

پتانسیل های ارتقای روابط تجاری ایران  
با کشورهای اسلامی

پدیدآورندگان: یوسف حسن پور و همکاران



مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

WWW.ITSR.IR

**پتانسیل های ارتقای روابط تجاری ایران با کشورهای اسلامی**

**پدیدآورنده: یوسف حسن پور**

**ناشر: مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی**

**نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، شماره ۲۴۰**

**تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹**

**وب سایت: [www.itsr.ir](http://www.itsr.ir)**

**پست الکترونیک: [info@itsr.ir](mailto:info@itsr.ir)**

تغییرات سیاسی و اقتصادی طی چند دهه اخیر، بسیاری از کشورهای جهان را واداشته تا جایگاه خود را در جغرافیای اقتصادی و سیاسی مورد بازنگری قرار دهند. این کار به تلاش جمعی در جهت ایجاد سازمان ها، تشکل های سیاسی و اقتصادی میان کشورهای در حال توسعه منجر گردیده است. بخشی از این پیشرفت ها مدیون پیوستگی ها و قرابت های فرهنگی، مذهبی، جغرافیایی و سیاسی و وجود پتانسیل های اقتصادی و تجاری این دسته کشورها است که گام هایی را در جهت توسعه همکاری های منطقه ای برداشته اند. کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در سال های اخیر تلاش های بسیاری جهت مشارکت فعال در همکاری های منطقه ای از جمله تهیه پروتکل ترجیحات تجاری فی مابین کشورهای اسلامی، پیشنهاد تشکیل نظام ترجیحات تجاری فی مابین گروه D8، تصویب موافقت نامه اکوتا و همچنین سایر ترتیبات تجاری دو جانبه بین کشورها را در دستور کار خود قرار داده اند.

ایران نیز در سال های اخیر و به موازات منشور سازمان کنفرانس اسلامی نقش خود را در انعقاد موافقت نامه های دو جانبه و چند جانبه تجاری، به ویژه با کشورهای مسلمان افزایش داده است و بخصوص پس از انقلاب اسلامی، این کشور در چارچوب سیاست خارجی مبتنی بر توسعه روابط اقتصادی و سیاسی با جهان اسلام، تلاش زیادی را برای تعامل سازنده و موثر با کشورهای اسلامی انجام داده است. یکی از محورهای مهم اطلاعاتی جهت برنامه ریزی و عضویت در گروه بندی های مختلف منطقه ای به ویژه در توسعه تجارت با کشورهای اسلامی، آگاهی از پتانسیل کشورمان در تولید و صدور کالا البته در راستای کسب موفقیت و حضور مستمر در عرصه رقابت های منطقه ای، است. اطلاع رسانی مناسب در زمینه پتانسیل های تجاری، شاید از جمله اقدامات اولیه و مناسب برای شناسایی و معرفی فرصت های تجاری با کشورهای اسلامی پیش از تنظیم هرگونه موافقت نامه همکاری های اقتصادی - بازرگانی باشد. متأسفانه بیشتر کشورهای اسلامی از فقر اطلاعاتی به جهت ارزیابی و شناسایی پتانسیل های تولیدی و صادراتی برخوردار هستند. بدیهی است عدم وجود اطلاعات درست، مانع معرفی صحیح توان تولیدی و صادراتی کشورمان، دستیابی به کالاهای مورد نیاز وارداتی و ارزیابی دقیق پتانسیل تجاری با این دسته از کشورها می گردد. هدف این تحقیق که از نوع کاربردی و مطالعه موردی است، شناسایی پتانسیل های تجاری دو جانبه ایران با کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی می باشد. در این بخش از تحقیق ضمن معرفی

روش شناسی تعیین پتانسیل تجاری دو جانبه و بیان مزیت های آن، به روند محاسبه پتانسیل صادراتی ایران در تجارت با کل کشورهای عضو سکا آن هم به تفکیک بخش های مختلف طبقه بندی نظام هماهنگ پرداخته می شود. هدف از بخش دوم تحقیق نشان دادن اهمیت بازار کشورهای عضو برای اقلام قابل صدور ایران است تا به این ترتیب راهی نیز برای بهبود عملکرد تجاری ایران در تجارت با کشورهای منطقه و توصیه های سیاستی و کاربردی گشوده شود. همچنین در این طرح تلاش می شود با برآورد پتانسیل تجاری ایران با شرکای تجاری اسلامی و معرفی بازار هدف به تفکیک کشور و بخشی، بسترهای اطلاعاتی لازم برای اظهارنظرهای کارشناسی و زمینه های همکاری به تفکیک بخشی دو یا چند جانبه میان ایران با شرکای تجاری فراهم گردد. پژوهش حاضر متشکل از چندین فصل می باشد. فصل نخست کتاب به کلیاتی از کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، ویژگی های اقتصادی و عملکرد تجاری ایران با این دسته از کشورها اختصاص دارد. فصل دوم به جنبه های نظری و تجربی تحقیق مربوط می شود. فصل سوم و چهارم کتاب به شناسایی و معرفی فهرستی از پتانسیلهای دو جانبه ایران در صادرات و واردات کالا به کشورهای مورد مطالعه اختصاص دارد. در این فصل نتایج در قالب نمودار و جدول های مختلف به همراه تجزیه و تحلیل مفصل ارائه می شود. بخش پایانی کتاب به آسیب شناسی عدم تحقق مناسب پتانسیل تجاری ایران در تجارت با کشورهای عضو سکا می پردازد. انتهای کتاب هم به ارائه نماگرهای پتانسیل های تجاری بر مبنای جدول و نمودار اختصاص یافته است.

در پایان لازم است از آقای یوسف حسن پور پدیدآورنده، آقای دکتر احمد اخوی ناظر علمی، آقای یحیی فتحی داوری اثر و کلیه همکارانی (آقایان عبدالحمید رضایی و حمیدرضا محبی) که در نگارش این کتاب همکاری نموده اند و همچنین از تلاش های صمیمانه همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی که در مراحل مختلف تهیه و عرضه این اثر ما را یاری کرده اند، تقدیر و تشکر بعمل آید.

**محمود دودانگه**

**رییس موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی**