توریسم و حمل و نقل هوایی، اتحادیه‌های استراتژیک جهانی و سیستمهای توزیع جهانی رقابت را محدود کرده و کشورهای در حال توسعه موانع عمده‌ای برای ورود به بازار خود بکار گرفته‌اند. مشکل مهم ابراز تمایل (مصرف کننده) به سیستمهای رزرو رایانه‌ای، سیستمهای توزیع جهانی، مارک جهانی پرواز که برای مصرف کننده افتخار ایجاد کند، و محدودیت ورود به مرکز فعالیت خطوط هوایی است.

پیوستگی شبکه‌ای می‌تواند شرکتهایی با شهرتی بین‌المللی برای قدرت عمل موثر، توسعه و تحقیق، امکان حرکت سریعتر به سمت محصولات با ارزش افزوده بالاتر، آموزش و انتقال تکنولوژی سبک و ایجاد فرصت انتقال کارمندان حرفه‌ای به دیگر بازارها در کشورهای در حال توسعه فراهم کند. چنین شرکتهایی می‌توانند به شرکتهای متجانس سایر کشورهای در حال توسعه در شبکه‌های جهانی که در

جهت ایجاد خدمات چندملیتی در بازارهای کوچک رقابت دارند، متصل شوند. چنانکه جهانی سازی بازارها افزایش یابد، موفقیت برای شرکتهای تک خدماتی بدون حضور در اتحادیه های استراتژیک بسیار مشکل است.

بهرحال اتحادیه های استراتژیک ممکن است در صنایع بالفعل استاندارد یا قیمت گذاری شده نیز توسعه یابند که عامل بالقوه ای برای افزایش ورود اعضا جدید و موانع پیش رو باشند ، بنابراین نیاز به توجه خاص به طرح و توسعه سیاستهای رقابتی ملی و بین المللی است.

در رفتار ضد رقابتی نیاز به ارائه معیارهای ایجاد نظم وجود دارد. این مهم مستلزم توسعه قوانین ملی رقابت در کنار توسعه مکانیسمهای بین المللی تقویت کننده هماهنگی میان قدرتهای رقابتی از طریق انتقال قیمت، ترکیبات معامله انحصاری، اتحادیه ها و کارتهای صادرات است.

۲- تجارت الکترونیک : پیشرفتهای تکنولوژی اطلاعات تجارت خدمات را تسهیل و در برخی کشورها ، شرکتهایی با مزیت رقابتی در بازار جهانی ایجاد کرده است. توسعه شبکه های ارتباطی و تکنولوژی اطلاعات ، و کاهش هزینه های ارائه خدمات امکان توسعه نقاط قوت رقابتی جدید از طریق ارائه محصول بسته بندی نشده و مصرف فعالیتهای اطلاعات بر را فراهم کرده است (محاسبات، تحقیق و توسعه، مدیریت اموال، کنترل کیفیت، حسابداری، خدماتی حقوقی ، بازاریابی، تبلیغات، توزیع کالا). این فعالیتهای را می توان با برون سپاری^۱ بین المللی فعالیت، از خارج سازمان تهیه کرد. اینترنت نیز ساختارهای بازار را تغییر داده و نیاز به واسطه را حذف کرده است. کانالهای توزیع جدید، دلالتان اطلاعات شخصی مصرف کنندگان^۲، قبلاً اثر خود را بر روی تجارت گذاشته اند.

^۱. Outsourcing.

^۲. Infomediary

هم‌اکنون تعداد اندکی از کشورهای در حال توسعه برای دسترسی به بازارهای خارجی در عرضه خدمات از اینترنت استفاده می‌کنند. برای زمانهای طولانی کشورهای در حال توسعه صرفاً مصرف‌کننده خدمات ارائه شده بر روی اینترنت بودند. بسیاری از کشورهای در حال توسعه از عدم کفایت زیرساختها و عدم دسترسی به تکنولوژی اطلاعات رنج می‌برند. هزینه ایجاد زیرساخت تجارت الکترونیک یکی از مهمترین موانع توسعه صادرات در این کشورها است. دلایل دیگر عدم استفاده از اینترنت در معاملات تجاری ناشی از عدم آگاهی شرکتهای کشورهای در حال توسعه از اقتصاد دیجیتال و هزینه بالای راه‌اندازی وب‌سایت تجارت الکترونیک است. برخی از مباحث مستلزم توجه به اثر رقابت است زیرا مارک تجاری برخی از محصولات بطور خاصی در کشورهای در حال توسعه نفوذ کرده و دسترسی شرکتهای کوچک و متوسط به این بازارها را با مشکل مواجه می‌کند. این شرکتهای کوچک و متوسط با مسائلی همچون سطح پایین بهره‌وری، کیفیت پایین محصول و عدم دسترسی به اعتبار مالی لازم و آموزش مواجه بوده و نقش قاطعی در ایجاد اشتغال دارند. اثر نشت سرمایه (جریان سرمایه) به سمت تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه نیازمند توجه بیشتری است. برای کشورهای در حال توسعه پیشنهاد می‌شوند که از فرصتها در کسب منفعت استفاده گردد.

از گذشته دامنه قابل ملاحظه‌ای از معاملات تجارت الکترونیک تحت پوشش GATS بوده‌اند. فرصت اصلی تجارت الکترونیک در بخش خدمات ایجاد شده و این دلیلی است که کشورهای در حال توسعه را مجاز به توسعه مهارتهای خود در بازارهای جهانی بدون ترک کشور خود خواهد کرد. بدین ترتیب این کشورها از مزیت رقابتی هزینه پایین / تکنولوژی بالا بدون تخلیه مغزی کشور سود خواهند برد. اینترنت نیز به آنها اجازه تبلیغ محصول را می‌دهد. به‌رحال باید توجه داشت که عرضه از طریق فرامرزی بر حضور تجاری ترجیح داده شده و این مهم می‌تواند جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را کاهش

داده، تکنولوژی و فنون مدیریت را انتقال داده و فرصتها را به همراه هدایت تقاضا شرکتهای خارجی در جستجوی فعالیت بدون تأسیس درست شرکت هستند نیز بکار گیرد. (مثل آنچه که در NAFTA اتفاق افتاده است). اینترنت فرصت کسب اطلاعاتی که تاکنون غیرقابل دسترس و غیرقابل تحصیل بود را برای کشورهای در حال توسعه فراهم کرده است. نتیجه آن، انتقال رموز کاری مشوق توسعه صادرات خدمات از کشورهای در حال توسعه است. کوششهایی مورد نیاز است تا از عدم محدودیت دسترسی این کشورها به "جریان داده فرامرزی"^۱، همچنانکه ساختارهای اطلاعاتی بطور فزاینده‌ای بخش مهمی از محصول می‌شوند، اطمینان حاصل گردد.

تعیین مکان واقعی تحقق معامله تجاری حوزه ای است که نیاز به مباحث حقوقی را افزایش می‌دهد. این چالشها مشکلات خاصی را برای کشورهای در حال توسعه مطرح کرده و نشان داد که آنها از لحاظ چارچوبهای قانونی ضعیف بوده و ظرفیت اجرای این مباحث را ندارند. در این کشورها نیاز به توسعه مکانیزمهای بین‌المللی برای قانونمند کردن امور و ایجاد هماهنگی در مسائل حقوقی درخصوص انتقال فرامرزی اطلاعات و همچنین فراهم کردن محافظ رقابتی در مقابل ایجاد انحصارات می‌باشند. انحصاراتی که قبلاً پدیدار شده‌اند.

۳- دسترسی به اطلاعات و تکنولوژی انتقال اطلاعات: کوششهایی مورد نیاز است تا از عدم محدودیت دسترسی این کشورها به "جریان داده فرامرزی"، همچنانکه ساختارهای اطلاعاتی بطور فزاینده‌ای بخش مهمی از محصول می‌شوند، اطمینان حاصل گردد. عدم تناسب اطلاعاتی عرضه کنندگان کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه خصوصاً در بخش خدمات مهم بوده و نیاز به راهها و مفاهیمی است که دسترسی به اطلاعات را بهبود بخشد. تجارت الکترونیک مبتنی بر اینترنت یکی از

^۱. Transborder data flow

مهمترین شکل‌های اقتصاد مبتنی بر تکنولوژی است که با منافع پویای رهبری تکنولوژی در حال حرکت است. کشورهای در حال توسعه با موانع مهمی درخصوص دسترسی به تکنولوژی مواجه‌اند که این خود یک شکاف تکنولوژیک را ایجاد کرده است. نتیجه رهبری تکنولوژی کشورهای توسعه یافته تحکیم تسلط آنها بر بازاری است که قبلاً رهبری تکنولوژی آن را بر عهده داشته‌اند. برای مثال انتشار سریع تکنولوژی اطلاعات در صنعت خدمات ساختمان‌سازی و طراحی مهندسی بطور خاصی در افزایش ظرفیت صادرات خدمات کشورهای در حال توسعه مهم بوده است. ضعف کشورهای در حال توسعه در طراحی مهندسی، کشورهای توسعه یافته را به دسته‌های صنعتی با ویژگیهای خلق خدمات مبتنی بر دانش که بطور خاصی استفاده از تکنولوژی اطلاعات در تولید و تحویل آن مهم است و صرفاً در کشورهای توسعه یافته می‌باشند، تقسیم می‌کند. این تکنولوژی اجازه ذخیره کار و زمان را داده و تعدیل سریع در برابر تغییر شرایط بازار در آن صورت می‌گیرد. ذخیره قابل ملاحظه هزینه‌های طراحی به همراه بهبود سرعت و دقت طراحی بعنوان یک نتیجه این شرایط است. سرمایه‌گذاری در تکنولوژی اطلاعات تعهدی ریسکی و هزینه‌زا ناشی از بخشی از الزامات سرمایه‌ای، تکثیر استانداردهای تکنولوژی اطلاعات و کهنگی سریع سیستم‌های تکنولوژی اطلاعات است.

۴- اثر بر آزادسازی: آزادسازی تجارت خدمات که بطور قابل ملاحظه‌ای در روش ۳ - حضور تجاری -

بدان پرداخته شد ، می‌تواند کمک عمده‌ای در تحلیل اهداف اجتماعی و توسعه‌ای باشد. بهر حال معمولاً بکارگیری شرایط پیش نیاز خاصی در آزادسازی ، دارای اثر مثبت مورد نیاز است. در توافقات آزادسازی مجبوریم تشخیص درستی از ویژگیهای بخش خدمت ملی متمرکز بر آن و ارتباطات بین بخشها داشته باشیم. مجبوریم ساختاری قانونی مکفی داشته باشیم. برای مثال برای لحاظ اهداف احتیاطی، می‌بایست از جنبه فنی استانداردها یا شرایط حرفه‌ای و غیره اطمینان حاصل کرد. برای مثال این مهم بطور واضح نشان

می‌دهد که آزادسازی بخش خدمات مالی می‌بایست مقدم بر اجرای قوانین احتیاطی و سیاست‌گذاری کلان اقتصادی باشد. در بخش بهداشت حضور عرضه‌کنندگان خارجی می‌تواند نقاط قوت و ضعف ساختار بهداشت داخلی و بخش بیمه را آشکار سازد. در بخش خدمات محیطی، عرضه‌کنندگان خارجی می‌تواند مشارکت مثبتی در حمایت از محیط در صورتیکه بطور فنی برخورد کرده، قوانین قابل اجرا تدوین شده باشد و بطور آشکاری سرمایه در دسترس کشورهای در حال توسعه باشد داشته و بر روی چنین خدمات واردات شده ای متمرکز شوند. توسعه توریسم ممکن نیست اثر مثبتی داشته باشد در صورتیکه در اقتصاد محلی اختلاطی صورت نگرفته و اتحاد قومی قابل ملاحظه ای وجود داشته باشد.