

اشاره:

سازمان کنفرانس اسلامی با بیش از ۲۰ درصد جمعیت کل جهان و ثروت سرشار زیرزمینی دارای بزرگترین پوشش جمعیتی در میان سازمان‌های مشابه است.

کشورهای عضو این سازمان اگر بتوانند اقتصاد خود را به موازات جمعیت موجود آن پیش ببرند، در آینده بسیار نزدیکی از قطب‌های بزرگ اقتصادی در جهان به‌شمار خواهند آمد.

شاخص‌های اقتصادی کشورهای اسلامی بعضاً نشان‌دهنده فاصله‌ای ژرف بین این کشورها است که با همکاری در چارچوب یک بازار مشترک می‌توان این فاصله را کاهش داد.

برای آگاهی از وضعیت کشورهای عضو کنفرانس اسلامی و نیز امکان همکاری بین این کشورها با آقای محمد زاغیان کارشناس ارشد مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی مصاحبه‌ای انجام شده است که به اطلاع خوانندگان گرامی می‌رسد.



تا تشکیل بازار مشترک اسلامی راهی طولانی و ناهموار در پیش است

■ به نظر شما آیا امکان تشکیل بازار مشترک اسلامی

وجود دارد؟

□ تشکیل بازار مشترک اسلامی در فرآیند ادغام و همکاری‌های منطقه‌ای، مرحله پیشرفته‌ای است که پس از مراحل موافقت‌نامه تجارت ترجیحی، منطقه آزاد تجاری و اتحادیه گمرکی قرار می‌گیرد. از جنبه نظری در این مرحله کلیه اعضا ضمن آنکه تعرفه‌ها را میان یکدیگر از بین برده‌اند، یک تعرفه مشترک خارجی در قبال سایر کشورهای غیرعضو را برقرار کرده و موانع جابه‌جایی عوامل تولید مانند کار و سرمایه میان کشورهای عضو نیز حذف می‌گردد.

در عین حال تلاش می‌شود تا قوانین مالیاتی، بهداشتی و ایمنی نیز میان اعضاء هماهنگ شود. بنابراین ملاحظه می‌شود که دستیابی به چنین هدفی یعنی تشکیل بازار مشترک اسلامی (با توجه به موانعی که عمدتاً از نظر سیاسی در جهت اتحاد



اسلامی مؤثر باشند که مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱- تدوین مقررات و قوانین شفاف به نحوی که برای تجار بخش خصوصی کشورهای اسلامی از نظر قوانین و مقررات، ابهامی وجود نداشته باشد.

۲- حذف موانع اداری و گمرکی. در این زمینه باید بوروکراسی‌ها و تشریفات زاید از میان برداشته شود.

۳- اقدام به کاهش موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای تا رفع کامل آنها که این موضوع، اولین قدم در راه فرآیند ایجاد منطقه آزاد اقتصادی - تجاری است.

۴- سرمایه‌گذاری‌های مشترک در جهت تقویت ناوگان‌های تجاری میان کشورها.

■ آیا تشکلهای منطقه‌ای می‌توانند به تشکیل یک بازار

مشترک اسلامی کمک کنند؟

□ اساساً تشکلهای منطقه‌ای پایه و اساس بازار مشترک اسلامی هستند. تا یک بلوک منطقه‌ای تشکیل نشود و اعضای آن اقدام به برقراری موافقت‌نامه‌های تجاری نکنند، بازار مشترک اسلامی تحقق نخواهد یافت.

بنابراین، ضرورتاً باید یک بلوک منطقه‌ای نظیر «اکو» و D8 تشکیل شود و اولین مرحله فرآیند همکاری طی شود تا بتوان مسیر دستیابی به بازار مشترک اسلامی را هموار نمود.

■ کشورهای اسلامی عضو سازمان کنفرانس اسلامی نسبت

به یکدیگر چه میزان اطلاعات اقتصادی دارند؟

□ متأسفانه در این ارتباط اطلاعات اقتصادی کشورها از یکدیگر بسیار ضعیف است، به خصوص در میان کشورهاییکه در قاره‌های متفاوت قرار گرفته‌اند.

در حال حاضر عدم شناخت نسبتاً دقیق کشورها نسبت به موقعیت اقتصادی یکدیگر بسیار محسوس است، به گونه‌ای که کشورها اطلاعات کاملی از توانمندی‌های اقتصادی و تجاری یکدیگر ندارند و در این زمینه نیز تحقیقات گسترده‌ای صورت نگرفته است.

خوشبختانه بانک توسعه اسلامی اخیراً با ایجاد مراکز تحقیقاتی خود، فعالیت‌هایی را آغاز کرده است و کارهایی را نیز آرایه داده است. فعالیت‌های این بانک می‌تواند برای ارتباط میان مؤسسات تحقیقاتی کشورهای عضو با مؤسسات تحقیقاتی وابسته به سازمان کنفرانس اسلامی بستر مناسبی باشد.

■ وضعیت اقتصادی کشورهای اسلامی چگونه است؟

□ آمارهای به‌دست آمده نشان می‌دهد به‌طور کلی سهم

میان کشورهای اسلامی وجود داشته است)، میان کلیه جوامع اسلامی راهی است طولانی و ناهموار، اما با توجه به ایدئولوژی حاکم بر کشورها و مشترکات فرهنگی و تحولاتی که اخیراً در عرصه نظام بین‌المللی به‌ویژه پس از جنگ سرد در جهت ایجاد نظام نوین بین‌المللی به‌وجود آمده، بسترها و عوامل مناسبی در جهت دستیابی به این هدف فراهم گردیده است.

■ به نظر شما نخستین گام‌هایی که می‌توان برای تشکیل

یک بازار مشترک اسلامی برداشت، چیست؟

□ همان‌گونه که تجربه تاریخ در مورد تشکیل چنین بازارهایی به‌ویژه بازار مشترک اروپا نشان داده است، نخستین گام قرار گرفتن چند کشور پیشرو در این مسیر و سپس جذب تدریجی سایر اعضا می‌باشد. کشورهای اسلامی در سه قاره بزرگ آسیا، آفریقا و اروپا جای دارند و پراکندگی بین آنها از موانع عمده تقویت همکاری‌های اقتصادی و تجاری این گونه کشورها به‌شمار می‌آید.

خوشبختانه بین جوامع اسلامی بلوک‌های منطقه‌ای متعددی به‌وجود آمده است که در میان آنها به اکو، گروه D8 و تا حدودی آسه‌آن می‌توان اشاره کرد. البته گروه کشورهای عضو آسه‌آن همگی اسلامی نیستند اما دارای وجه غالب هستند که می‌توان به تقویت اعضای آنها در جهت دستیابی به این هدف همت گمارد.

همان‌گونه که مطلع هستید این بلوک‌ها در فرآیند اولین مراحل همکاری نیز تاکنون ضعیف عمل کرده‌اند که دلیل عمده آن وجود اقتصادهای جانشین و ضعیف بودن ساختارهای اقتصادی آنها است.

همچنین ضعف اطلاعاتی نسبت به پتانسیل‌های تجاری و اقتصادی از دیگر موانع امکان گسترش سهم تجارت میان آنها بوده است. لذا ضروری است این بلوک‌های منطقه‌ای در اولین گام بتوانند موانع اطلاعاتی و ارتباطی میان خود را مرتفع کرده و با ایجاد سرمایه‌گذاری‌های مشترک در جهت رفع نیازهای موجود با توجه به پتانسیل درونی هر یک از اعضا اقدام نمایند. این کشورها باید با رفع موانع تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای، زمینه را برای ایجاد بازار مشترک اسلامی فراهم آورند تا از این طریق زمینه برای الحاق سایر جوامع فراهم آید.

■ آیا طرحی برای تقویت فعالیت‌های تجاری بخش

خصوصی بین کشورهای اسلامی به‌نظر تان می‌رسد؟

□ به نظر می‌رسد که عوامل متعددی می‌توانند در زمینه تقویت فعالیت‌های تجاری بین بخش خصوصی کشورهای

کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در مساحت جهان ۲۳/۵۵ درصد است، حدود ۲۰/۴۲ درصد جمعیت جهان را کشورهای اسلامی در سال ۱۹۹۵ به خود اختصاص داده‌اند. در سال ۱۹۹۵ در بین کشورهای اسلامی به طور متوسط جمعیت سن کار ۵۴/۲۱ درصد جمعیت این کشورها را تشکیل می‌دهد است که نشان‌دهنده جوان بودن جمعیت بین کشورهای اسلامی و توانمندی‌هایی است که از نظر نیروی کار و تبادل نیروی کار به‌ویژه نیروی کار ماهر میان این کشورها صورت گیرد.

۲- تبادل نیروی انسانی کارآ و متخصص بستر مناسبی برای گسترش سرمایه‌گذاری‌های مشترک و اجرای طرح‌های زیربنایی فراهم می‌آورد.

■ مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در جهت تشکیل بازار مشترک اسلامی چه فعالیت‌هایی انجام داده است؟

□ فعالیت‌های مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در دو گروه به شرح ذیل قابل‌ارزایی می‌باشد:



الف) فعالیت‌های پژوهشی

در این خصوص، مدتی قبل از تشکیل هشتمین اجلاس سران سازمان کنفرانس اسلامی، کار بر روی طرحی تحت عنوان «ارزیابی و تحلیل فرصت‌های تجاری میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی»، با استفاده از مدل‌های اقتصادسنجی آغاز گردید که نتایج آن به صورت مجموعه‌ای به زبان انگلیسی چاپ و در اختیار شرکت‌کنندگان در اجلاس قرار گرفت.

از دیگر اقدامات به عمل آمده، ترجمه یکی از کارهای تحقیقی مؤسسات وابسته به سازمان کنفرانس اسلامی تحت عنوان «ارزیابی وضعیت تجارت خارجی کشورهای عضو سازمان

کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در مساحت جهان ۲۳/۵۵ درصد است، حدود ۲۰/۴۲ درصد جمعیت جهان را کشورهای اسلامی در سال ۱۹۹۵ به خود اختصاص داده‌اند. در سال ۱۹۹۵ در بین کشورهای اسلامی به طور متوسط جمعیت سن کار ۵۴/۲۱ درصد جمعیت این کشورها را تشکیل می‌دهد است که نشان‌دهنده جوان بودن جمعیت بین کشورهای اسلامی و توانمندی‌هایی است که از نظر نیروی کار و تبادل نیروی کار به‌ویژه نیروی کار ماهر میان این کشورها صورت گیرد.

در زمینه نفت و گاز در سال ۱۹۹۵ تولید گاز کشورهای اسلامی ۵۹/۲ تریلیون متر مکعب و تولید نفت نیز ۷۳۱ میلیون بشکه بوده است. در زمینه سرمایه‌گذاری خارجی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی ۶/۲ درصد از سرمایه‌گذاری‌های خارجی را در سال ۱۹۹۴ به خود اختصاص داده‌اند.

تولید ناخالص داخلی سرانه مجموعه کشورهای عضو کنفرانس اسلامی در سال ۱۹۹۵ بالغ بر ۲۳۷۹/۳ دلار بوده است که نشان‌دهنده آن است که درآمد سرانه بین این کشورها برخلاف آنچه که تصور می‌شود کم نیست. در زمینه صادرات در سال ۱۹۹۶ سهم کشورهای اسلامی در صادرات جهانی ۷/۵ درصد و سهم آنها در واردات جهانی ۷/۲ درصد بوده است.

■ آیا کشورهای فقیر اسلامی مانعی در جهت تشکیل بازار مشترک اسلامی هستند؟

□ مسلماً در فرآیند ادغام اقتصادی و آزادسازی‌های تجاری، کشورهای فقیر آسیب‌پذیرتر هستند، اما در همه موافقت‌نامه‌هایی که میان کشورهای اسلامی امضا شده است، مزیت‌ها و امکانات خاصی برای کشورهای فقیر در نظر گرفته شده است. بنابراین نمی‌توان به طور قطع گفت که کشورهای فقیر مانع تشکیل این بازار هستند. ولی ممکن است در مراحل اولیه تشکیل بازار مشترک اسلامی آمادگی‌های ورود به این بازار را نداشته باشند و پس از مدتی بتوان به تدریج آنها را جذب بازار مشترک اسلامی کرد.

■ به نظر شما چه شرایطی برای تسریع سرمایه‌گذاری مشترک و بازدهی مناسب این گونه سرمایه‌گذاری‌ها ضروری است؟

□ ۱- اصلاح قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری‌های خارجی بین کشورهای عضو

۲- شناخت کافی نسبت به مزیت‌های نسبی و رقابتی

کنفرانس اسلامی در چارچوب مقررات سازمان جهانی تجارت (کات) می‌باشد.

تهیه گزارشی تحت عنوان «نظری اجمالی بر ساختار اقتصادی و تجارت خارجی گروه هشت کشور اسلامی (D-8)» از دیگر اقدامات پژوهشی مؤسسه می‌باشد. در این بررسی، ابتدا ساختار اقتصادی هشت کشور اندونزی، جمهوری اسلامی ایران، بنگلادش، پاکستان، ترکیه، مالزی، مصر و نیجریه، که جمع کوچکی از کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را دربرمی‌گیرد، مورد بررسی قرار گرفته و سپس بررسی تطبیقی و مقایسه‌ای ساختار تولید و تجارت این گروه و تقاضای جهانی برای محصولات عمده صادراتی و مزیت‌های نسبی آشکار شده آنها، صورت پذیرفته است.

تهیه راهنمای صادرات به کشورهای اردن، مراکش و امارات عربی متحده و همچنین تهیه گزارشی پیرامون «وضعیت اقتصادی تونس»، «وضعیت اقتصادی کشورهای مسلمان آسیای مرکزی و قفقاز» و «نگاهی به وضعیت اقتصادی کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس»، از دیگر امور پژوهشی است که قبل از تشکیل اجلاس تهران، در مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی صورت پذیرفته است.

ب) فعالیت‌های اطلاع‌رسانی

یکی از ابزارهای مهم در گسترش مناسبات اقتصادی و تجاری میان ملت‌ها، اطلاع‌رسانی است. سرعت انتقال اطلاعات ایجاد می‌کند که کشورهای اسلامی در زمینه تأسیس یک شبکه اطلاعات رایانه‌ای اقدام نماید.

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با بهره‌گیری از تجهیزات و امکانات سخت‌افزاری و مخابراتی شبکه نقطه تجاری ایران، در محیط‌های متنی و گرافیکی (WWW) اقدام به طراحی سایت ویژه برای آرایه اطلاعات اقتصادی - بازرگانی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی نموده است که در بازدید وزیران خارجه و کارشناسان ارشد کشورهای شرکت‌کننده در اجلاس تهران، با استقبال کم‌نظیری روبه‌رو شد و مذاکرات لازم جهت به‌روزرسانی آنها از طریق کشورهای عضو در دستور کار قرار گرفته است. در این سایت، تجار کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی می‌توانند فرصت‌های تجاری خود را در اختیار سایر کاربران شبکه قرار داده و متقابلاً از فرصت‌های تجاری دیگر کشورها بهره‌مند

شوند.

از دیگر امکانات «شبکه نقطه تجاری ایران» که از طریق شبکه جهانی اینترنت نیز قابل دسترسی است، «برقراری امکان مذاکرات تخصصی صادرات و واردات» و «قابلیت تبادل اطلاعات از طریق پست الکترونیکی (E-mail)» بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی می‌باشد.

مقدمات لازم برای راه‌اندازی بانک اطلاعات تجاری (قوانین و مقررات) کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در شبکه مذکور فراهم گردیده و به محض دریافت اطلاعاتی در این خصوص، بر روی شبکه نصب خواهد شد. لازم به توضیح است که قوانین و مقررات جاری جمهوری اسلامی ایران به زبان فارسی از طریق شبکه قابل دسترسی است.

مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نیز ضمن حضور فعال در نمایشگاه جهان اسلام و مراجعه به غرفه‌های کشورهای اسلامی حاضر در نمایشگاه، آمادگی مرکز جهت برگزاری همایش‌های تخصصی، دوره‌های آموزشی، همکاری و هماهنگی با کشورهای مسلمان غیرعضو مؤسسه بین‌المللی EAN را اعلام نمود.

برگزاری دوره‌های آموزشی مذاکرات تجاری بین‌الملل، EDI و سایر دوره‌های ذي‌مدخل در جهت ایجاد روش یکسان و استاندارد تجاری بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و برگزاری همایش‌های کشوری و منطقه‌ای از دیگر اموری است که در دستور کار مؤسسه قرار گرفته است.

