

اشاره:

همگرایی اقتصادی در قرن بیستم، بیش از پیش در سطح جهان مطرح شد و بلوک‌های اقتصادی قوی مانند اتحادیه اروپا، اتحادیه کشورهای جنوب شرقی آسیا، پیمان تجارت آزاد امریکای شمالی و ... تشکیل گردید. بلوک‌های اقتصادی که منطقه‌گرایی را برای بهره‌گیری از تجارت آزاد میان خود برکزیدند، توانستند در سایه این‌گونه اتحادیه‌ها به رشد و توسعه اقتصادی سریع و پایدار و افزایش سطح همکاری‌های اقتصادی - تجاری دست یابند.

با وجود بحث‌های مربوط به آزادسازی تجارت جهانی و تشکیل سازمان جهانی تجارت برای گسترش مناسبات تجاری میان ملل مختلف جهان با لغو موانع تجاری غیرتعرفه‌ای، هنوز بسیاری از کشورهای رو به رشد جهان از جمله کشورهای مسلمان توانمندی لازم برای بهره‌گیری از تجارت آزاد را ندارند. در این راستا، کارشناسان ایجاد بازار مشترک اسلامی برای ترویج مناسبات اقتصادی - تجاری میان پنجاه و پنج کشور مسلمان با یک میلیارد و دویست میلیون نفر جمعیت توانایی‌های بالقوه بسیار را مؤثر می‌دانند.

با این حال، هنوز پایگاه‌های لازم برای به وجود آمدن این بازار فراهم نشده است، اگرچه پیشنهاد ایران برای تشکیل بازار مشترک اسلامی در هشتمین اجلاس سران کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (آذر ۷۶-تهران) به تصویب رسید.

توانمندی‌های اقتصادی کشورهای مسلمان برای ایجاد بازار مشترک اسلامی

موانع ایجاد بازار مشترک اسلامی

بحث تشکیل بازار مشترک اسلامی سالهاست که در سازمان کنفرانس اسلامی، نهادهای اقتصادی از جمله کمیته دایمی همکاری‌های اقتصادی و تجاری کشورهای اسلامی (کومسک) مطرح می‌باشد.

در هشتمین اجلاس سران کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در تهران، پیشنهاد ایران برای تشکیل بازار مشترک اسلامی به تصویب رسید، اما هنوز فضای مساعد برای تشکیل این بازار و کارایی آن وجود ندارد.

کارشناسان با اشاره به این نکته که حجم مبادلات تجاری میان کشورهای اسلامی حدود ۱۰/۷ درصد تجارت خارجی آنها را تشکیل می‌دهد، می‌افزایند: محدودیت حجم مناسبات تجاری مانع از کارایی بازار مشترک اسلامی خواهد بود.

آنها بر این عقیده هستند که کارایی یک بازار مشترک رابطه

مستقیم با گستردگی تجارت میان کشورهای عضو آن دارد. در این حال برای فعال شدن این بازار ضرورت دارد که حجم مناسبات تجاری میان کشورهای اسلامی دست کم به ۳۰ درصد مبادلات خارجی آنها برسد، تا بتوان از وجود این بازار به نفع رشد و توسعه اقتصادی ملل عضو به خوبی بهره گرفت. یوسف‌الصالح معاون مرکز توسعه صادرات عربستان در نخستین نمایشگاه جهان اسلام که همزمان با برپایی نشست سران کشورهای اسلامی در تهران برپا شد، اظهار داشت: ایجاد بازار مشترک اسلامی و گسترش فعالیت آن در کشورهای عضو، به همکاری نزدیکتر و گسترده‌تر کشورهای اسلامی نیاز دارد.

وی که برپایی منظم و سالانه نمایشگاه جهان اسلام در هر یک از کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را عاملی برای آشنایی کشورهای عضو با توانمندی‌های اقتصادی -



وی با اشاره به حضور بنگلادش در نمایشگاه جهان اسلام گفت: بنگلادش فقط قصد ندارد در بازار ایران حضور پیدا کند، بلکه می‌خواهد با مشارکت در این نمایشگاه و استفاده از امکانات زیربنایی ایران، فعالیت‌های اقتصادی خود را با سایر کشورهای اسلامی و به خصوص جمهوری‌های آسیای میانه گسترش دهد.

وی با اشاره به شرایط فراهم شده در بنگلادش برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی به ویژه سرمایه‌گذاران مسلمان، گفت: سرمایه‌گذاران در بنگلادش می‌توانند تولیدات خود را بدون کوچکترین مشکل به تمام دنیا صادر کنند. در همین حال صباح زنگنه رئیس کمیته اقتصادی، مالی، علوم و فن‌آوری اجلاس کارشناسان ارشد کشورهای اسلامی در آذرماه گذشته گفت: در این کمیته ۴۶ قطعنامه به تصویب رسید.

وی گفت: در این کمیته قطعنامه‌های پیشنهادی جمهوری اسلامی ایران درباره تشکیل بازار مشترک و آماده‌سازی جهان اسلام برای ورود به قرن بیست و یکم نیز تصویب شد. وی افزود: هر فعالیت سیاسی، می‌تواند انعکاس اقتصادی نیز داشته باشد.

زنگنه گفت: امروزه مرز نسبتاً مشخصی میان مسایل اقتصادی و سیاسی گذاشته شده است. در نتیجه از مهمترین بحث‌های کمیته اقتصادی کارشناسان ارشد، بررسی آثار ایجاد بلوک‌بندی‌های جدید اقتصادی در جهان و کشورهای

صنعتی یکدیگر می‌داند، معتقد است که برپایی سه دوره منظم این نمایشگاه، در رفع مشکلات مربوط به تجارت بین کشورهای مسلمان، مؤثر خواهد بود.

الصالح می‌گوید: شناسایی نیازمندی‌های کشورهای اسلامی فقط از طریق گسترش فعالیت بازار مشترک اسلامی، عملی است و این بازار می‌تواند در تأمین نیازهای کشورهای اسلامی نقش بسزایی داشته باشد.

○ در هشتمین اجلاس سران کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، پیشنهاد ایران برای تشکیل بازار مشترک اسلامی به تصویب رسید.

معاون مرکز توسعه صادرات بنگلادش نیز در نخستین نمایشگاه جهان اسلام به خبرنگار ما گفت: ارزش مبادلات بازرگانی میان کشورهای اسلامی، کم است. اما بنگلادش با پیش گرفتن نظام اقتصاد باز، زمینه افزایش مبادلات در تمام بخش‌های اقتصادی با کشورهای مسلمان را فراهم کرده است. عمر فاروق با اشاره به مذاکرات انجام شده برای تشکیل بازار مشترک اسلامی گفت: ضرورت دارد که تصمیم‌گیری‌های سران کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در بعد اقتصادی هر چه زودتر عملی شود تا همکاری‌های تجاری میان کشورهای مسلمان بیش از پیش، گسترش یابد.

اسلامی و نحوه مقابله با آثار سوء و منفی آن، بود.

کشورهای مسلمان بتوانند در آینده نیازمندی‌های خود را از این بازار، تأمین کنند.

این نمایشگاه در پنج بخش، صنعت و معدن، کشاورزی و دامپروری، پژوهش‌های علمی و صنعتی، فرهنگ - هنر - ارتباطات، اقتصاد و بازرگانی، تشکیل شد.

بر اساس گزارش‌های رسیده از دمشق، شرکت‌کنندگان در بیست و دومین شورای رئیس‌ان بانک توسعه اسلامی (در اوایل آذر ۷۶) در دمشق بر اهمیت فعالیت اقتصادی مشترک در جهان اسلام تأکید کردند.

محمدالعمادی وزیر اقتصاد و بازرگانی خارجی سوریه اظهار داشت. با همکاری‌های اقتصادی و تجاری و نیز عملی کردن ایده‌های مطرح شده در بانک توسعه اسلامی، کشورهای مسلمان می‌توانند قدرت بزرگ اقتصاد جهان باشند.

وی گفت: مسلمانان ۲۳ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند و ۳۰ درصد منابع اقتصادی دنیا را در اختیار دارند. این ارقام بیانگر توانایی مسلمانان برای حضور فعال در عرصه جهان است.

وی با اشاره به رشد اقتصاد جهان اسلام که در سال ۹۷ به ۵/۸ درصد رسیده است، گفت: مسلمانان باید با وحدت و همکاری در تمام زمینه‌ها، این روند رشد را ادامه دهند. در همین حال دکتر احمد محمدعلی رئیس بانک توسعه اسلامی اظهار داشت: مسلمانان با ادامه مشورت‌ها و مذاکرات متقابل می‌توانند در برابر تهدیدهای بیگانگان ایستادگی کنند.

○ یوسف‌الصالح: ایجاد بازار مشترک اسلامی و گسترش فعالیت آن در کشورهای عضو، به همکاری نزدیکتر و گسترده‌تر کشورهای اسلامی نیاز دارد.

وی با اشاره به تحولات اخیر تجارت جهانی گفت: بانک توسعه اسلامی در حال بررسی شیوه مناسب برای فعالیت کشورهای اسلامی در چارچوب سازمان جهانی تجارت است. با وجود بحث‌های مختلفی که درباره ضرورت تشکیل بازار مشترک اسلامی جهت گسترش مناسبات اقتصادی - تجاری - صنعتی میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مطرح می‌شود، کارشناسان اقتصادی بر این باور هستند که کشورهای اسلامی می‌بایست با ارزیابی دقیق تجارت خارجی خود با دیگر نقاط جهان و از جمله کشورهای اسلامی و بررسی

○ محدودیت حجم مناسبات تجاری بین کشورهای اسلامی از موانع کارآیی بازار مشترک اسلامی است. حجم مناسبات بین کشورها برای بهره‌گیری از امتیازات به وجود آوردن بازار مشترک باید از سطح کنونی ۱۰ درصد، دست کم به ۳۰ درصد افزایش یابد.

در همین حال اکبر نعمت‌اللهی مدیر اجرایی نمایشگاه جهان اسلام در مراسم افتتاح این نمایشگاه گفت: سازمان کنفرانس اسلامی، ارتقاء همبستگی بین کشورهای عضو را اولین هدف خود قرار داده و طبیعی است که با توجه به ماهیت مشکلات جهان اسلام که جنبه‌های سیاسی - اقتصادی دارد، دستیابی به چنین هدف والایی با تقویت پیوندهای اقتصادی و فرهنگی، سریع‌تر و آسان‌تر، محقق خواهد شد.

وی افزود: جمهوری اسلامی ایران با اعتقاد عمیق به ظرفیت‌های اجرایی و توانایی‌های علمی، فنی و اقتصادی کشورهای مسلمان، نخستین نمایشگاه جهان اسلام را با هدف تحکیم روابط اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، برگزار کرد.

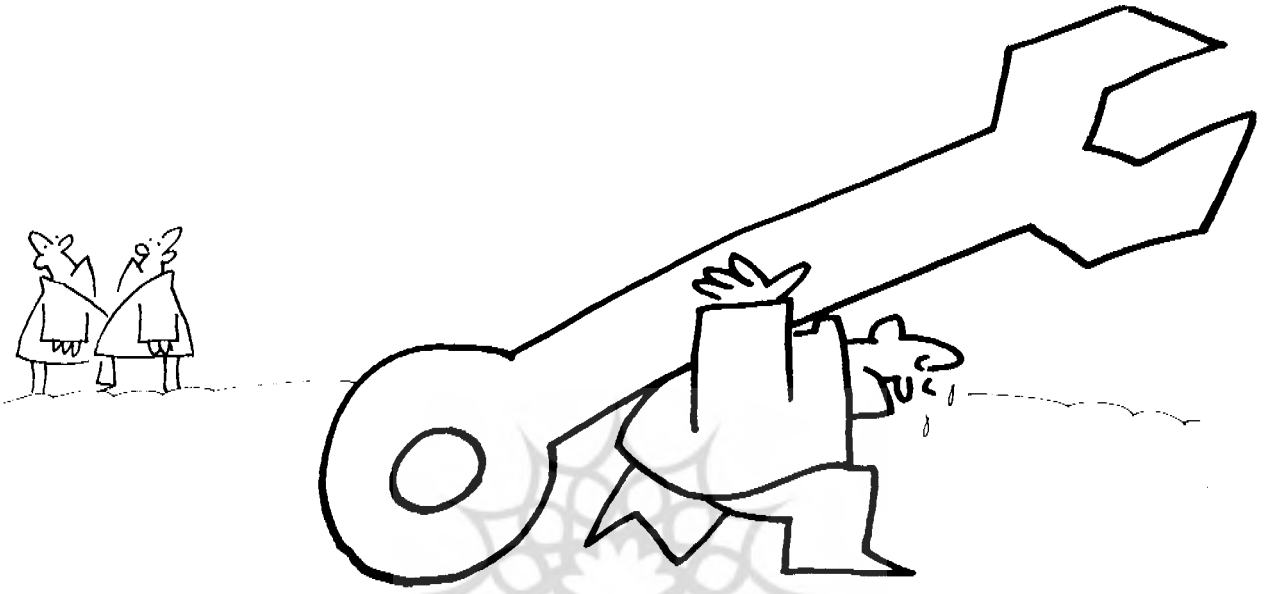
وی افزود: کشورهای اسلامی با استقبال از نخستین نمایشگاه جهان اسلام، نشان دادند که مصمم هستند با پشتیبانی جدی از ایجاد بازار مشترک اسلامی، به حل بسیاری از مشکلات جهان اسلام، اهتمام ورزند که بخش عمده‌ای از آنها از محدودیت‌های اقتصادی ناشی می‌شود.

در اولین نمایشگاه جهان اسلام که ۱۲ تا ۲۴ آذرماه همزمان با برپایی هشتمین اجلاس سران کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، برگزار شد، یازده کشور مسلمان شامل عربستان سعودی، مالزی، پاکستان، سوریه، ترکیه، بنگلادش، افغانستان، فلسطین، اردن، لیبی، قرقیزستان، بانک توسعه اسلامی و مؤسسه‌های وابسته به سازمان ملل، درکنار واحدهای تولیدی - صنعتی جمهوری اسلامی ایران، حضور داشتند و به عرضه دستاوردهای علمی - صنعتی - کشاورزی و ... خود پرداختند.

یکی از اهداف برپایی این نمایشگاه، فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای تشکیل بازار مشترک اسلامی بود، تا

بر اساس آخرین آمار موجود، تقریباً ۱۰ درصد واردات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در سال ۱۹۹۶ از یکدیگر، تأمین شده است. سهم اندک تجارت فیما بین کشورهای مزبور در مجموعه واردات آنها، کاملاً مشخص می‌باشد. به استثنای کشورهای مالزی، ترکیه و اندونزی، اکثر

کالاهای صادراتی و وارداتی، بتوانند به توانمندی‌های اقتصادی یکدیگر پی ببرند. در نتیجه، استفاده از مزیت تشکیل بازار مشترک اسلامی برای همگان میسر خواهد شد. در این بخش از گزارش حاضر به بررسی مناسبات تجاری فیما بین جهان اسلام می‌پردازیم.



کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی به طور عمده صادرکننده مواد سوختی، مواد خام و کالاهای سنتی می‌باشند. بنابراین، اقتصاد این کشورها از توانمندی لازم برای تکامل یکدیگر برخوردار نیست.

این آمارها نشان می‌دهد که کشورهای اسلامی هنوز مجبور هستند کالاهای صنعتی عمده خود را از کشورهای صنعتی جهان که خارج از بلوک کشورهای اسلامی می‌باشند، اتباع نمایند. همین امر موجب شده است که سطح مبادلات تجاری فیما بین کشورهای اسلامی، در حد اندکی باقی بماند. این امر نشان می‌دهد که کشورهای مالزی، ترکیه و پاکستان همچنان سهم خود را در تجارت فیما بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی می‌توانند حفظ کنند زیرا بخش قابل توجهی از صادرات آنها به دیگر کشورهای مسلمان را کالاهای صنعتی گوناگون تشکیل می‌دهد.

ترکیب کالاهای وارداتی کشورهای اسلامی

بر اساس آمارهای مربوط به ۲۳ کشور از اعضای سازمان کنفرانس اسلامی، بخش قابل توجهی از کالاهای وارداتی آنها، محصولات صنعتی است. بیش از ۷۵/۳ درصد ارزش واردات این کشورها را کالاهای و محصولات صنعتی تشکیل می‌دهد. در میان محصولات صنعتی، ماشین‌آلات و تجهیزات حمل و نقل تقریباً ۲۹/۶ درصد واردات این کشورها می‌باشد که بیشترین سهم را در ترکیب واردات آنها دارد. محصولات غذایی ۱۱/۸ درصد و سوخت ۶/۸ درصد واردات آنها را شامل می‌شود که در رتبه دوم و سوم ترکیب واردات آنها می‌باشد.

○ عمر فاروق: برای تشکیل بازار مشترک اسلامی، باید تصمیم‌گیری‌های سران کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در بعد اقتصادی، هر چه زودتر عملی شود و همکاری‌های تجاری ملل مسلمان گسترش یابد.

ترکیب صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی

ارزش صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس

در همین حال، صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی به یکدیگر در سال ۱۹۹۶ به ۸/۶ درصد مجموع ارزش صادرات آنها رسید. ارزش صادرات این کشورها به یکدیگر در سال ۱۹۹۶ به ۲۳/۹ میلیارد دلار بالغ شد.

آمارهای موجود نشان می‌دهد که امارات متحده عربی، ترکیه، سوریه، عربستان سعودی، پاکستان، مالزی، لیبی، جمهوری اسلامی ایران و اندونزی در مجموع ۷۲ درصد صادرات درون‌گروهی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را به عهده داشتند که بالاترین سهم نقل و انتقال کالا بین این گروه کشورها بوده است.

سهم صادرات عربستان سعودی به دیگر کشورهای مسلمان، بیش از بقیه می‌باشد. این کشور ۲۳/۴ درصد ارزش صادرات بین‌گروهی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را به خود اختصاص داده است. در حالی که در سال ۱۹۹۶ کامبیا، چاد، کینه بیسانو، عراق، نیجر، موزامبیک، سیرالئون و اوگاندا کمترین میزان صادرات به کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را داشتند.

ترکیب صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی نشان می‌دهد که این کشورها در مجموع در سال ۱۹۹۴ صادرکننده عمده ۵۰ قلم کالا بوده‌اند.

با توجه به آنکه نفت خام و فرآورده‌های نفتی تقریباً ۴۰ درصد ارزش صادرات کشورهای عضو سازمان را تشکیل می‌دهد، ۶۰ درصد بقیه را بیش از ۱۷۵ قلم کالا دربرمی‌گیرد که ۵۰ قلم آنها بیش از دیگر کالاها ارزش صادرات داشته‌اند.

○ هدف از تشکیل نخستین نمایشگاه جهان اسلام در تهران در آذرماه گذشته، فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای تشکیل بازار مشترک اسلامی بود تا کشورهای مسلمان بتوانند در آینده نیازمندی‌های خود را از این بازار تأمین کنند.

اقلام عمده این کالاها عبارتند از ترانزیستور، والوز و تجهیزات مشابه به ارزش ۹/۶ میلیارد دلار، گاز طبیعی به ارزش ۸/۶ میلیارد دلار، تخته چندلا به ارزش حدود ۵ میلیارد دلار، محصولات نساجی حدود ۵ میلیارد دلار، البسه مردانه ۴/۸ میلیارد دلار، تجهیزات و قطعات مخابراتی حدود ۴/۵ میلیارد دلار، وسایل صوتی حدود ۴/۳ میلیارد دلار،

اسلامی در سال ۱۹۹۶ به ۳۹۲/۲ میلیارد دلار بالغ شد. بیش از نیمی از صادرات این کشورها، راهی بازارهای آمریکا، ژاپن و جامعه اروپا شده است. در میان کشورهای صنعتی، جامعه اروپا با جذب یک‌چهارم صادرات کشورهای اسلامی، بزرگ‌ترین خریدار کالاهای آنها بوده است.

○ صباح زنگنه: از مهمترین بحث‌های کمیته اقتصادی کارشناسان ارشد در تهران، بررسی آثار ایجاد بلوک‌بندی‌های جدید اقتصادی در جهان و کشورهای اسلامی و نیز نحوه مقابله با آثار منفی آنها بود.

در بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، مالزی با صدور ۷۸/۲ میلیارد دلار کالا در سال ۱۹۹۶ میلادی، بزرگ‌ترین صادرکننده در جهان اسلام بود. عربستان سعودی نیز در رتبه دوم قرار داشت.

آمارهای موجود گواه بر آن است که بخش عمده صادرات مالزی را کالاهای صنعتی ساخته شده و نفت خام و بخش بزرگ صادرات عربستان را نفت و فرآورده‌های نفتی تشکیل داده است. با این وصف ۸۱ درصد ارزش صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مربوط به صادرات کشورهای مالزی، عربستان سعودی، اندونزی، امارات متحده عربی، ترکیه، الجزایر، بحرین، جمهوری اسلامی ایران، کویت، لیبی و نیجریه بوده است، در حالی که بقیه کشورهای عضو این سازمان فقط ۲۰ درصد مجموع صادرات را در اختیار داشتند.

آمار صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که ۲۶ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی که در میان آنها الجزایر، بنگلادش، کومور، مصر، گابن، لیبی، موریتانی و تونس نیز مشاهده می‌شوند، بیش از نیمی از درآمد صادراتی خود را از صدور کالا به ژاپن، آمریکا و جامعه اروپا کسب کرده‌اند.

ارزش صادرات کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی به جامعه اروپا، ژاپن و آمریکا به ۲۰۵/۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۶ رسید که به ترتیب ۴۷، ۲۹ و ۲۴ درصد صادرات آنها را دربرمی‌گرفت.

با توجه به آنکه در سال ۱۹۹۳ جامعه اروپا، ژاپن و آمریکا ۵۵/۴ درصد صادرات کشورهای اسلامی را جذب نمودند، سهم این کشورها در جذب کالاهای صادراتی ملل مسلمان در سال ۱۹۹۶ کاهش یافت و به ۵۲ درصد رسید.

از آنجا که کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی بیش از ۶۱ درصد صادرات نفت خام جهان را در اختیار دارند و این ماده اثر راهبردی در اقتصاد جهانی دارد، بنابراین کشورهای مسلمان از توانایی‌های بالقوه بسیاری برای ایفای نقش وسیع‌تر در تجارت جهانی برخوردار می‌باشند.

امکانات توسعه مبادلات تجاری در میان کشورهای اسلامی

با توجه به آنکه اکثر کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی صادرکننده عمده کالاهای سنتی شامل مواد اولیه و مواد معدنی و نیز محصولات کشاورزی هستند، این کشورها به‌شدت به صادرات اقلام محدودی وابسته می‌باشند که غالباً نیز از بازار پرنوسان و نامطمئن برخوردار هستند. در همین حال اقتصاد این کشورها از برخی موانع مانند تحریم‌های اقتصادی به‌شدت آسیب‌پذیر می‌باشند.

بررسی و مطالعات اقتصادی نشان می‌دهد که با افزایش قیمت کالاهای سنتی در سال‌های ۱۹۹۴-۹۵ درآمد ارزی اکثر کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی بهبود یافت. تنها در سال ۱۹۹۴ بهای قهوه، پنبه و کنف نسبت به سال قبل از آن به‌ترتیب از رشد ۱۱۳، ۲۲ و ۴۱ درصد برخوردار شد. در همین حال بهای پنبه در سال ۱۹۹۵ نیز ۲۲ تا ۲۵ درصد نسبت به سال ماقبل افزایش داشت. در حالی که بهای ماهی، چای و تنباکو تقریباً ثابت بود. در سال ۱۹۹۵ قیمت چای حدود ۱۵ درصد کاهش داشت.

با وجود افزایش بهای کالاها و فرآورده‌های صادراتی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در سال‌های ۹۵-۱۹۹۴، سطح قیمت واقعی بخش عمده‌ای از کالاهای صادراتی این گروه کمتر از سطح قیمت آنها در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ بود. رابطه مبادله کالاها در سال‌های ۹۴-۱۹۸۰ به ۳۷ درصد رسید که نشان‌دهنده کاهش سالانه ۳/۲ درصدی می‌باشد. این امر درباره اکثر کالاهای صادراتی کشورهای اسلامی به جز مواد غذایی صادق بود.

○ رشد اقتصادی جهان اسلام در سال ۹۷ به ۵/۸ درصد رسید. مسلمانان با وحدت و همکاری در تمام زمینه‌ها، می‌توانند این رشد را تداوم بخشند.

گاز مایع پروپان و بوتان ۴/۲ میلیارد دلار، البسه زنانه بیش از ۴ میلیارد دلار، تجهیزات اتوماتیک رایانه‌ای بیش از ۴ میلیارد دلار، سبزی‌ها، روغن و مرغ حدود ۲/۷ میلیارد دلار، ضبط‌صوت و تلفن حدود ۲/۵ میلیارد دلار، چوب و الوار با فرآوری ساده ۳/۱ میلیارد دلار و نخ نساجی بیش از ۳ میلیارد دلار. ارزش صادرات دیگر اقلام از ۱۶۰ میلیون دلار تا ۳ میلیارد دلار بوده است که از نظر ارزش کمتر آنها از ذکر نامشان خودداری می‌شود.

○ مدیر اجرایی نمایشگاه جهان اسلام: مشکلات جهان اسلام ماهیت سیاسی - اقتصادی دارد. برای ارتقاء همبستگی میان ملل مسلمان، تقویت پیوندهای اقتصادی و فرهنگی ضروری است.

براساس آمار مربوط به سال ۱۹۹۴ در حالی که مواد سوختی ۵۰/۶ درصد ارزش صادرات کشورهای اسلامی را تشکیل می‌دهد، سهم کالاهای صنعتی به ۳۵/۱ درصد و مواد غذایی به ۶/۵ درصد مجموع صادرات این کشورها می‌رسد. در میان محصولات صنعتی، ماشین‌آلات و خودروهای موتوری با سهم ۱۴/۲۷ درصد در مجموع ارزش صادرات این کشورها، بالاترین رتبه را در میان اقلام صنعتی دارد.

با توجه به آنکه ۳۵ درصد صادرات کشورهای عضو سازمان در سال ۱۹۹۴ مربوط به نفت خام و ققط ۵ درصد آن مربوط به فرآورده‌های نفتی بوده است، این واقعیت برملا می‌شود که ظرفیت پالایش و فرآوری نفت خام حتی در کشورهای صاحب نفت مسلمان بسیار ناکافی است و در نتیجه آنها از کسب ارزش افزوده بیشتر در صدور مواد سوختی محروم می‌باشند.

بررسی اقلام صادراتی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی به جهان نشان می‌دهد که بیش از نیمی از صادرات آنها را کنف، الیاف نساجی، سبزی‌ها، روغن حیوانی، نفت خام، گازهای بوتان و پروپان و کائوچوی طبیعی تشکیل می‌دهد.

سهم کشورهای عضو سازمان در صدور ۱۶ قلم کالا به دنیا بیش از ۲۰ درصد و سهم آنها در ۳۸ قلم کالای صادراتی به بیش از ۱۰ درصد می‌رسد. بنابراین کشورهای موردبحث در تنوع بخشیدن به اقلام صادراتی خود و نفوذ اقلام جدید صادراتی به بازارهای جهانی، چندان توفیقی نداشته‌اند.

کشورهای اسلامی تولید و سپس صادر می‌شود. تقریباً ۲۰ کشور مسلمان از تولیدکنندگان و صادرکنندگان نفت، گاز طبیعی و فرآورده‌های پتروشیمی می‌باشند. این اقلام می‌تواند بخش قابل توجهی از مجموعه نیازهای جهان اسلام را برآورده سازد.

توانمندی‌های بسیار خوبی در جهان اسلام وجود دارد که باید به‌طور مؤثر و کارآ در نقل و انتقال کالاها و خدمات در میان کشورهای اسلامی، مدیریت و هدایت شود.

○ رئیس بانک توسعه اسلامی: این بانک در حال بررسی شیوه مناسب برای فعالیت کشورهای اسلامی در چارچوب سازمان جهانی تجارت است.

با مدیریت تجارت میان کشورهای مسلمان می‌توان آنها را برای براندازی روابط تجاری سنتی با کشورهای صنعتی غرب، آماده نمود. در همین حال اتخاذ راهبرد مناسب و تلاش برای رفع مشکلات تجاری و نیز پیگیری همکاری‌های دو و چندجانبه اقتصادی میان ملل مسلمان، می‌تواند راه آینده را آسان‌تر و روشن‌تر سازد. این یک تلاش ارزشمند برای مشارکت در توسعه اقتصادی جهان اسلام و رفاه مسلمانان است.

در دهه‌های اخیر، تعدادی از کشورهای مسلمان، وابستگی اقتصادی خود را به صادرات یک یا دو قلم کالا کاهش داده‌اند. برخی کشورهای مسلمان شرق آسیا مانند مالزی و اندونزی از نمونه‌های موفق در این زمینه می‌باشند.

برخی دیگر از کشورهای مسلمان مانند ترکیه، مصر، مراکش، قطر، سوریه، گامبیا و چاد در تغییر و تنوع بخشیدن به اقلام صادراتی خود، موفق بوده‌اند. کاهش وابستگی به صادرات یک محصول (اقتصاد تک‌محصولی) سبب شده است که ظرفیت‌ها و توانمندی‌های تجاری میان ملل مسلمان، تقویت شود و موقعیت‌های واقعی برای افزایش مبادلات تجاری فی‌مابین کشورهای اسلامی خلق شود. در حال حاضر ۲۱۶ میلیارد دلار از واردات کشورهای اسلامی از جهان صنعتی تأمین می‌شود که ۵۶ درصد مجموع واردات آنها را دربرمی‌گیرد.

دورنمای ترکیب کالاهای وارداتی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی نشان می‌دهد که مواد غذایی، سوخت و فرآورده‌های نفتی، کالاهای متنوع صنعتی و تولیدات کارخانه‌ای از اقلام عمده وارداتی آنها خواهد بود. در همین حال بررسی کالاهای صادراتی آنها نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر بخش قابل توجهی از ارزش مایحتاج آنها و کالاهای وارداتی جهان اسلام می‌توانست از دیگر کشورهای مسلمان عضو سازمان کنفرانس اسلامی تأمین شود.

مواد غذایی کوناگون شامل گندم، غلات، ماهی و فرآورده‌های دریایی دیگر، محصولات کشاورزی در تعدادی از

