محاضرة رقم 10	
الكلية	الزراعة
القسم	الاقتصاد الزراعي
المادة باللغة العربية	تجارة خارجية
المادة باللغة الانجليزية	Foreign Trade
المرحلة	الرابعة
السنة الدراسية	2024-2023
الفصل الدراسي	الاول
المحاضر	أ.م .د سعد عبد الكريم حماد
العنوان باللغة العربية	تخطيط التجارة الخارجية
العنوان باللغة الانجليزية	Foreign trade planning
المصادر والمراجع	الدليمي ، د . سعد عبد الكريم حماد (2023) كتاب تجارة خارجية (تطبيقات اقتصادية كلية) ، دار الدكتور للعلوم ، العراق

المحاضرة : العاشرة

تخطيط التجارة الخارجية

تمهيد :

يعد تخطيط التجارة الخارجية جزء من التخطيط الاقتصادي ، تخطيط التجارة هو اسلوب للتفكير وبرنامج للعمل يستخدم المنطق العلمي في تحديد اهداف موضوعة ومحددة وتستخدم الوسائل المتاحة لتحقيقها خلال مدة زمنية محددة . اعتمدت كثير من بلدان العالم على تخطيط التجارة الخارجية بوصفها العامل الرئيسي لتحقيق الرفاهية والتنمية الاقتصادية بعد ان ايقنت هذه الدول ان تحقيق اهدافها لا يتم الا من خلال التخطيط . برزت الحاجة الى تفعيل التخطيط عن طريق سيطرة الدولة على موارد وادوات الانتاج من خلال الزام القطاع العام بتنفيذ خطة التجارة وتوجيه وتمكين القطاع الخاص نحو الاهداف المطلوبة . يتيح تخطيط التجارة اختيار نقل البدائل للموارد في عملية الانتاج لتحقيق الميزة النسبية او المطلقة ويخصص ويقسم العمل

ورفع كفاءة استخدام الموارد التي تمكن السلع من المنافسة في الاسواق الخارجية . ان العمل على وضع خطة تستهدف تحقيق التنافسية في السوق العالمية لمنتج معين بالتأكيد ان تحقيق هذا الهدف ينعكس على تحقيق اهداف اخرى كزيادة الانتاج والعمالة والدخل والادخار . ان تخطيط التجارة الخارجية يدفع واضعي السياسات الاقتصادية الى تحليل المخلات والمخرجات للكشف عن العلاقات الاقتصادية التشابكية مع القطاعات الاخرى الامر الذي يساعد على حل الكثير من المشاكل.

مفهوم تخطيط التجارة الخارجية

التخطيط بمفهومه العام ، انما هو عبارة عن تحديد لمجموعة من الاهداف المتناسقة التي يراد تحقيقها وفق اولويات معينة وخلال فترة زمنية محددة ، مع اختيار لمجموعة الوسائل والاجراءات اللازمة لتحويل هذه الاهداف الى واقع . فهو ذلك القرار الذي تتخذه السلطات العليا في الدولة لمجموعة معينه من الاهداف تلتزم بتحقيقها خلال مدة زمنية محدده في سبيل الوصول الى غايات تبناها المجتمع من اجل تنمية قدراته اقتصادياً واجتماعياً .

تعتبر خطة التجارة الخارجية ، برنامج عمل محدد للمبادلات التجارية ، سواء من حيث حجمها تصديراً واستيرادا خلال مدة معينة ، وكذلك الكيفية التي ستتم بها المبادلات .

وتتبع خطة التجارة الخارجية الخطة الاقتصادية الوطنية من حيث مدتها ، فنجد الخطة طويلة الأجل في مجال التجارة الخارجية ، تحتوي على الاتجاهات العامة للتصدير والاستيراد ، كذلك هناك الخطة المتوسطة للتجارة الخارجية ، وفيها تحدد درجة اكبر من التفاصيل لقطاع التجارة الخارجية ، ونجد الخطة السنوية للتجارة الخارجية وفيها يتم اتخاذ القرارات التفصيلية في مجال التجارة الخارجية .

وتعتبر خطة التجارة الخارجية جزءاً من النظام العام للتخطيط الاقتصادي، وترتبط ارتباطا وثيقا بخطط مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني ، فهي تعتبر بالنسبة للدول النامية أمراً حيوياً ، وذلك للمشكلات التي تتعرض لها باستمرار في مجال التجارة الخارجية فهي تواجه الآتي :

1- نقص الطلب العالمي ، وخاصة في أسواق العالم الرأسمالي ، لبعض السلع التصديرية التقليدية بواسطة الدول النامية .

2- مشكلات تحديد حجم الاستيراد اللازم لعملية التنمية الاقتصادية ، والاستيرادات الاستهلاكية .

فخطة التنمية في البلاد النامية تتطلب شراء معدات رأسمالية من الخارج ، ومن الطبيعي ان الدول النامية يجب ان تقلل كثيرا من اعتمادها على القروض والمساعدات الأجنبية ، وإذن فليس أمامها إلا السعي الجدي للتوسع في الصادرات ، وبما ان فرصها في ذلك محدودة ، فلابد من تغييرات متعمدة في هيكل التجارة

الخارجية ، كزيادة الإنتاج الزراعي والصناعي لتجنب تضخم الأسعار، والتحكم في كميات الاستهلاك وفي أسعار السلع ، حتى لا يكون الطلب على الاستيرادات الكمالية الأجنبية حافز على الاستثمار غير المرغوب فيه .

الضرورات الموضوعية واهمية تخطيط التجارة الخارجية

إن للتجارة الخارجية تأثيراً واسعا وكبيرا على الرفاهية الاقتصادية وان كان هذا التأثير غير مباشر عن طريق تأثيره على معدل نمو الدخل القومي ومستواه ، ويمكن اعتبار خطة التجارة الخارجية برنامج منظم ومحدد لتبادل السلع ، سواء كانت استيرادات ام صادرات صغيرة ام كبيرة ، وخلال مدة معينة وكذلك تحديد الطريقة التي تتم بها هذه المبادلات ، وبما إن اغلب الدول لا تمتلك الموارد الكافية لتحقيق الاكتفاء الذاتي لسد جميع احتياجات افرادها لذلك تلجأ الدول الى مبادلة ما تنتجه من الموارد الكافية لتحقيق الاكتفاء الذاتي مع سلع لا يمكن انتاجها محليا أو هناك نقص كبير في الموارد اللازمة لإنتاجها او لغرض الحصول على العملة الصعبة لسد حاجات المجتمع وعلى هذا الأساس تتبع الدول مبدأ التخطيط للتجارة الخارجية التي هي جزء من الخطة الاقتصادية القومية .

إن خطة التجارة الخارجية تتبع الخطة الاقتصادية من حيث مدتها ، فالخطة متوسطة الأجل تكون ذات تفاصيل واسعة فيما يخص الصادرات والاستيرادات للبلد ومن خلالها يتم اتخاذ القرارات المهمة في هذا القطاع ، أما الخطة طويلة الأجل فتكون اقل تفصيلا وتقتصر على الاتجاهات العامة للصادرات والاستيرادات وكما قلنا سابقا إن خطة التجارة الخارجية هي جزء من التخطيط الاقتصادي والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالخطط التي تخص القطاعات القومية الأخرى والتي هي مهمة جدا بالنسبة للدول النامية ، كونها تعاني الكثير من المشاكل في مجال التجارة الخارجية .

لكي نحصل على خطة مناسبة في التجارة الخارجية فعلينا الأخذ بنظر الاعتبار السياسات الاقتصادية العامة للدولة لكي لا تخرج من الاطار العام للخطة العامة للدولة والتي تعد من الأسس المهمة الواجب إتباعها في تخطيط التجارة الخارجية وبهذه الطريقة يمكن لخطة التجارة الخارجية ان تحقق أهدافها في تسريع عملية النمو وتطوير الاقتصاد القومي .

ان التخطيط للمرحلة المقبلة أمر مهم جداً في ظل الأجواء المضطربة التي تسود الاقتصاديات العالمية ، مشيراً الى ضرورة الربط بين التجارة الخارجية والإمكانيات المتاحة للبلد للتخلص من المديونية . إن التجارة الخارجية لها تأثير واسع على الاقتصاد القومي لأي بلد ، إلا ان هذا التأثير لا يكون مناسبا في اغلب الأحيان كون التأثير يكون إيجابيا أحيانا للدفع بعجلة التنمية قدما وسلبيا في أوقات اخرى . ولكي نستثمر هذه الآثار

الإيجابية والتغلب على سلبية اثر التجارة الخارجية على التنمية الاقتصادية فلا بد من تخطيط التجارة الخارجية في سبيل تنظيم المهام والوظائف الرئيسة وإخضاعها لخدمة الاقتصاد القومي ، وفيما يأتي سنوضح الضروريات الملحة لتخطيط التجارة الخارجية من خلال التعرف على أهميتها وفوائدها وكما مدون في النقاط الاتية :

1- الرسم المباشر لسياستي الاستيرادات والصادرات يساعد في تجنب عدم الاستقرار الذي تتعرض له الأسواق الدولية وضمان الاستقلال الاقتصادي والمصالح السياسية والاقتصادية للبلد عن طريق إعادة النظر في مفردات التجارة الخارجية وتوزيعها الجغرافي وفق الظروف الاقتصادية المرحلية التي يمر بها البلد .

2- إعادة النظر في التركيب القطاعي الإنتاجي وتصحيح الاختلال الهيكلي من خلال التوجه الى استيرادات السلع الرأسمالية بدلا من الاستهلاكية لتعزيز القدرة الاستثمارية بالشكل الذي يتلاءم مع بناء اقتصاد صناعي وزراعي وتخفيف الاختلال في الميزان التجاري .

3- من خلال عملية التخطيط يمكن زيادة حصيلة البلد من النقد الأجنبي عن طريق رفع قيمة الصادرات ويتم ذلك من خلال استغلال الطاقة المعطلة للبلد واستخدامها في انتاج كمية اكبر من السلع التقليدية وتخفيض تكاليفها ومنها تزداد الكمية المصدرة او من خلال فتح أسواق جديدة لهذه السلع .

4- يمكن الحصول على عوائد وأرباح من أنشطة التجارة الخارجية ولاسيما إذا كان بعضً من هذه الأنشطة أو معظمها تحت سيطرة الدولة كفرض الرسوم الجمركية على طرفي التجارة الخارجية والفائض من هذه العوائد يذهب الى خزينة الدولة لدعم العملية التنموية ولا يتم ذلك إلا من خلال عمليات التنظيم والتخطيط .

5 - تساعد عملية تخطيط التجارة الخارجية في الحصول على سلع مستوردة ذات أسعار مناسبة تمكن من تخفيض الكلفة الحقيقية للخطة التنموية ورفع المستوى التنافسي للمنتجات الوطنية ، كأن يركز المخطط في توفير رأسمالية رخيصة ومن أنسب المصادر وبجودة عالية كما هو الحال للسلع الوسيطة وبأرخص الأثمان ولكي لا يرافق ذلك ظهور ضغوط تضخمية يجب توفير سلع استهلاكية بكميات مناسبة وفي موعدها المحدد والتي تساعد أيضا على عدم ظهور السوق السوداء من جراء اختفاء بعض السلع .

6- تمكن عملية تخطيط التجارة الخارجية من توزيع الأرصدة من العملة الأجنبية وفق مبدأ الأفضلية بين القطاعات الإنتاجية المختلفة لكي تمكنها من استيراد سلع استهلاكية وبحسب الأهمية .

7- يتمكن البلد بواسطة تخطيط التجارة الخارجية من تنفيذ الالتزامات المبرمة وتطبيق الاتفاقات التجارية المعقودة مع الدول الأخرى من خلال المزاوجة بين احتياجات البلد من السلع وغيرها وربطها بالعلاقات والاتفاقات الدولية المعقودة .

إن للتجارة الخارجية أهمية كبرى ولها تأثير مباشر على العديد من المتغيرات الاقتصادية والسياسية ولهذه الأسباب ولأسباب أخرى تأتي الضرورة الملحة لتخطيط التجارة الخارجية .

مبادئ تخطيط التجارة الخارجية

من بين المبادئ العامة الواجب إتباعها عند تخطيط التجارة الخارجية نجد أول هذه المبادئ وجوب الأخذ في الاعتبار السياسة الاقتصادية العامة للدولة ، أي أن خطة التجارة الخارجية لا تخرج عن الاتجاه العام للخطة العامة للدولة وكذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار، الأوضاع الاقتصادية والسياسية السائدة في البلاد الأجنبية ، فعمليات التجارة الخارجية على خلاف العمليات الداخلية ، تربط بين الاقتصاد الوطني والعالم الخارجي ، وهو عالم بعيد عن نطاق إرادة المخططين المحليين .ومن هذه المبادئ أيضا وجوب الأخذ بعين الاعتبار التزامات الدولة ، الناتجة عن الاتفاقيات التجارية مع الدول الأخرى مع تقدير دقيق لحالة الأسواق العالمية ، والتنبؤ بما يطرأ على تلك الأسواق في المستقبل ، وذلك حتى ينعكس هذا في شكل خطة واقعية يمكن تنفيذها .

كذلك فإنه يمكن الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال تنسيق التجارة الخارجية ، فيمكن مثلاً التنسيق بين مجموعة الدول العربية في مجال إعداد خطة التجارة الخارجية ، وكذلك فإنه يجب التأكد من ضمان التناسب الصحيح بين الأهداف المراد الوصول اليها في الخطة المتوسطة الأجل وأهداف الخطة السنوية ، وذلك حتى يتم توزيع الأهداف بأسلوب متناسب ، ويجب الأخذ بعين الاعتبار النتائج السابقة في مجال تخطيط التجارة الخارجية .

كيفية تخطيط التجارة الخارجية

يعد نظام الموازين المادية أداة التنسيق الأولى بين الإنتاج المحلي والتجارة الخارجية ، فهو يعتمد بصفة رئيسية على المعاملات الفنية ، التي تربط بين إنتاج سلعة معينة ومكونات هذه السلعة الإنتاجية ، وتكاد هذه المعاملات تجعل عملية تخطيط برنامج متكامل للإنتاج ، تتماثل إلى حد كبير مع حل مشكلة المدخلات والمخرجات، وبهذا تمكن من الحصول على فكرة واضحة عن أثر الإنتاج المتزايد من سلعة معينة على الطلب المحلي بصفة عامة ، أو الطلب على الاستيرادات من السلع الأخرى وهذا يمكن الاعتماد في التفاصيل الحسابية لنظام الموازين المادية والمعاملات الفنية على الأرقام المطلقة ، دون إدخال جانبي السعر أو القيمة في الموضوع .

يتم إعداد تلك الموازين على جميع مستويات التخطيط والتنفيذ ، بعد أن يتم وضع مجموعة متكاملة من الموازين المادية لكافة السلع المنتجة داخل الدولة ، في إطار عملية التخطيط في قطاعي الإنتاج والتجارة الخارجية ، يبدأ المخططون بإعداد الخطة المبدئية للتجارة الخارجية معتمدة على أساسين : الأول ، العقود طويلة وقصيرة الأجل التي تم إبرامها ، والثاني ، احتياجات الاستيراد التي كان قد سبق تحديدها عن وضع الموازين السلعية بصفة مبدئية .

الخطوة التالية ، إعداد الخطة النهائية للتجارة الخارجية ، عن طريق إرسال الخطط الموضوعة لقطاعي الإنتاج والتجارة الخارجية الى وزارات الإنتاج والتجارة قبل التنفيذ بخمسة أو ستة أشهر، والتي ترسلها تلك الوزارات بدورها الى الجهات المعنية ، التي تحدد احتياجاتها من المواد الأولية والسلع الوسطية والواردات ، وترسل رأيها الى الجهات الأعلى ، وعندئذ يقوم جهاز التخطيط المركزي بإعادة احتساب الموازين المادية التي سبق إعدادها ، وذلك في ضوء ما أبدته الجهات المعنية من ملاحظات ، فإذا ما تعذر التغلب على الفجوة التي قد تنشأ عن تعدي الطلب للعرض المقابل (اما بتخفيض الطلب او زيادة الانتاج) ، فإن هذه الفجوة تغطى عن طريق المزيد من الاستيرادات .

ومن المفترض بعد ذلك أن تقوم السلطة المسؤولة عن التجارة الخارجية ، بإبرام عقود الاستيراد والتصدير طبقا لما أسفرت عنه الخطوات السابقة ، ويتحدد على ضوء ذلك الأهداف العريضة من حيث الدول أو الكتل الاقتصادية بالنسبة لكل من خطتي الاستيراد والتصدير .

تخطيط التجارة الخارجية وعلاقتها بالمتغيرات الكلية وتخطيط التنمية

ان اعداد خطة قومية شاملة يتطلب تأمين قدر كاف من الاتساق والترابط بين الأهداف القطاعية وأهداف خطة التجارة الخارجية ، باعتبار ان أهداف مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني تجد تعبيرها في الأهداف الواردة لخطة التجارة الخارجية ، وان الكثير من مشاكل القطاعات الاقتصادية تنعكس وتجد الحلول في قطاع التجارة الخارجية نظراً لوجود علاقة اقتصادية كبيرة بين مكونات التجارة الخارجية مع المتغيرات الاقتصادية الرئيسية .

فأهمية الصادرات تأتي من كونها تشكل مصدر رفد وعامل إضافة لموارد البلد ومن ثم الى الدخل القومي ومنفذاً لتصريف الفائض السلعي الى الخارج . اما الاستيرادات فأهميتها تتبع من كونها تقوم بسد متطلبات الاقتصاد الوطني من السلع الإنتاجية والاستهلاكية وسد الفجوة بين العرض والطلب على السلع المحلية ، ولهذا فأن التجارة الخارجية تعتبر أداة موازنة بين القطاعات الاقتصادية من خلال معالجة الاختناقات التي تعاني منها القطاعات المختلفة .

ولهذا فأن تخطيط التجارة الخارجية لا بد ان يستند على الاتجاهات الاستراتيجية لخطط التنمية الاقتصادية ولا تعكس مجرد الرغبة في تحقيق قدر معين من الصادرات والاستيرادات وانما لا بد ان تستند على الإمكانيات المتاحة والقدرات المتوفرة في الاقتصاد وحاجات الاستهلاك المحلي والطاقة الاستيعابية للأسواق المحلية والأجنبية فصادرات واستيرادات أي بلد تتوقف من ناحية الكم والنوع على طبيعة حجم الإنتاج السائد في ذلك البلد الذي ينعكس بالضرورة على حجم كل من الصادرات والاستيرادات .

لا يمكن الحديث عن تنمية الاقتصاد القومي دون الحديث عن تنمية التجارة الخارجية كما لا يمكن التخطيط للتنمية الاقتصادية بدون التخطيط في الوقت نفسه للتجارة الخارجية . ان الاستيراد يتوقف في الأساس على التصدير الذي يتوقف بدوره على قدرة الاقتصاد القومي على تخصيص جزء من انتاجه للسوق الخارجية ، فالتجارة الخارجية هي احدى المتغيرات الرئيسية للنشاط الاقتصادي تؤثر وتتأثر بباقي المتغيرات الأخرى من انتاج ودخل واستيراد واستهلاك من خلال العلاقات الوظيفية والفنية التي تربط بينهما ، وهذا يعني ان قطاع التجارة الخارجية يرتبط عضويا بمختلف الاقتصاد القومي الأخرى ويتكامل مع تلك القطاعات ليكمل الاقتصاد القومي .

تخطيط التجارة الخارجية في الدول النامية

خططت البلدان النامية منذ ستينيات القرن الماضي للنهوض بالتنمية الاقتصادية وذلك باستهداف قطاع التجارة الخارجية من خلال التخطيط للتصنيع لإحلال الاستيرادات وتخطيط التصنيع للتصدير وكلا النمطين قد حققا قدراً من التنمية الاقتصادية ، وتتضمن هذه الاستراتيجيات والخطط العرض الاتي :

أولا : خطة إحلال الاستيرادات

تعرف خطة إحلال الاستيرادات بأنها محاولة الدول النامية للتصنيع التدريجي للسلع الاستهلاكية التي تقوم باستيرادها ، وهو اصطلاح يطلق على الإنتاج المحلي الذي ان لم ينتج فسوف يستورد . وتعرف أيضا بالإنتاج المحلي الذي كان يستورد سابقا ، او الإنتاج المحلي الذي تقوم الدولة باستيراده ، اذا لم تقم بإنتاجه . وخطة إحلال الاستيرادات من أولى الخطط التي اتبعتها الدول النامية في بدء عملية التصنيع ، إذ ان اختلال التجارة الخارجية في هذه الدول هو انعكاس لارتفاع معدل نمو استيراداتها من المنتوجات الصناعية ، فيما يقابله انخفاض مستمر لمعدل صادراتها من المواد الأولية ، وهذه من الظواهر التي صاحبت عملية التنمية في الدول النامية .

وقد مرت خطة إحلال الاستيرادات في الدول النامية بثلاث مراحل :

المرحلة الأولى : وتمثلت بخطة التصنيع من أجل انتاج السلع الاستهلاكية وإحلالها محل السلع المستوردة. إذ يقوم القطاع الخاص وبتوجيه من الدولة بإقامة مصانع لإنتاج سلع استهلاكية تحل محل السلع المستوردة .

المرحلة الثانية : وتمثلت بتخطيط التصنيع من أجل السلع الوسيطة ، ويتم ذلك بإقامة المصانع لأجل انتاج السلع الوسيطة التي تحتاجها المصانع المقامة لإنتاج السلع الاستهلاكية .

المرحلة الثالثة : وهي تخطيط التصنيع من اجل إحلال الاستيرادات محل السلع الرأسمالية الإنتاجية ، وتكون هذه المرحلة الأخيرة التي تبنى على انشاء المصانع لإنتاج المكائن والآلات اللازمة لتشغيل المصانع التي تقوم بإنتاج السلع الاستهلاكية والوسيطة .

وتهدف خطة إحلال الاستيرادات في كل مرحلة الى رفد السوق المحلي بالصناعة التي تحل محل الاستيرادات ، مستفيدة في ذلك من إجراءات الحماية والقيود التي تفرضها الدول على السلع المستوردة التي تنتج محليا ، وتوافر المواد الأولية والأيدي العاملة الرخيصة محليا . وقد قامت الكثير من الدول النامية بإتباع خطة إحلال الاستيرادات من مبدأ تحقيق الاكتفاء الذاتي عن طريق إقامة المشروعات الصناعية الاستهلاكية التي لا تحتاج الى رؤوس أموال ضخمة ، وتعتمد على التكنولوجيا البسيطة ، وكثيفة الاستخدام للعمل . ونتج عن ذلك في المرحلة الأولى تخفيف العبء عن ميزان المدفوعات لبعض الدول النامية ، وذلك بما توفره من العملات الأجنبية ، لاستخدامها في استيراد السلع الإنتاجية والوسيطة اللازمة لهذه الصناعات ، وكان من اهداف خطة التصنيع من اجل إحلال الاستيرادات ما يأتي :

أ- زيادة معدلات الاستثمار والادخار على المستوى القومي ، وذلك عن طريق حماية الصناعات الاحلالية وتحقيق ارباح مالية ، تدفع المستثمرين في القطاعات الاخرى الى الانتقال نحو قطاع الصناعة الاحلالية .

ب- إقامة قاعدة صناعية متنوعة الأنشطة ، تشمل البنية التحتية والايدي العاملة المدربة والمهارات التسويقية ، مما يجعلها قادرة للانتقال الى المراحل اللاحقة من التنمية وبالأخص خطة التصنيع الموجه للتصدير .

ج- توفر العملات الاجنبية وتوجيهها نحو استيراد السلع الوسيطة والرأسمالية .

ان نجاح هذه الخطة في الدول النامية يعتمد على قوة ومقدار الحماية المتوفرة لهذه الصناعة حتى تستطيع من منافسة السلع الأجنبية ، وقد فشل عدد كبير من الدول النامية في تحقيق الأهداف التي سعت اليها عن طريق تطبيق هذه الخطة وذلك للأثار السلبية التي سببتها هذه السياسة والتي من بينها :

أ- تعميق التفاوت في الدخل بين طبقتي العمال والفلاحين من جهة وبين الملاك وأصحاب الثروة من جهة أخرى ، وتوجه استهلاك الطبقة الأخيرة على السلع الاستهلاكية المعمرة المستوردة من الخارج ، مما دفع بالإنتاج الصناعي الى انتاج هذه السلع المعمرة (تجميع السيارات وتجميع الأدوات الكهربائية والمنزلية) .

ومع ان الإنتاج الاحلالي موجه لهذه الفئة من السكان فإن نمط الاستهلاك لهذه الفئة اعتمد في رغبتهم على ما هو مستورد وإن وجد له بديل محلي ، مما عكس ضعفاً في الطلب على هذه السلع ، واضمحلال الصناعة في تلك البلدان .

ب- اعتمدت صناعة إحلال الاستيرادات على الإنتاج كثيف رأس المال مما تسبب بتقليل فرص العمل وبالتالي لم تساعد هذه الاستراتيجية في حل مشكلة البطالة التي تتميز بها الدول النامية .

ج- ازدادت تبعية الدول النامية الى الخارج ، وذلك بفتح باب الاستيراد من السلع الوسيطة والرأسمالية وحتى بعض الموارد الأولية. وبهذا لم تنخفض اجمالي قيمة الاستيرادات بل حدث تغيير في هيكلها ، إذ انخفضت حصة الاستيرادات من السلع الاستهلاكية وازدادت حصة الاستيرادات من السلع الوسيطة والرأسمالية وحتى بعض الأولية .

د- أدى اتباع خطة إحلال الاستيرادات من قبل الدول النامية إلى اهمال القطاع الزراعي وعدم إحداث أي تغيير جذري فيه ، مما أدى الى عجزه في تلبية احتياجات القطاع الصناعي من المواد الخام .

هـ - لم تعالج هذه الاستراتيجية مشكلة تمويل المشروعات والمصانع واستمر تمويلها عن طريق الإقراض والمساعدات الخارجية او التمويل بعجز الميزانية ، مما عمق التبعية للدولة الرأسمالية ولم تساهم في حل مشكلة المديونية العالمية للدول النامية ، إذ انها أبدلت استيراداً باستيراد آخر .

و- اصطدم التوسع في الصناعات الإحلالية بضيق السوق المحلية ، وإغلاق الأسواق الخارجية أمامها بسبب سياسة الحماية التي اتبعتها الدول الكبرى وشدة المنافسة لهذه المنتوجات ، مما أدى الى اخفاقها في إحداث تنمية اقتصادية حقيقية في هذه الدول ، ولكن رغم كل ما حدث فإن بعض الدول استطاعت ان تكون لها قاعدة صناعية مثل كوريا الجنوبية وسنغافورا ، انتقلت الى المراحل التالية من التنمية وهي تخطيط التصنيع من اجل التصدير .

وبهذا لم تحقق خطة إحلال الاستيرادات الأهداف المرجوة في دفع عملية التنمية الاقتصادية في الدول النامية ، وإيجاد بناء صناعي متكامل فيها ، لأنها نظرت الى التنمية الصناعية ببنائها على الطلب المحلي فقط ، ولم تنظر الى الطلب الخارجي مستقبلاً ، مما دفع الى استبدال هذه الاستراتيجية باستراتيجية أخرى.

ثانياً : خطة التصنيع للتصدير

لم تكن الدول النامية بعيدة عن التطورات التي حدثت في كافة المجالات والتي زادت من اعتماد الدول على بعضها البعض ، الأمر الذي صاحبه زيادة أهمية التجارة الدولية بالنسبة للناتج المحلي العالمي ولكل دولة على حدة . واذا كانت صادرات الدول النامية الى الدول المتقدمة في معظمها تتكون من المواد الأولية ،

فإن الاعتماد المتبادل بين الدول النامية والمتقدمة لا يكون بنفس القدر، فضلا عما يواجه هذه الصادرات من تقلب في الأسعار والكميات ، وما يترتب عليه من آثار سلبية على النمو في تلك الدول . كما أن تدهور معدل التبادل الدولي للدول النامية أثار مع غيره من العوامل حول الفائدة التي تحصل عليها الدول النامية من التبادل التجاري مع الدول المتقدمة ، ومن ثم سعت كثير من الدول النامية منذ بداية الخمسينات الى اتباع خطة للتصنيع على أساس الإحلال محل الاستيراد ، وذلك حتى تتجنب الدول النامية جزء من مخاطر التجارة الدولية .

غير انه منذ بداية الثمانينات شهدت سياسة الإحلال محل الاستيراد تراجعا ، حيث تخلت العديد من الدول عنها ، وذلك نظراً للتكلفة العالية التي يتحملها الاقتصاد الوطني لتنفيذ تلك الخطط ، حيث يتطلب تنفيذ تلك السياسة درجة عالية من الحماية الجمركية ، الامر الذي يعزل الاقتصاد الوطني عن المنافسة الدولية ، كما تنخفض القدرة التنافسية للصناعات التصديرية ، وذلك لاستخدامها مدخلات الصناعات المحلة للاستيرادات المرتفعة التكلفة من ناحية ، وتقييم العملة المحلية بأعلى من قيمتها . ولا يعني اخفاق خطة الإحلال محل الاستيراد عودة الدول النامية الى التخصص في تصدير المواد الأولية ، حيث ان ذلك لا يساعد عملية التنمية فضلا عن ان التمتع بمزايا نسبية في السلع الصناعية ليس حكراً على الدول المتقدمة ، ومن ثم فإن الإخفاق الذي لحق بعملية التنمية في الدول التي اتبعت سياسة الإحلال محل الاستيراد ، ترتب عليه مراجعة الدول النامية لسياساتها التجارية والصناعية ، ولذلك سعت كثير من الدول النامية في الوقت الحاضر الى تطبيق سياسة تشجيع الصادرات ، خاصة وأن النظام التجاري الدولي بقيادة منظمة التجارة العالمية يستند على تحرير التجارة الخارجية ، كما يترتب على تطبيق اتفاقيات جولة أورجواي انخفاض القيود الجمركية على التجارة الدولية ، كذلك تطبيق كثير من الدول النامية لبرامج للإصلاح الاقتصادي ، والذي يتضمن تحرير القطاع الخارجي ، وقد ساعد ذلك على اتجاه كثير من الدول النامية للأخذ بهذه السياسة ، مدفوعة بالنجاح الذي حققته دول جنوب شرق آسيا التي طبقت هذه السياسة ، حيث أوضحت الدراسات ان الدول النامية التي اتبعت خطة تشجيع الصادرات حققت معدلات نمو أسرع من الدول التي اتبعت سياسة الإحلال محل الواردات ، وقد كان لكل من هونج كونج وتايوان وسنغافورة وكوريا الجنوبية السبق في تطبيق هذه الخطة في الدول النامية ، وقد حققت نجاحاً كبيراً وقد تبعت هذه الدول مجموعة أخرى هي اندونيسيا وتايلاند وماليزيا والصين ، حيث حققت أيضا نجاحا كبيراً في أسواق التصدير، الأمر الذي ساعدها على تحقيق نمو سريع ، وتحولت أيضا كل من الهند والمكسيك والبرازيل وعدد آخر من الدول النامية الى إتباع هذه السياسة ، وأصبحت هذه الدول تصدر سلع كثيفة العمل ، والذي تتمتع فيه بوفرة نسبية ، وبدأت بعض من الصناعات كثيفة رأس المال والعمل الماهر في الانتاج في هذه الدول والتصدير للسوق العالمي .

وتمكن سياسة تشجيع الصادرات من الاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير ووفورات الحجم ، حيث تستفيد من إمكانية التصدير لسوق عالمي قادر على استيعاب الإنتاج الكبير . وينصرف مفهوم خطة تشجيع الصادرات الى مختلف الوسائل والإجراءات التي تقوم بها الدولة لزيادة الصادرات ومواجهة المنافسة في الأسواق الدولية ، ولذلك يتطلب إتباع لهذه السياسة تنفيذ عدة سياسات حكومية تتضمن ما يأتي :

1- إعفاء استيراد المدخلات التي تستخدمها صناعات التصدير من أية تعريفة جمركية أو غير جمركية. فالدولة التي تتمتع بميزة نسبية في إنتاج المنسوجات ولكنها تحمى صناعة الصباغة ذات التكاليف المرتفعة والجودة المنخفضة ، يترتب على تلك الحماية انخفاض قدرة الدولة على تصدير الملابس الجاهزة .

2- كفاءة التسهيلات التي تقدم في المطارات والموانئ ، وان تكون التكاليف استخدامها تنافسية مع غيرها من الدول المجاورة ، نظرا لأن البنية الأساسية غير الملائمة تعوق التصدير، فتوافر الطاقة الكهربائية ووسائل المواصلات والاتصالات والطرق والجسور تعتبر ضرورية في حالة التوجه لتصدير المنتجات المصنعة .

3- عدم تقويم العملة المحلية بأعلى من قيمتها ، نظرا لأن ذلك يعوق التصدير، فإذا كانت القيمة الحقيقية للعملة المحلية دولار =6 جنيهات مثلا وقامت الدولة بتحديد سعر صرف دولار =4 جنيهات فإن ذلك يترتب عليه انخفاض قدرة الصادرات المحلية على المنافسة في الأسواق العالمية .

4- ألا تكون الضرائب التي تفرضها الدولة عالية بدرجة تعوق الإنتاج الموجه للتصدير أو عملية التنمية بنفسها . الأمر الذي ينعكس على ارتفاع تكاليف الإنتاج ، ومن ثم عدم القدرة على المنافسة في الأسواق العالمية .

5- تبسيط الإجراءات واللوائح الإدارية المنظمة للنشاط الاقتصادي ، بحيث لا تعوق عملية التصدير، وتزيد من عدم التأكد بالنسبة للمستثمر الأجنبي والمصدر المحلي ، الأمر الذي ينعكس سلباً على قطاع التصدير .

ولكن لا يعني الأخذ بسياسة تشجيع الصادرات رفض او التخلي عن أي شكل من أشكال الصنيع بهدف الإحلال محل الاستيرادات ، نظراً لأن الصناعات الإحلالية ربما تمثل ضرورة في المراحل الأولى للتنمية . ولكن المشكلة تتمثل في اختبار تلك الصناعات وفترة الحماية التي تتمتع بها ، وكذلك متى تتحول الدولة من الإحلال محل الاستيراد الى الاعتماد على الصناعات التصديرية ، ومن ثم يصبح خطة ألية السياسة التجارية للدولة هو زيادة حصيلة الصادرات وليس تقليل الانفاق على الاستيراد .

ولا يعني زيادة نصيب الدول النامية من أسواق الدول المتقدمة اختفاء عدد من صناعات تلك الدول ، إنما يؤدي ذلك كما يحدث حاليا إلى إعادة تقسيم العمل الدولي داخل كل صناعة ، أي التخصص الرأسي ، حيث يمكن النظر الى التخصص الرأسي باعتباره آلية لزيادة التجارة العالمية ، ويزيد التخصص الرأسي حينما تتخصص كل دولة في إنتاج بعض مراحل إنتاج السلعة وليس كل المراحل ، أي استخدام المدخلات

المستوردة لإنتاج سلع وسيطة أو نهائية يتم تصديرها ، ومن ثم يمثل التخصص الرأسي مفهوما آخر للتخصص يمكن أن تشارك على أساسه الدول النامية في التجارة الدولية ، فضلا عن التخصص الافقي حيث تتخصص الدول في انتاج سلع أو خدمات من بداية العملية الإنتاجية حتى نهايتها ثم تقوم بتصديرها.

ثالثاً : تخطيط تصميم السلعة للتصدير

يقصد بخطة تصميم السلعة هو إعداد سلعة جديدة او تعديل السلعة بقصد تحسينها او اكتشاف استعمالات جديدة للسلعة . وقد يكون التعديل في السلعة بسيطا مثل تغيير اللون او تغيير شكل الغلاف وقد يكون التعديل جوهريا .

وتدور التعديلات التي تحدث في السلع حول الأمور الآتية :

1- الخامات المستخدمة مثل استخدام الفورمايكا في صناعة أجهزة التليفزيون أو الراديو .

2- طريقة الصناعة مثل ادخال الترانزستور في صناعة أجهزة الراديو .

3- شكل الأداء مثل انتاج جهاز تليفزيون وجهاز راديو في صندوق واحد .

4- طريقة التشغيل مثل انتاج الثلاجة التي تدور بالكيروسين بدلا من الكهرباء أو الراديو الذي يعمل بالبطارية او التيار الكهربائي .

5- ادخال جزء جديد في السلعة مثل استخدام جهاز النقل الاتوماتيكي في التيار بدلا من جهاز النقل العادي .

6- إعادة ترتيب أجزاء السلعة مثل وضع مكان التبريد في اسفل الثلاجة بدلا من وضعه في الجزء العلوي ، ومثل وضع موتور السيارة في الخلف بدلا من وضعه في الجزء الامامي .

وهنالك عدد من الاعتبارات التي تراعى عند تصميم السلعة ومنها :

1- مظهر السلعة : او بعبارة أخرى علاقة السلعة بحاسة البصر ويرتبط بذلك لون السلعة وحجمها ، وهنا لا بد من أن نأخذ في الاعتبار المكان الذي تباع فيه أو تستخدم .

2- علاقة السلعة بالحواس الأخرى للإنسان **:** ويرتبط بذلك عدة موضوعات مثل وزن السلعة (ثقيلة - خفيفة) ومثل طعم السلعة ورائحتها، ومثل صوت السلعة اذا كان لها صوت عند الاستعمال ومدى ملائمته لأذن المستهلك .

3- أبعاد السعلة المناسبة : ويتضمن ذلك أبعاد السلعة في حالات استخداماتها المختلفة ، مثل الأبعاد المناسبة عند وضعها في نوافذ العرض في متاجر التجزئة ، والأبعاد المناسبة عند تخزينها في المنازل في حالة عدم استعمالها ، والأبعاد المناسبة عند نقل السلعة من المصنع الى متاجر البيع ثم الى منزل المستهلك ، فلا يجوز انتاج ثلاجة بأبعاد لا تمكن من إدخالها عن طريق أبواب منازل المستهلكين .

4- تركيب السلعة : ويدخل في ذلك سهولة استعمالها بواسطة المستهلك وسهولة الصيانة بالنسبة للمستهلك ومدى متانة السلعة وقوة احتمالها وكذلك قوة احتمال السلعة عند شحنها وعند نقلها .

5- تنميط السلعة : لاشك ان تنميط السلع يعتبر من الموضوعات التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند تصميم السلع ، حيث يساعد ذلك على سهولة استخدام السلعة بواسطة المستهلك ، ويدخل في ذلك تنميط بعض الأجزاء مما يسهل عملية استبدالها عند تلفها ، ويدخل في ذلك أيضا أماكن استخدام المستهلك لخامات لتشغيل السلعة فلا تحتاج الى نوع معين بالذات من الخامات ، ولا يصعب على المستهلك في بعض الظروف تشغيلها مما يقلل من اقباله عليها .

رابعاً : خطة موديلات السلعة

يحتاج الأمر الى انتاج عدد من الموديلات وذلك لزيادة المبيعات من السلعة الواحدة فليس من شك في أن سوق أية سلعة يتكون في الواقع من عدة فئات من المستهلكين يمثل كل منها سوق مستقلة عن الأخرى سواء من ناحية الدخل أو الثقافة او الذوق الخاص .

على أنه يجب الحذر عند تحديد عدد من الموديلات وعدم التوسع فيها حتى لا ينتج عن ذلك منافسة الموديلات لبعضها وبالتالي تزداد أعباء بيعها ، ومن هنا لا يجوز إضافة موديل جديد للسعلة الا اذا كان ينتج عنه زيادة في مبيعات الشركة وزيادة في أرباحها أيضا .

خامساً : خطة اختبارات السلعة

لا بد من اختبار السلعة للتأكد من مطابقتها لرغبات المستهلك وهنالك نوعان من الاختبارات :

1- اختبارات فنية .

2- اختبارات تسويقية .

وتنقسم الاختبارات الفنية الى :

1- اختبارات تحليلية ويتم ذلك عقب كل مرحلة من مراحل الإنتاج .

2- اختبارات الأداء وتهدف الى اختبار مدى إرضاء السلعة لرغبات المستهلك من كافة النواحي .

وتنقسم الاختبارات التسويقية الى ثلاثة أنواع :

1- اختبار مبدئي قبل تقديم السلعة للسوق .

2- اختبار تقديمي عند ادخال السلعة في السوق .

3- اختبار نهائي وذلك بعدم تقديم السلعة الى السوق .

وعادة تتم الاختبارات الأولى والثانية والاختبار النهائي بواسطة عينة مختارة من المستهلكين الفعليين .

سادساً : خطة تصميم غلاف السلعة

يعتبر غلاف السلعة جزءا مهما لها في كثير من الأحيان ، ويعتبر الغلاف في كثير من الأحيان عاملا هاما في تسويق السلعة ، ومن ناحية أخرى تصل تكاليف الغلاف الى نسبة عالية من تكاليف السلعة (20 – 40%)، ولذلك يجب العناية بتصميم الغلاف والعمل على تطويره ، ومن أحسن الأمثلة عبوات السجائر وعبوات الأدوية . ويرتبط بتصميم السلعة ايضا اختيار العلامة التجارية او الاسم التجاري المناسب ، وهناك عدد من النقاط التي يجب مراعاتها عند اختيار العلامة التجارية او الاسم التجاري بما يساعد على سهولة تذكر السلعة بواسطة المشتري ، وكذلك بما يوحي بطبيعة السلعة او الغرض من استخدامها .

سابعاً : خطة تصميم السلعة للتصدير

هناك اكثر من اجراء وسياسة خاصة بالسلعة التي تصدر للأسواق الاجنبية وهي :

1- تصدير السلع التي تنتجها الشركة للسوق المحلية كما هي ، وفي هذه الحالة قد يكون من الصعب تسويق هذه السلعة في الاسواق الخارجية بسبب عدم الحاجة اليها في الاسواق او بسبب عدم امكانية استخدامها بنفس الطريقة التي تستخدم بها في الاسواق المحلية .

2- تصدير السلعة التي تنتجها الشركة بعد ادخال التعديلات عليها ، حتى تلائم احتياجات المستهلك الاجنبي مثل تعديل في مواصفات السيارات التي تستخدم في البلاد الجبلية .

3- انتاج سلع جديدة للتصدير للسوق الاجنبية وذلك ضوء رغبات واحتياجات المستهلك الاجنبي .

وهنالك عدد من العوامل التي تستدعي عمل تعديلات معينة في تصميم السلع ، ونورد فيما يأتي أمثلة من هذه العوامل والتعديلات المطلوبة :

العوامل	التعديل المطلوب
1- مستوى المهارة الفنية	تبسيط السلعة
2- مستوى الأجور	تشغيل السلعة تلقائيا او السلعة التي يتم تشغيلها يدويا
3- درجة الالمام بالقراءة والكتابة	تبسيط السلعة
4- مستوى الدخل	جودة وسعر السلعة
5- مستوى الصيانة	مستوى التحمل
6- التقلبات الجوية	موائمة السلعة

7- توفير الطاقة	إعادة النظر في حجم السلعة

فمثلا بالنسبة لحجم السلعة لا يمكن استخدام الانبوبيات الكبيرة الحجم في البلاد ذات الطرق الضيقة. ولا يمكن استخدام جرارات الحرث الكبيرة في البلاد التي يكون حجم المزارع بها صغيرا ، وبالنسبة لتبسيط السلعة فنجد أن البلاد ذات الكفاءة الفنية المنخفضة بين العمال تحتاج الى سلع مبسطة يسهل تشغيلها وصيانتها بدلا من السلع المتطورة . كذلك اذا كانت بعض السلع تحتاج الى تشحيم او تزييت من وقت لآخر فأن مثل هذه السلع سوف تتعرض للتلف بسبب عدم تشحيمها في الوقت المناسب ، وبالتالي فيجب عدم تصدير مثل هذه السلع للبلاد النامية .

كذلك يجب مطابقة السلع المصدرة للمواصفات الحكومية او المواصفات التي تضعها الهيئات الصناعية اذا وجدت ، ويجب ملاحظة نظام المقاييس المستخدم في البلاد الأجنبية هل هو الكيلو أو الرطل مثلا او هو المتر أو الياردة ، كما يجب ملاحظة اللون والذوق في البلاد المختلفة ، وعلى سبيل المثال نجد شركة البن تسوق حوالي 40 خلطة من البن ماركة Nescafee في جميع انحاء العالم .

وبالنسبة للعبوة في حالة التصدير فهي على نوعين :

1- العبوة الخاصة بالسلعة نفسها .

2- العبوة الخاصة بالشحن .

وتهدف العبوة الخاصة بالسلعة الى حماية السلعة وتسهيل استخدامها كما تساهم في الترويج لتسويقها. وهنا نجد أن حجم العبوة يلعب دورا هاما في تسويقها حيث نجد أن المستهلك في بعض الأسواق يقوم بشراء السلعة يوما بيوم ، وعلى ذلك فيجب ان يكون حجم العبوة صغيراً نسبيا بما يكفي استهلاك يوم واحد ، والعكس صحيح ، وبالنسبة للون العبوة نجد أنه يجب الابتعاد عن الألوان التي ترمز الى الحزن في بلد من البلاد . وبالنسبة للعبوة الخاصة بالشحن فيجب ان تكون قوية حتى تتحمل عمليات المناولة أثناء الشحن والتفريغ ويجب ان يحكم اغلاقها حتى لا تتعرض للتلف او السرقة . والعلامات التجارية على جانب كبير من الأهمية في البلاد التي تتفشى فيها الأمية حتى يسهل على المستهلكين تمييز السلعة والتعرف عليها بسهولة . كما يحسن استخدام الضمانات المميزة بصفة معينة حتى يسهل تسويق السلعة ، كما يجب اعداد دليل للتشغيل يعطى مع السلعة بدون مقابل ، وفي بعض الحالات قد تباع بعض قطع الغيار مع السلعة .

ثامناً : خطة حماية السلعة

من الضروري التفكير في حماية السلعة المصدرة من التقليد ، ويمكن توفير الحماية للسلعة بأربعة طرق قانونية وهي :

1- براءة اختراع

وذلك اذا كانت السلعة تعتبر اختراعا جديدا وعادة فأن براءات الاختراع تصدرها الجهات الحكومية المختصة وتعني براءة الاختراع ان السلعة لا يمكن استغلالها (تصنيعا او استيرادا او بيعا او استخداما) الا بواسطة صاحب البراءة او بموافقته وعادة تعطى براءة الحماية لصاحبها لمدة تتراوح من 15 – 20 عام .

2- تسجيل التصميمات الصناعية

ويقصد بذلك تسجيل الجانب المادي للسلعة مثل الشكل واللون وخلافه ، الحماية تحت هذه الأسلوب ما بين 5- 15 عام .

3- تسجيل العلامات التجارية

ويقصد بالعلامة التجارية الرمز الذي يميز منتجات الشركة وقد تتكون العلامة التجارية من بعض الكلمات او الأرقام او الحروف او الرسوم او الصور او الألوان ، وعادة فإن الحماية التي توفرها العلامة التجارية للسلع غير محدودة بفترة زمنية معينة .

4- حق التأليف

يستخدم هذا الحق في حالة الأعمال الأدبية والفنية مثل اعمال الموسيقى والتصوير والخرائط والرسوم الفنية والأفلام السينمائية ، كما يدخل ضمن ذلك في بعض البلاد أوراق الحائط والاثاث .

يلاحظ أن طرق الحماية السابقة تتم داخل البلد الواحد أما اذا أراد لها ان تمتد خارج حدود البلد فمن الممكن ان يتم ذلك بين الدول الموقعة على اتفاقية باريس للحماية الملكية الصناعية . ونلاحظ كذلك ان الدول المنضمة الى اتفاقية باريس تقوم بإصدار مجلة دورية تنشر كل المعلومات عن حقوق الاختراع والعلامات التجارية والرسومات الصناعية المسجلة في البلد . وتوجد منظمة دولية متخصصة من منظمات الأمم المتحدة تسمى المنظمة الدولية للملكية الذهنية وهي تقدم خدمات للدول النامية في مجال نقل التكنولوجيا عن طريق تسجيل العلامات التجارية والرسومات الصناعية ، وهي تنشر هذه المعلومات في عدة مجالات متخصصة . كما يوجد في فيينا بالنمسا المركز الدولي لتوثيق براءات الاختراع الذي يعمل كبنك معلومات .

الخطط المشتركة لتنمية الصادرات

يتضمن ذلك امثلة من الخطط والبرامج المشتركة لتنمية الصادرات من المواد الاولية ، ومن امثلة ذلك :

1- البن

في أواخر العشرينات حدثت زيادة كبيرة في انتاج البن أدت الى كساد هذه الصناعة ، وأثر ذلك عقد المؤتمر الدولي للبن في عام 1931 حيث اتفق على انشاء مكتب دولي للبن . يقوم بجمع الاحصائيات وكذلك يقوم بالأعمال الترويجية ، لم ينفذ من ذلك شيء حتى اجتماع المؤتمر الأمريكي للبن في عام 1936 الذي اتخذ قرار بإنشاء المكتب الأمريكي للبن في نيويورك للقيام بحملات ترويجية لزيادة استهلاك البن وذلك بمساعدة المنظمات الوطنية في الدول الأعضاء ، وقد تم فعلا القيام بحملة إعلانية في الولايات المتحدة مولها جميع منتجي ومصدري البن ، وقد اشتركت في هذه الحملة أيضا الجمعية القومية للبن في الولايات المتحدة التي تأسست عام 1911 .

وفي عام 1940 وقعت اتفاقية بين دول أمريكا اللاتينية المنتجة للبن (14 دولة) والولايات المتحدة ، وطبقا لهذه الاتفاقية تم تحديد حصص للاستيراد من كل دولة من الدول المصدرة ، وقد نتج عن ذلك ارتفاع الأسعار، كما ساعدت في زيادة استهلاك البن في الولايات المتحدة من 13 رطلا للفرد عام 1937 الى 19 رطلا عام 1946 وفي زيادة أخرى في الأسعار ، وبطبيعة الحال انخفض النشاط الإعلاني خلال هذه الفترة . ولكن ابتداء من موسم 1957- 1958 بدأ الاتجاه الى ظهور فائض في الإنتاج نتيجة ظهور محصول المزارع الجديدة ، وخوفا من انخفاض الأسعار اشتركت 7 دول من أمريكا اللاتينية في توقيع معاهدة مكسيكو عام 1959 والتي انضمت اليها بقية دول أمريكا اللاتينية وأطلق عليها اتفاقية دول أمريكا اللاتينية ، ثم انضم اليها بعد ذلك الدول الافريقية المنتجة للبن كأعضاء مراقبين واطلق عليها اتفاقية البن الدولية ، وجددت بعد ذلك عدة مرات واتخذ مجلس الإدارة قرار بتنظيم حملة إعلانية يتم تمويلها عن طريق رسم على صادرات البن ، وقد تم انشاء اللجنة المالية للترويج للبن ، وقد حدد اختصاص اللجنة كما يأتي :

أ- اجراء البحوث التسويقية عن الاستخدامات الجديدة للبن وعن تحسين الجودة .

ب- تسويق البرامج الترويجية في البلاد المستوردة .

ج- التنسيق بين الجهود الترويجية للدول الأعضاء لزيادة الاستهلاك ، وقد قامت اللجنة بتنفيذ العديد من الحملات الترويجية في البلاد المستوردة مثل بلجيكا وكندا والدانمارك والولايات المتحدة وهولندا وفرنسا والنرويج واسبانيا وبولندا وانجلترا وتشيكوسلوفاكيا ، وكذلك في البلاد التي يرجى زيادة الاستهلاك مثل إنجلترا واليابان . وقد تم تنفيذ هذه الحملات عن طريق لجان وطنية في هذه البلاد ، وقد بلغ المنفق على هذه الحملات 5 مليون دولار عام 1965-1966 ، 7 مليون دولار عام 1966-1967 و 7.7 مليون دولار عام 1967-1968 .

2- زيت الزيتون

يعتبر زيت الزيتون احد السلع الهامة في صادرات دول حوض البحر الأبيض والشرق الأدنى ، ونظرا لانخفاض معدل الزيادة في الاستهلاك العالمي وذلك بالنسبة للزيادة في معدل الاستهلاك العالمي لأنواع الزيوت الأخرى فقد ظهرت الحاجة الى اتخاذ اجراء ترويجي لزيادة الاستهلاك ، وقد تم توقيع الاتفاقية الدولية لزيت الزيتون عام 1956 وقد تم تجديدها فيما بعد ، وقد اشترك فيها الدول المنتجة الرئيسية وهي الجزائر واسبانيا واليونان وإيطاليا وليبيا والمغرب والبرتغال ومصر وتونس وتركيا ، وكذلك اشترك فيها الدول المستوردة الرئيسية وهي بلجيكا ولوكسمبرج وفرنسا والدومينكان وانجلترا.

وقد تم انشاء صندوق لتمويل الحملات الترويجية ويشرف عليها مجلس يسمى المجلس الدولي لزيت الزيتون وتتبعه لجنة للترويج تسمى لجنة النشر . وقد بلغ المنفق على هذه الحملات 300 الف دولار عام 1966، 302 الف دولار عام 1967 ، 324 الف دولار عام 1969 .

3- مجالس الصوف

اشتركت مجالس الصوف في البلاد المصدرة الرئيسية الصوف وهي استراليا ونيوزيلندا وجنوب افريقيا ، والتي تبلغ قيمة صادراتها حوالي 90% من الصوف الخام في انشاء السكرتارية الدولية للصوف عام 1937 للقيام بحملات ترويج مشتركة ويتم تمويل المجالس القومية في كل بلد عن طريق رسم يفرض على المنتجين وتبلغ قيمة حصيلة هذا الرسم حولي 2-3% من القيمة الاجمالية للصوف المباع . وقد قامت السكرتارية بإنشاء فروع لها في البلاد المختلفة وقد بلغ عدد هذه الفروع 19 فرعا في عام 1968 ، ويتضمن نشاط السكرتارية اعمالا متعددة مثل البحوث الخاصة بنسيج الصوف وتطوير المنتجات ، ومراقبة الجودة ، وبعض الخدمات الفنية لصناعة المنسوجات الصوفية والملابس الجاهزة ، كما يتضمن النشاط بعض الخدمات الخاصة بالموديل والترويج لزيادة الاستهلاك ، وبطبيعة الحال فأن النشاط الأكبر هو نشاط الترويج . وكذلك عملت السكرتارية على انشاء مجالس وطنية في بعض البلاد المنتجة الصغيرة وفي أمريكا اللاتينية ، وقد تم انشاء مجلس في أرجواي التي تعتبر سابع دولة في انتاج الصوف كذلك أنشئ مجلس في بيرو .

4- القطن

تميزت سوق القطن بعد الحرب الكبرى باتجاه متزايد نحو تجاوز العرض للطلب ، وبالإضافة الى ذلك تعرض القطن لمنافسة قوية من جانب الألياف الصناعية ، وخلال السبعينيات تخلف استهلاك القطن عن استهلاك الالياف الصناعية ، وعلى سبيل التوضيح فقد زاد الاستهلاك العالمي للمنسوجات من كل الأنواع بمقدار 85% خلال الفترة من 1950 – 1966 ولكن المركز النسبي للقطن انخفض من 70% الى60% خلال هذه الفترة ، وقد وضحت المنافسة القوية للألياف الصناعية بصفة خاصة في الولايات المتحدة وأوروبا

واليابان . وبطبيعة الحال فقد ظهر اثر ذلك في اقتصاديات البلاد النامية التي تعتمد في صادراتها على القطن لتوفير الجزء الأكبر من حصيلتها من النقد الأجنبي ، وعلى ضوء ما تقدم بدأ منتجو القطن يشعرون بالحاجة الشديدة الى برامج خاصة لترويج الطلب على القطن . وفي عام 1964 قامت اللجنة الاستشارية الدولية للقطن بتنظيم اجتماع خاص لبحوث القطن وترويجه بالتعاون مع الاتحاد الدولي للقطن وصناعات المنسوجات والمجلس الدولي للقطن .

وفي عام 1965 أنشئ المعهد الدولي للقطن بواسطة عدد من الدول المنتجة وهي الولايات المتحدة والمكسيك ومصر والسودان واسبانيا والهند وتنزانيا ، وقد انضمت اليه فيما بعد كل من اوغندا واليونان، ويهدف المعهد الى زيادة استخدامات القطن عن طريق حملات الترويج وبحوث السوق والبحوث الفنية، والمعهد مستقل تماما عن اللجنة الاستشارية الدولية للقطن ولو أن اللجنة تشترك في مجلس إدارة المعهد والجمعية العمومية للمعهد ، ويأتي تمويل المعهد من رسم مقداره دولار واحد عن كل بالة من القطن المصدر من الدول الأعضاء الى أوروبا الغربية واليابان . يوجد المعهد الرئيسي في بروكسل حيث يتم تخطيط البرامج الاعلانية وبرامج العلاقات العامة وبحوث السوق بواسطة عدد من الخبراء المتخصصين ، ويوجد للمعهد جهاز تنفيذي في كل من اليابان وانجلترا وفرنسا وإيطاليا ، كما يوجد ممثل إقليمي لمنطقة اسكندينافيا ومنطقة أوروبا الوسطى (النمسا ، سويسرا ، المانيا الغربية) ، أما في البلاد الأخرى فيتم تنفيذ برامج المعهد بواسطة الهيئات الوطنية التي يتعاون معها المعهد .

وبالإضافة الى ذلك يقوم المعهد بالتعاون مع الآلاف من متاجر التجزئة في أوروبا الغربية في مجال واجهات العرض وعروض الأزياء ، كما يتعاون مع صناع المنسوجات والملابس الجاهزة ، ويتم الجزء الأكبر من النشاط الترويجي عن طريق الإعلان المباشر الى المستهلك في الصحف والمجلات والتليفزيون والراديو، لذلك يشترك المعهد في المعارض التجارية العامة في البلاد المختلفة ، كما يقوم المعهد أيضا بتنظيم معارض خاصة . ولقد قام المعهد بالتعاون مع بعض الهيئات بإجراء عدد من دراسات بحوث السوق . وفي عام 1968 بدأ المعهد نشاطه في مجال البحوث الفنية ببحث عن المعاملة الكيمياوية لتحسين خصائص المنتجات القطنية من ناحية النظافة . وقد نشط المعهد في مجال العلاقات العامة كذلك على سبيل المثال يصدر المعهد نشرة إخبارية شهرية لرجال الصناعة والتجارة وكتيبات متعددة .

وبالرغم من حداثة نشاط المعهد الذي بدأ من عام 1967 فهنالك علامات تشير الى تقدم ملحوظ في مجال استخدامات القطن بالنسبة للقمصان والبلوزات وملابس الصيف في أوروبا الغربية واليابان . كما قم المعهد بالاشتراك مع بعض الهيئات الأخرى بتنظيم مؤتمر لبحوث القطن في باريس عام 1969 . وعضوية المعهد مفتوحة لأي دولة من الدول المنتجة للقطن والتي تكون عضوا في الأمم المتحدة وجميع الدول المنتجة للقطن

أعضاء في هذا المعهد ما عدا تركيا والبرازيل وإيران وسوريا وتشاد وجواتيمالا ونيكاراجوا وباكستان ، والامل معقود على انضمام هذه الدول لعضوية المعهد .

5- الشاي

يرجع نشاط سيلان في القيام بترويج استهلاك الشاي وزيادة الطلب عليه الى عام 1887 ، وقد تبعتها الهند بعد ذلك بعام عن طريق الاشتراك في المعارض الدولية . وفي أوائل الثلاثينيات بدأت أسعار الشاي في الانخفاض في السوق الدولية ، وقد تم انشاء اتفاق في عام 1933 بين سيلان والهند واندونيسيا للعمل على الترويج لاستهلاك الشاي والعمل على زيادته ، وعقب ذلك تأسيس المجلس الدولي لتنمية سوق الشاي لتحقيق هذا الغرض . في عام 1954 لم يتيسر تجديد الاتفاقية الدولية للشاي ، غير ان جهود الهيئات الوطنية في هذا المجال استمرت ، وقد تم انشاء مجالس قومية في كل من كندا وألمانيا الغربية وأستراليا وفرنسا وانجلترا ولجنة مشتركة للشاي بين الهند وسيلان .

بعض تجارب دول العالم التخطيطية في التجارة الخارجية

1- ماليزيا

تمثل ماليزيا حالة فريدة ومتميزة بين الدول الإسلامية ، ليس فقط بسبب نجاحها المبهر في عملية النهضة والتنمية الاقتصادية ، ومن ثم بلوغها مرتبة متقدمة بين الأمم الصاعدة ، وإنما أيضاً بسبب براعتها في التعامل مع كل المعضلات والتحديات التي واجهتها .

في بادئ الامر تم اللجوء الى الاستراتيجية التقليدية وهي خطة الإحلال محل الاستيرادات . وكانت البداية التركيز على صناعات السلع الاستهلاكية التي كان معظمها مملوكاً لشركات أجنبية ، وهذه الاستراتيجية في التصنيع تعنى التصنيع المحلي للسلع التي يتم استيرادها من الخارج ، وبالفعل تكونت نواة صناعية عبارة عن صناعات صغيرة كصناعة الأغذية ، ثم تطور الأمر لصناعة مواد البناء والطباعة والبلاستيك والمواد الكيميائية ، وساندت الدولة هذه الخطوة الناجحة بإصدار قانون تشجيع الاستثمار في عام 1968، لجذب الاستثمارات الأجنبية بهدف زيادة القاعدة الصناعية ، وبالفعل حدث توسع في إنتاج زيت النخيل والخشب والمطاط والكاكاو ، كما شهد القطاع النفطي تطوراً كبيراً ، مما وضع ماليزيا على خارطة الدول المصدرة للبترول والغاز . وفي مطلع السبعينات شجعت الحكومة دخول الاستثمارات الأجنبية في مجال الإلكترونيات وصناعة النسيج ، وذلك بتوفير العمالة الماليزية وتقديم حوافز ضريبية مغرية ، واصدار التراخيص للمنتجات الأجنبية ، وإنشاء مناطق تجارة حرة ، كما بدأت الحكومة تستضيف الشركات الكبرى

متعددة الجنسيات لتشغيل الخطوط الانتاجية في ماليزيا ، فشهدت هذه المرحلة الانتقال من خطة وسياسة إحلال الاستيرادات إلى خطة وسياسة التصنع الموجه إلى التصدير حيث وجدت ماليزيا أن سياسة احلال الواردات قاصرة عن تلبية طموحات التنموية ، نظرا لضيق السوق المحلية وضعف حجم الطلب المحلي والذي عزز من ضعفه سوء توزيع الدخول بين فئات المجتمع المختلفة . ومن ثم أصبحت الأرض الماليزية ممهدة وجاهزة للانطلاق واللحاق بركب الدول المتقدمة .

ويمكن تقسيم التحولات التي لحقت بمسار التنمية في ماليزيا منذ نهاية الستينات، على النحو التالي:

حقبة السبعينات

وتغطي تلك الحقبة كلا من الخطة الماليزية الثانية (1971-1975) والخطة الماليزية الثالثة (1976-1980)، وقد اتسم التحول في هذه الفترة بتطوير دور الدولة التدخلي ، وتوسيع رقعة القطاع العام في الحياة الاقتصادية الماليزية . كما شهدت تلك الفترة بداية التوجه الى التصدير في عمليات التصنيع ، حيث بدأ التركيز على صناعة المكونات الإلكترونية وبعض المنتجات التصديرية . وقد اتسمت هذه الصناعات التصديرية بأنها كثيفة العمالة مما نتج عنه التوسع الكبير في زيادة حجم العمالة ، وبالتالي انخفاض معدل البطالة وتحسنت إنتاجية العمل .

فترة التصنيع الثقيل

وهي الفترة التي تغطيها الخطة الماليزية الرابعة (1981-1985)، وتمثل بداية مسيرة التنمية التي تم تصميمها في ظل قيادة مهاتير محمد ، حيث تركزت عملية التنمية في محورين :

أ- موجة جديدة من الصناعات التي تقوم بعمليات الإحلال محل الواردات .

ب- الصناعات الثقيلة في إطار ملكية القطاع العام .

واهتمت ماليزيا بإنشاء ما يسمى بمناطق النمو الاقتصادي وهي خمس مناطق :

الاولى : إسكندر ماليزيا في جنوب ولاية جوهر .

الثانية : المنطقة الاقتصادية الشمالية .

الثالثة : منطقة الساحل الشرقي الاقتصادية .

الرابعة : منطقة صباح للتنمية .

الخامسة : منطقة ساراواك للطاقة المتجددة .

ولقد شكلت المنتجات الصناعية المصدرة أكثر من 85٪ من اجمالي صادرات ماليزيا في عام 2008 ، كما عملت على تطوير البنية التحتية والبنية التجارية ، أما قطاع الخدمات فقد عرف نمو ملحوظ وصل 7.9% في عام 2008 . وتمثل هذه الفترة مرحلة تعميق القاعدة الصناعية في الاقتصاد الماليزي .

مرحلة التحرير الاقتصادي

تتسم هذه الفترة بإنجاز ثلاث خطط خمسية مترابطة ، وهي: الخطة الماليزية الخامسة (1986-1990) والخطة الماليزية السادسة (1991-1995) والخطة الماليزية السابعة (1996 2000) ، حيث تبلور في هذه الفترة مشروع مهاتير محمد في التنمية الاقتصادية المنفتحة على العالم الخارجي من دون التخلي عن المقومات الاقتصادية والقيم الوطنية ، ونتج عن هذه الخطط تحقيق معدلات نمو عالية جنبت ماليزيا الوقوع في شرك الدول الغربية .

وأكد مهاتير محمد أن ما شجع المستثمرين ، هو الإعفاءات الضريبية التي كانت مغرية ، في حين استفاد الاقتصاد الماليزي من قدرة العمالة الماليزية على التدريب على الحرف اليدوية والمهن الصناعية المختلفة ، والتدريب على كافة المهارات . وأشار في السياق ذاته إلى أن الأسواق الصناعية استنفذت العمالة الماليزية المتوافرة ، وبدأت الدولة باستيراد العمالة من الخارج . ولعل أبرز ما يميز هذه المرحلة تلك الطفرة الاقتصادية ، حيث أصبحت فيها ماليزيا دولة صناعية متقدمة ، يساهم قطاعي الصناعة والخدمات فيها بنحو90% من الناتج المحلي الإجمالي ، وفي عهده بلغت نسبة صادراتها من السلع المصنعة 85% من إجمالي صادراتها ، بينما الصادرات المصنعة عالية التقنية والتكنولوجيا تمثل 58% من إجمالي الصادرات المصنعة الماليزية بما يوضح التقدم الملموس في الصناعات التي تحتوي على تقنية عالية مثل الكومبيوتر ووسائل الاتصال . وإذا نظرنا مثلاً إلى دولة متقدمة مثل ألمانيا ، نجد أن صادراتها الصناعية تمثل84% من إجمالي صادراتها ، بينما تمثل الصادرات عالية التقنية 17% من إجمالي الصادرات المصنعة . بينما في مصر تمثل الصادرات المصنعة عالية التقنية نسبة 1% فقط من إجمالي الصادرات الصناعية . وتبلغ نسبة البطالة في ماليزيا 4.2% (تقديرات 2021) ، بينما هي في فرنسا على سبيل المثال 8% وفي ألمانيا 5.4% مما يوضح لنا تفوقها على الدول الصناعية الكبرى . وأنتجت 80% من السيارات التي تسير في طرقاتها ، وأصبحت من أنجح الدول في جنوب شرق آسيا ، بل وفي العالم الإسلامي بأكمله ، ورغم أن ماليزيا التي فرضت 40% ضرائب على الشركات والصناعات من قبل ، أعادت تخفيض تلك النسبة إلى 26% ، لكن من دون أن تتأثر إيرادات الدولة من الضريبة ، وهو مؤشر اقتصادي يدل على قوة السوق الماليزي وانتعاشه ، ومن واقع التقارير والدراسات العالمية ، نستطيع أن نرى وبوضوح المكانة التي استطاعت هذه الدولة أن تحفرها لنفسها بين دول العالم المتقدم، فإجمالي الناتج القومي لماليزيا بلغ 372.7 مليار دولار لعام 2021 وبلغ معدل النمو السنوي للناتج المحلي 3.10 % ، ووصلت قيمة صادراتها إلى 238 مليار دولار لعام 2020 ، واصبحت تحتل المرتبة السابعة عالما كمصدر للملابس ، والمركز التاسع عالميا في تصدير الخدمات المتعلقة بالسلع ، والمركز الرابع عشر عالميا في تصدير السلع الوسيطة ، والمركز 24 عالميا في

صادرات السلع ، والمركز التاسع عالميا في تصدير معدات المكاتب والاتصالات لعام 2020 . وليكون ترتيب اعلى فئات التصدير لماليزيا هي ، المعدات الكهربائية والوقود المعدني والآلات والدهون الحيوانية والنباتية والزيوت والمطاط والاجهزة البصرية والتقنية والطبية والبلاستيك والحديد والصلب والسلع الكيمياوية والالمنيوم على التوالي . وان اكبر المستوردين للسلع الماليزية هم الصين وسنغافورة والولايات المتحدة الامريكية وهونغ كونغ واليابان وتايلند والهند وتايوان وفيتنام وكوريا الجنوبية واندونيسيا على التوالي .

محاور التنمية الاقتصادية في ماليزيا

اعتمدت عملية تخطيط التجارة والتنمية الاقتصادية على المحاور الأساسية الآتية :

1- البعد الإسلامي في التجربة الماليزية.

2- الاهتمام بالتعليم والصحة.

3- القضاء على الفقر.

4- القضاء على البطالة.

5- جذب الاستثمارات الأجنبية.

6- الاهتمام بالتصنيع والتركيز على التصنيع الموجه للتصدير .

للاهتمام بتخطيط التصنيع الموجه للتصدير قامت ماليزيا باتباع سياسة منهجية في التصنيع بمستوى علمي يتميز بالتطور والإبداع كالنموذج الياباني ، وتحولت ماليزيا من دولة زراعية إلى دولة صناعية متقدمة يساهم قطاعي الصناعة والخدمات فيها بنحو 90% من الناتج المحلي الإجمالي ، وتبلغ نسبة صادرات السلع المصنعة 85% من إجمالي الصادرات. وتدل خطة ماليزيا 2020 والتي تقوم على فكرة أن تصبح ماليزيا بحول هذا التاريخ دولة مكتملة البنيان الصناعي ، على أنها خطة شديدة الطموح ، ولكن تحقيق ماليزيا نمواً بنسبة 6.7% في الفترة من 1970 إلى 1990، وبنسبة 7.1% في الفترة من 1991 إلى 2000 يدلل على قدرتها بهذه الرؤية الاقتصادية من تحقيق هذا الهدف إذا كررت نفس المشهد الاقتصادي . ولكن كيف تحقق ذلك لماليزيا على يد رائدها مهاتير محمد ؟ تحقق ذلك من خلال التوسع الذي حدث في استثمارات القطاع الصناعي ، حيث أنشئ أكثر من 15 ألف مشروع صناعي ، بإجمالي رأس مال وصل إلى 220 مليار دولار ، وقد شكلت المشروعات الأجنبية حوالي 54% من هذه المشاريع ، بما يوضح مدى الاطمئنان الذي يحمله المستثمر الأجنبي لماليزيا من ناحية الأمان ، وبالتأكيد ضمان الربحية العالية ، بينما مثلت المشروعات المحلية 46% من هذه المشاريع . وقد كان لهذه المشروعات عظيم الأثر والنفع على الشعب الماليزي ، حيث

وفرت مليوني فرصة عمل للمواطن الماليزي ، إلى جانب الفائدة الكبرى المتمثلة في نقل التقنية الحديثة وتطوير مهارات العمالة الماليزية . وتقوم الدولة الماليزية بتنفيذ سياسة الصداقة مع رجال الأعمال والمستثمرين ، والتي يقصد بها تسهيل الإجراءات المكتبية والإدارية ، وزيادة الحوافز الاستثمارية ، إضافة إلى وضوح القوانين وسهولة الإجراءات .

ولقد اتخذت ماليزيا من اليابان قدوة صناعية لها ، وأخذ عنها الماليزيون قيم العمل وكيفية إعداد الخطط ، كما أن ماليزيا طورت صناعاتها من كثيفة العمل إلى صناعات تركز على كثافة رأس المال وتحديدا الصناعات التكنولوجية التي لها قيمة مضافة كبيرة . وفي سبيل نجاح سياساتها التصنيعية فقد اتبعت عدد من الأهداف أهمها :

أ- هدفت سياسة النظر شرقاً إلى تشجيع الماليزيين على الاقتداء والتعلم من التجربة اليابانية وخاصة المواقف الإيجابية ، مثل أخلاقيات العمل والمنهجية الصناعية والتطور التقني والأداء الاقتصادي المميز .

ولسياسة النظر شرقا جانبان مهمان ، الأول هو: الأخذ بالقيم الشرق آسيوية مثل الانضباط في العمل والتطبيقات الإدارية المنضبطة مع التركيز على العمل الجاد والإخلاص والعمل الجماعي وتشجيع الإنتاجية والاعتماد على الذات والمثابرة وإعلاء روح الأسرة الواحدة ، والثاني هو : اتباع سياسة مالية ونقدية وتجارية كلية متوازنة وحكيمة . وشملت عملية الاستفادة من التجربة اليابانية جوانب نظرية وعملية ، تمثل ذلك في الاستثمار الياباني المباشر حيث تعلمت ماليزيا أفكارا عملية ووضعتها موضع التنفيذ كسياسات تعبئة المدخرات المحلية والتكوين الرأسمالي لتمويل مشروعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية . وقام اليابانيون بتقديم برامج التدريب المهني عن طريق وكالة التعاون الدولي اليابانية ، وهو ما مكن ماليزيا من الاستفادة من التجربة اليابانية في مجال التدريب الصناعي ثم برامج التبادل الثقافي والتي مولت من جانب مؤسسات يابانية لتشجيع الماليزيين على التعرف على الثقافة اليابانية ، وإتاحة الفرصة للماليزيين لدراسة التجربة اليابانية من جوانبها المختلفة . وكان من ثمرة هذه البرامج تأسيس وحدة الدراسات اليابانية ضمن معهد الدراسات الاستراتيجية والدولية الماليزي عام 1991 وهو من أشهر معاهد التفكير في ماليزيا .

ب- التصنيع العنقودي ، انتهجت ماليزيا في نموذجها التصنيعي ما يسمى بطريقة التصنيع العنقودي التي تقوم على أساس وجود علاقات ترابط وتشابك في شكل عنقود تنتظم حباته بين الوحدات الإنتاجية والنشاطات المتصلة بها ، والتي تمثلها ثلاثة عناصر هي : الصناعات ، والموردون، وخدمات الأعمال.

ج- دور المؤسسات في التنمية الصناعية ، هناك كثير من المؤسسات والهيئات ساهمت في إنجاح عملية التنمية الصناعية نذكر منها :

الهيئة الماليزية للتنمية الصناعية Malaysian Industrial Development Authority (MIDA) وتعد المحطة الأولى للمستثمرين الذين ينوون إنشاء استثمارات صناعية أو ذات صلة بالقطاع الصناعي في ماليزيا . وتقوم الهيئة بتوفير كل المعلومات المهمة عن المزايا الاستثمارية كما تتولي جميع الإجراءات والتصاريح والتصديقات الضرورية للقيام بالأعمال الاستثمارية .

الهيئة الإنتاجية القومية National Productivity Corporation ، وهي هيئة اتحادية تهتم بزيادة الإنتاجية الكلية في الاقتصاد الماليزي (إنتاجية عوامل الإنتاج المختلفة كرأس المال والعمل) .

هيئة تنمية التجارة الخارجية الماليزيةMalaysia External Trade Development Corporation، وتأسست هذه الهيئة عام 1993 وتعرف باسم (MATRADE) ، ومهمتها ترويج وتشجيع التجارة الخارجية الماليزية والقيام بتقديم معلومات للمصدرين والمستوردين الماليزيين وتطوير وتشجيع الصادرات الماليزية مع التركيز على المنتجات الصناعية ، والقيام بإجراء الدراسات على الأسواق الخارجية للمنتجات الماليزية من أجل تحسين وضعها التنافسي والعمل على إيجاد قاعدة معلومات لمساعدة المصدرين الماليزيين ، وتقوم بتقديم برامج لتدريب مهارات المصدرين الماليزيين في مجال التسويق الدولي وحماية الاستثمارات الماليزية في الخارج .

هيئة التصنيع الثقيل الماليزية Heavy Industries Corporation of Malaysia (HICOM)، بدأت هيئة التصنيع الثقيل الماليزية بالقيام بالاستثمار في مجال الحديد والصلب ومشروع السيارة الوطنية (PROTON) عن طريق شراكة مع شركة ميتسوبيشي اليابانية والسيارة الوطنية الثانية (Perodua) بالشراكة مع دايهاتسو اليابانية ، إضافة إلى إقامة مجمع الحديد والصلب العملاق . كما أقامت ماليزيا مدينة ذكية خاصة بالتكنولوجيا خارج العاصمة كوالالمبور، حيث ترتبط هذه المدينة بشبكة اتصالات ذكية تخدم العاصمة المستقبلية لماليزيا ، وتضم أضخم الشركات التكنولوجية في العالم وتسمى هذه المدينة بوتراجايا .

2- كوريا الجنوبية

يعد اقتصاد كوريا الجنوبية من بين اسرع اقتصادات العالم نمواً ، فهو الان من بين مقدمة كبرى الدول الاقتصادية في العالم ، ويحتل المرتبة الثالثة على مستوى دول اسيا بعد الصين واليابان ، نتيجة للتنفيذ الناجح للخطط والبرامج الاقتصادية على وفق استراتيجية التنمية الاقتصادية الشرقية المتجهة للخارج التي تعد الصادرات بمثابة الباعث الرئيسي للنمو .

مما لاشك فيه ان كوريا الجنوبية قد بدأت في تجربتها التنموية وانطلاقتها النهضوية منذ اوائل العام ١٩٦٢ واستطاعت في اقل من اربعة عقود تحقيق ما يسمى بـ(المعجزة الاقتصادية على نهر الهان كانغ) لترتفع الى

مستوى الدول الرأسمالية المتقدمة وهي بذلك تعد حديثة النمو والنهوض مقارنة مع غيرها من هذه الدول . فلقد بدأت بريطانيا انطلاقتها نحو التطور في عام ١٧٨٣ وفرنسا عام ١٨٣٠ وبلجيكا في عام ١٨٣٢ والولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٨٤٣ والمانيا في عام ١٨٥٠ ثم جاءت كل من السويد واليابان في عام ١٨٦٨ ، اما قبل عام ١٩٦٢ ومنذ انتهاء الحرب الكورية عام 1953 وحتى عام ١٩٦١ فان حكومة كوريا الجنوبية قد انصبت جهودها على مواجهة الآثار الناجمة عن الحرب من خلال تحقيق الأهداف الآتية :

أ- اعادة بناء البنى التحتية المدمرة جراء الحرب الكورية .

ب- الاحتفاظ بجيش قوي تحسباً لمواجهة أي هجوم مستقبلي من قبل كوريا الشمالية .

ج- معالجة التضخم والتقليل من اثاره السلبية على المستوى المعاشي للسكان .

د- احتواء التأثير الياباني على الاقتصاد الكوري الجنوبي نتيجة استياء الشعب الكوري الجنوبي من الذكريات المؤلمة التي تركها الاحتلال الياباني لهم للمدة من عام ١٩١٠ الى عام 1945 والمخاوف المستقبلية .

وعليه يمكن القول ان عملية التطور السريعة هذه قد جاءت نتيجة لتظافر العديد من العوامل التي اسهمت في انضاج التجربة التنموية في كوريا الجنوبية ومن ثم تحقيق النهضة الكورية الجنوبية واجمالا فأننا نعتقد ان هذه العوامل تتمثل على التوالي على النحو الآتي :

أ- الدور الحكومي

اقر دستور كوريا الجنوبية منذ تبنيه في عام 1948 وتعديلاته التسعة التي كانت آخرها في عام 1987 على ان تتبع البلاد في طريقها المتجه نحو التنمية كلا من الديمقراطية واقتصاد السوق الحر، ضامنا هذا التوجه عن طريق اعلانه بان الدولة تكفل حق الملكية وتشجيع حرية الابداع في النشاط التجاري للافراد والمؤسسات في الشؤون الاقتصادية كما أقر أن الدولة تقوم بتنظيم وتنسيق الانشطة الاقتصادية بهدف الحفاظ على نمو متوازن واستقرار الاقتصاد الوطني لذلك فان دور الحكومات الكورية الجنوبية المتعاقبة في بناء التجربة التنموية المتميزة والمنفردة يأتي متطابقاً ومنسجماً على وفق ما اقره الدستور . ويتضح الدور الحكومي من خلال قيامه بالإجراءات التي تعددت بتعدد المراحل التي مرت بها مسيرة التنمية في كوريا الجنوبية وتتمثل هذه الاجراءات بما يأتي :

* اعتماد منهج التخليط في برامج التنمية

الامر الذي ينبغي ان ندركه في هذا المجال ان الحكومات الكورية الجنوبية المتعاقبة وابتداءاً من حكومة (بارك جونغ هي) حتى الآن ، قد اعتمدت التخطيط كمنهاج لادارة التجارة والتنمية وذلك عندما ايقنت بقدرة القطاع الخاص وتوسيع دوره ونفوذه . هذا وقد وضعت تلك الحكومات العديد من الخطط الاقتصادية المتوسطة المدى ذات السنوات الخمسة والتي اكدت في كل منها على انجاز برنامج محدد وفقاً لمتطلبات

فترتها الزمنية . فعلى سبيل المثال اكدت ان الهدف الرئيس للخطة الاقتصادية الخمسية الأولى (١٩٦٢-١٩٦٦) يتركز على وضع اسس التصنيع اما الخطة الاقتصادية الخمسية الثانية (١٩٦٧- ١٩٧١) فقد تبنت سياسة التصنيع الموجه نحو التصدير . وفي الخطة الاقتصادية الخمسية الثالثة (١٩٧٢-١٩٧٦) تم تطوير الصناعات الثقيلة والصناعات الكيمياوية لتحل محل الصناعات الخفيفة وزيادة مساهمتها في السلع التصديرية وهكذا الحال مع بقية الخطط الاقتصادية الخمسة اللاحقة . والتي يمكن الوقوف على طبيعة اهدافها من خلال تتبع فتراتها الزمنية .

* تكوين الشيبول : عملت الحكومة الكورية الجنوبية في مطلع الستينات من القرن المنصرم على تكوين مجموعة من المؤسسات الصناعية تسمى الشيبول (Model Chaebol) وذلك كقاعدة للتصنيع السريع وتحقيق التنمية الاقتصادية ، وتقدم الحكومة تسهيلات تحويلية عند معدلات فائدة منخفضة التكلفة . وتطلب من الشيبول اتباع الاستراتيجيات القومية للتنمية الصناعية القائمة عند التصنيع الموجه للتصدير . وتصنف مجموعة الشيبول (هيونداي، دايو، جولد ستار) اليوم ضمن قائمة أكبر 100 شركة صناعية في العالم ، حيث يبلغ عدد الشركات التابعة لأكبر خمس مجموعات شيبول ٢١٠ شركة . ونظراً لما تتمتع به الشيبول من هياكل صناعية كبيرة ومتنوعة في المجالات الصناعية الى جانب سهولة الحصول على المزايا الائتمانية . فان الصناعة الكورية الجنوبية تكسب حصة كبيرة من السوق العالمية وتستطيع بجدارة أن تعوض الخسارة في اي شركة فرعية من خلال ارباح الشركات الفرعية الأخرى .

* انشاء هيئة ترويج التجارة الكورية الجنوبية والمعروفة بـ(كوترا) (Korea's Trade Promotion Corporation) ، في عام ١٩٦٢ بهدف توسيع اسواق المنتجات الكورية الجنوبية بالخارج . وفي عام 1969 تم تأسيس بنك التصدير المنتجات الكورية الجنوبية بالخارج . وفي عام 1969 تم تأسيس بنك التصدير والاستيراد لأجل توفير التمويل اللازم للصادرات الكورية . وقادت الحكومة مبادرة تنظيم مؤتمرات دورية للمصدرين الكوريين الجنوبيين بغرض مساعدتهم في مواجهة الصعوبات والعقبات التي تقابل ترويج وتسويق منتجاتهم في الاسواق الخارجية .

* انشاء معهد كوريا الجنوبية للعلوم والتكنولوجيا عام 1966 ووزارة العلوم والتكنولوجيا عام 1967 وذلك لتعزيز تنمية التقدم العلمي والتكنولوجي حيث ركزت السياسات العلمية والتكنولوجية الكورية الجنوبية على تقديم واستيعاب وتطبيق التكنولوجيا الاجنبية . وتحول اهتمام الدولة في ثمانينات القرن الماضي الى مشروعات الابحاث والتنمية القومية وذلك بهدف الارتقاء بمستوى الدولة في النواحي العلمية والتكنولوجية وشمل ذلك برامج لزيادة استثمارات القطاع الخاص في مجال ابحاث التنمية فضلا عن ابحاث تنمية مهارات القوى العاملة . ومنذ اوائل التسعينات من القرن الماضي ركزت الحكومة على ثلاثة مجالات تتمثل بتقوية

وتطوير البحوث في مجال العلوم الاساسية وضمان التوزيع والتطبيق الفعال للتنمية . واخيراً توسيع نطاق التعاون للعلوم والتكنولوجيا في نيسان ١٩٩٩ لتقوية التنسيق الكلى بين العلوم الوطنية وسياسة التكنولوجيا . وقد وسعت الحكومة من التنسيق الكلى بين العلوم الوطنية وسياسة التكنولوجيا . وقد سعت الحكومة من وراء تأسيس هذا المجلس الى دعم الاستثمار في مجال الابحاث والتنمية . وتطوير التكنولوجيا الحيوية وتكنولوجيا البيئة وايجاد مواد جديدة وتكنولوجيا المعلومات والطاقة النووية .

* تعزيز حقوق الملكية الفكرية ، لقد ادركت الحكومة الكورية الجنوبية اهمية الحماية الصارمة لحقوق الملكية الفكرية من اجل التطور التكنولوجي للامة . ومن اجل علاقة اقتصادية تعاونية طيبة مع كبار شركاتها التجاريين وكنتيجة لذلك ومنذ عام ١٩٨٧ اجرت الحكومة اصلاحات بهدف تعزيز حقوق الملكية الفكرية . ويكفل قانون حماية الطبع حماية شاملة لكل من الأعمال المحلية والاجنبية . وتضمن قوانين الطبع حماية الكاتب اضافة لخمسين سنة اخرى . وتتضمن حقوق الملكية الفكرية حماية برامج الكمبيوتر من الانتهاك وذلك من خلال اجراءات تشريعية محددة .

ب- العامل البشري

امتاز المجتمع الكوري الجنوبي بدرجة عالية من التجانس فأبناؤه يعتقدون انهم ينتمون جميعًا الى اسرة عريقة واحدة . ويتكلمون لغة واحدة وبسبب تشابه الملامح البدنية المتميزة فانه يعتقد بانهم من سلالة القبائل المنغولية التي ارتحلت الى شبه الجزيرة الكورية من اسيا الوسطى وعلى العكس بعض الثقافات الأخرى التي تسود فيها ديانة واحدة مهيمنة . تشمل الثقافة الكورية الجنوبية على العديد من العناصر الدينية التي شكلت طريقة تفكير الشعب الكوري الجنوبي ، الأمر الذي جعل هذا الشعب يمثل مجموعة بشرية في العالم اجمع تتسم بالوحدة والتجانس الثقافي .

ج- البيئة الدولية

برزت اهمية البيئة الدولية في تسريع عملية النهوض الكوري الجنوبي بعد استقلال شبه الجزيرة الكورية من الاستعمار الياباني الذي دام للفترة بين عامي ١٩١٠-١٩٤٥ والاعلان عن تأسيس جمهورية كوريا الجنوبية في عام 1948 وما تبعه من حرب دامت للفترة ما بين 1950- ١٩٥٣، كان لإصرار كوريا الشمالية على اعادة توحيد شبه الجزيرة الكورية بالقوة عنصراً أساسيا فيها والعواقب الوخيمة التي خلفتها كارثة الحرب على الاقتصاد الكوري الجنوبي خاصة ، فضلاً عن ما تكبدته الاطراف الدولية المشاركة فيها من خسائر بشرية عامة . ويبدو ان ذلك يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالصدام بين الاستراتيجيتين الأمريكية والسوفيتية والذي ادى الى ما اصطلح على تسميته بالحرب الباردة في حينها ، وانعكاساتها على مسيرة التنمية في كوريا

الجنوبية . ويمكن تلمس دور البيئة الدولية في تحقيق التجربة الكورية الجنوبية التنموية من خلال الوقوف على حجم المعونات والقروض التي حصلت عليها كوريا الجنوبية ، ومن خلال معرفة حجم الاستثمارات الاجنبية المباشرة تدفقت عليها نتيجة للسياسات التي انتهجتها حكومة كوريا الجنوبية لكي تصبح البلاد اكثر جذبا لهذا التدفق .

تحديات التنمية وسبل موجهتها في كوريا الجنوبية

لا تختلف كوريا الجنوبية من غيرها من الدول الصناعية المتقدمة في انها قد واجهت العديد من المشاكل والصعوبات النابعة من متطلبات التنمية ، ومن مستلزمات ديمومتها واستمرارها ، غير ان ما يميز كوريا الجنوبية عن هذه الدول يتمثل بقدرتها على معالجة تلك المشاكل والصعوبات ومن بينها :

1- رغم ان كوريا الجنوبية لا تمتلك قاعدة واسعة من المواد الأولية ومصادر الطاقة المحلية وفي مقدمتها البترول ، كون الطبيعة لم تغدق عليها من مواردها سوى القليل ، الأمر الذي جعلها تعتمد على المواد الأولية المستوردة لسد حاجاتها المتنوعة والمتطورة والواسعة ، لكن كوريا الجنوبية استطاعت ومازالت تستطيع الحصول على هذه المواد نظراً لتوفرها في السوق العالمية وسهولة الحصول عليها ، فتقوم باستيرادها وخزنها في ما تمتلكه من الخزانات الاستراتيجية ، ولا يقتصر استهلاكها محلياً وانما تقوم تسويقها الى الدول الصناعية الواقعة ضمن اقليمها .

2- لم تعد مشاكل البيئة والتلوث التي اصبحت تهدد الحياة البشرية تهديداً خطيراً ، مشاكل معقدة لكوريا الجنوبية وذلك بسبب انتشار الصناعة وتوطينها الكثيف نتيجة صغر مساحة كوريا الجنوبية ، فضلاً عن أنها تعد واحدة من أكبر البلدان في كثافتها السكانية المتميزة في المدن والمناطق الحضرية . فقد أوجدت بدائل ناضجة في معالجة هذه المشاكل من خلال زيادة اعداد مراكز مراقبة التلوث وحماية البيئة ، والاعتماد على التكنولوجيا ومصادر الطاقة غير الملوثة للبيئة كالطاقة النووية والطاقة الشمسية والطاقة الكهربائية ، وزيادة الانفاق في مجالات البحوث والتطوير في القطاعين العام والخاص .

3- بما ان كوريا الجنوبية تعتمد بصورة أساسية على السوق العالمية في ادامة حياتها الاقتصادية ، كونها تنتهج سياسة اقتصادية تصديرية ، تجعلها حلبة التنافس والصراع مع القوى الاقتصادية الدولية الرائدة .

كوريا الجنوبية قبل عام ١٩٩١

شاركت كوريا الجنوبية قبل انضمامها لمنظمة الأمم المتحدة وعلى وجه التحديد في مرحلة الثمانينات من القرن العشرين بفعالية في منظمات وهيئات هذه المنظمة ، من بينها صندوق النقد الدولي(IMF) ، والبنك

الدولي للتنمية واعادة البناء (IBRD) ومنظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (UNESCO) فضلا عن الاتفاقية العامة للتجارة والتعرفة الجمركية (GATT) ، وترى كوريا الجنوبية ان من اكبر المنجزات التي حققتها على المستوى العالمي خلال هذه المرحلة الزمنية ، هو استضافتها الناجحة لدورة الألعاب الاولمبية الرابعة والعشرين في سيئول في عام ١٩٨٨ والتي استمرت فعالياتها لمدة ستة عشر يوما (١٧ ايلول-٢ تشرين الاول) تحت شعار(السلام، الانسجام، التقدم) .

كوريا الجنوبية بعد عام ١٩٩١

كثفت كوريا الجنوبية من جهودها بعد ان اصبحت عضواً في منظمة الامم المتحدة لتوسيع دورها الذي تلعبه على الساحة الدولية . ففي عام ١٩٩٢م اصبحت كوريا الجنوبية عضواً في العديد من هيئات ومنظمات الأمم المتحدة العامة مثل لجنة مكافحة الجريمة والعدالة الجنائية ، ومجلس حكم برنامج تنمية الامم المتحدة (UNDF) ومفوضية حقوق الانسان ولجنة البرامج والتنسيق ، وخلال الدورة السابعة والأربعين لاجتماعات الجمعية العامة للأمم المتحدة تم انتخاب كوريا الجنوبية في المجلس الاقتصادي والاجتماعي احد الاجهزة الرئيسية للأمم المتحدة وبلغ اجمالي المساهمات المالية التي قدمتها كوريا الجنوبية لصالح ميزانية الامم المتحدة (٢١ مليون دولار) في العام ٢٠٠٢ مما وضعها في المرتبة العاشرة من قائمة الدول الاعضاء ، وفي عام 1993 اصبحت كوريا الجنوبية رئيساً للمجلس الاقتصادي والاجتماعي سابق الذكر .

الخطط والسياسة التجارية وتركيبة الصادرات

لم تتواجد تجارة خارجية لكوريا الجنوبية اثناء الاحتلال الامريكي (1945 – 1948) لها لأن البلاد كانت تكافح من أجل التغلب على النقص في المواد المحلية ، لقد حدث جفاف مدمر في عام (1948) بحيث تطلب استيراد كميات كبيرة من حبوب الغذاء ، وبسبب الاضطراب السياسي الدائم ، تلقي الولايات المتحدة خططها لتزويد كوريا بـ (500) مليون دولار للاستثمار في التطوير . وخلال المدة (1962 – 1970) بدأ التصنيع المرتكز على الصادرات وشجع منح الحوافز المالية مثل اعفاء الواردات من المواد الأولية الخاصة بصناعة التصدير من الضرائب على إنتاج سلع التصدير، مما حفز نمو الصناعات النسيجية وصناعة الأحذية والماكنات الكهربائية ، وعدداً من صناعات الادوات الصغيرة ، وسهلت الحكومة عملية استيراد المواد الأولية اللازمة للصناعات الناشئة ، كما تم السماح باستيراد كميات كبيرة من الحبوب الرئيسية للبلد ، ومن الجدير بالإشارة إلى أن الخطة الاقتصادية الخمسية الثالثة قد ركزت على الصناعات الثقيلة والصناعات الكيمياوية ، وتقوية الاقتصاد الموجه للتصدير ، وبدأ تصدير السيارات الكورية وأخذت تختفي السيارات

المستوردة عملياً من السوق ، وفي المقابل أخذت صناعات السلع الاستهلاكية المحلية بالتناقص بسبب فرض الحكومة رقابة صارمة على أسعارها ، وازدادت الصادرات خلال الفترة المذكورة بنسبة 45% في السنة .

هذه النهضة الاقتصادية يمكن تقيمها كمياً باستعمال معامل هوفمان (HC) ، حيث يقسم مراحل النهضة والتطور الاقتصادي للدولة إلى أربع مراحل :

المرحلة الأولى : إذا كان المعامل بين (3.5 - 6.5) تكون الدولة في هذه المرحلة في طور التخلف.

المرحلة الثانية : عندما يكون المعامل ما بين (1.5 – 3.5) تكون الدولة في هذه المرحلة في بداية طور عملية التصنيع .

المرحلة الثالثة : تكون الدولة في هذه المرحلة من التصنيع عندما يكون المعامل ما بين (0.5 – 1.5) وعندها تكون الدولة في بداية مرحلة تطوير صناعة الآلات والمعدات .

المرحلة الرابعة : تدخل الدولة المرحلة الرابعة من التطور الصناعي عندما يكون معامل هوفمان أقل من (0.5) ، وفي هذه المرحلة تكون الدولة قد دخلت طور الصناعة المتقدمة لقد كان معامل هوفمان عام 1960 هو (4.26) ، وهذا يعني أن القيمة المضافة من الصناعات الخفيفة كانت تزيد عن أربعة أضعاف تلك المتولدة في الصناعات الثقيلة والصناعات الكيماوية ، وبعبارة أخرى لم تكن كوريا الجنوبية دولة صناعية حسب معامل هوفمان يجب ان يكون المعامل أقل من (0.5) .

منذ عام 1962 بدأ الرئيس (Park) بتنفيذ الخطة الخمسية الأولى ، وهي تعتبر بداية الخطط الخمسية الاقتصادية للنهوض بواقع كوريا المتخلف ، على أمل أن يجعل من كوريا دولة تكون قادرة على الاستغناء عن المساعدات الأجنبية ، وتقضي على المجاعة في البلاد ، ومن المعلوم كانت كوريا دولة فقيرة جدا وكان أبعد ما يكون عنها أن تحلم بأن تصبح بلداً صناعياً متقدماً في ذلك الوقت ، إلا أن كوريا قد حققت هذا الحلم وفي وقت قياسي لم يتجاوز الثلاثة عقود ، وصنعت معجزة أسيا كما يسميها أغلب العلماء الاقتصاديين .

ومن الجدير بالذكر ووفقاً لمعامل هوفمان يعتبر صعود البلد من المرحلة الأولى إلى المرحلة الثالثة بمثابة تغيير ثوري ، فكيف وأن كوريا الجنوبية قد وصلت إلى المرحلة الرابعة في وقت قياسي وعليه يمكن قياس سرعة التطور الصناعي والنهضة الاقتصادية الكورية وفق معامل هوفمان حيث ان المعامل بلغ (2.46) عام 1964 ، بعد أن كان (4.26) عام 1960، وقد وصل إلى (0.96) عام 1977 وإلى أقل من (0.5) عام 1988 ، وهذا يعني أن كوريا أصبحت بمصاف الدول الصناعية المتقدمة في ذلك الوقت .

ان هذه النهضة والمعجزة التي حدثت كانت لم تتحقق في كوريا لو لم تكن قد خططت وطبقت العديد من الاجراءات والسياسات وعلى جميع الأصعدة والمستويات ومن هذه السياسات (خطة التنمية الاقتصادية ، اقتصاد السوق والاطار المؤسسي للتنمية ، أي مزجت السياسات التنموية الكورية بين تخطيط الدولة

المركزي ونظام السوق) ، التنمية الصناعية وتغيير دور المنشآت الصغيرة والمتوسطة ، التصنيع الكوري وتنمية الموارد البشرية ، السياسة الزراعية وتنمية الريف ، خطة الترويج للصادرات والسياسة التجارية والاستثمار الأجنبي ، وغيرها من السياسات الأخرى التي تضافرت وحققت تلك النهضة .

لقد انعكس تخطيط التجارة الخارجية كجزء من تخطيط التنمية الاقتصادية الى ارتفاع الناتج المحلي الاجمالي لكوريا الجنوبية بقيمة 1.80 ترليون دولار وبمعدل نمو 4% سنويا لعام 2021 لتحافظ على المركز العاشر عالميا من بين 191 دولة ، ومعدل بطالة 3.5% لنفس العام ، لتحتل المركز السابع عالميا في تصدير السلع بقيمة 512 مليون دولار ، والمركز السادس عشر عالميا في تصدير الخدمات بقيمة 86 مليون دولار ، والمركز الخامس عالميا في تصدير المصنوعات بقيمة 489 مليون دولار ، والمركز الرابع عالميا في تصدير الحديد والصلب بقيمة 22 مليون دولار ، والمركز السادس عالميا في تصدير المواد الكيميائية بقيمة 74 مليون دولار ، والمركز السادس عالميا في صادرات معدات المكاتب والاتصالات بقيمة 131 مليون دولار ، والمركز السادس عالميا في تصدير المنتجات الالية بقيمة 56 مليون دولار ، والمركز السابع عالميا في تصدير المنسوجات بقيمة 8 مليون دولار ، والمركز الرابع عالميا في تصدير مواد البناء بقيمة 6403 مليون دولار ، والمركز السابع عالميا في تصدير رسوم استخدام الملكية الفكرية بقيمة 6858 مليون دولار ، والمركز السادس عالميا في تصدير الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية بقيمة 1149 مليون دولار في عام 2020 ، والمركز الخامس عالميا في تصدير الخدمات السمعية والبصرية بقيمة 830 مليون دولار ، والمركز الخامس عالميا في تصدير السلع الوسيطة بقيمة 346 مليون دولار لعام 2019 .