

**بخش پنجم: حج و اقتصاد بين الملل**



## رابطه حج و گردشگری

حسین حشمتی مولایی

### چکیده

در فرهنگ اسلامی، سیاحت حرکتی در مکان، به منظور تحولی در معرفت است، به عبارت دیگر، سیری آفاقی نتیجه آن تلقی می‌شود که سیر انفسی است. اما حج - این تحول معنوی - با توجه به آیه ﴿لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ﴾<sup>۱</sup>، مصداق سودآوری اقتصادی برای مسلمانان نیز می‌باشد. به عبارت دیگر، زمانی که غیر مسلمانان از منافع اقتصادی حج بهره‌مند می‌شوند، لازم است بیشتر درباره شیوه اقتصادی مسلمانان اندیشید. به این ترتیب، اسلام با نگاهی همه‌جانبه و واقع‌گرایانه به حج، منافع مادی و معنوی مسلمانان، همچنین آن‌چه زندگی را لذت‌بخش و بهره‌ور می‌کند و در جسم و روح انسان مؤثر است؛ یعنی هم جنبه‌های روحانی و هم جنبه اقتصادی آن را به رسمیت می‌شناسد.

از نظر اقتصادی فریضه حج، نوعی گردشگری دینی محسوب می‌شود. براساس آمارها، مردم ایران گردشگری اسلامی (مذهبی) را در اولویت قرار می‌دهند. سازمان حج و زیارت، متولی گردشگری مذهبی در کشور است که با برنامه‌ریزی کلان اقتصادی، می‌تواند نقش این گردشگری دینی را در زندگی اجتماعی ایرانیان و کشورهای اسلامی چشمگیر کند. حج، علاوه بر جنبه‌های اقتصادی و مالی سبب ارتباط اسلامی میان کشورهای مسلمان می‌شود و می‌تواند میان بازارها، ملل و فرهنگ‌هایی که منافع مشترک دارند، تعامل به‌وجود آورد.

بر اساس بررسی‌های سازمان جهانی گردشگری (unwto) گردشگری حلال، نوع خاصی از گردشگری مذهبی تلقی می‌شود که منافع کشف‌نشده بسیار و



شانس‌های تجاری فراوانی را به کشورهای مسلمان و به‌ویژه آسیای میانه ارائه می‌کند. گردشگری حلال، نوعی گردشگری دینی است که تمام فعالیت‌های آن از دیدگاه قانون اسلامی مجاز می‌باشد. نقش حج در ساماندهی به گردشگری دینی، نقشی محوری است و علاوه بر امکان این فرصت، برای تربیت توده‌ها، تقویت گفت‌وگو میان مسلمانان، شناخت مشکل‌های جهان اسلام و تبادل نظر برای حل آن، فرصت خوبی برای توسعه و تقویت گردشگری دینی در دیگر کشورهای اسلامی است. وازگان کلیدی: گردشگری حلال، سازمان جهانی گردشگری، گردشگری مذهبی، گردشگری متعارف، سیر آفاقی، سیر انفسی، سازمان حج و زیارت، گردشگری زیارتی.

طبقه بندی JEL: N۳۵، L۸۳

#### مقدمه

گردشگری به‌طور عموم و مناسک حج به‌صورت ویژه، کم هزینه‌ترین ابزار است که با حفظ منافع ملی هر کشور میان مردم و پیروان مذاهب گوناگون با فرهنگی متفاوت، وحدت به وجود می‌آورد. این وحدت، زمینه مناسبی برای توسعه همکاری‌های اقتصادی و اجتماعی از جمله گردشگری است.

«گردشگری کشورهای اسلامی»، می‌تواند مجموعه‌ای از کشورهایی شامل آفریقا، آسیا و بخش محدودی از اروپا را دربر گیرد. عواملی سطح توریسم زیارتی و مذهبی را به انواع دیگر (توریسم) گسترش داده است که عبارتند از:

۱. بهره‌گیری از اقتصاد نفتی؛
  ۲. افزایش لایه‌های اجتماعی ثروتمند میان کشورهای اسلامی؛
  ۳. افزایش قدرت خرید جوامع اسلامی؛
  ۴. توسعه نگرش مردم کشورهای دینی.
- نتیجه این عوامل تمایل به گردشگری در کشورهای اسلامی است.

کشورهای اسلامی، در توسعه گردشگری دو پیش شرط لازم دارند که عبارت‌اند از: منابع و امکانات عرضه اماکن «دینی - زیارتی» و نیز تقاضای مؤثر چشمگیر؛ یعنی متقاضیان گردشگری را در اختیار دارند. سومین نقطه قوت این کشورها، وجود سنخیت فرهنگی میان مردم کشورهای اسلامی است. زبان فرهنگی آنان مشترک است و می‌تواند براساس اعتقاداتشان با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و با اتکا به اسلام، گردشگری را به نفع خود توسعه دهند.

کشورهای اسلامی از نظر دارا بودن برخی تاسیسات زیربنایی، وضع مطلوبی دارند. امکانات اقامتی، حمل و نقل، دسترسی به مواد مصرفی و غذایی کافی در مقصدهای توریستی کشورهای اسلامی و همچنین قلمرو جغرافیایی آنان، سبب شده است تا به بیابان‌های خشک، کویرها، مناطق کوهستانی، سواحل، آبشارها، آب‌های معدنی، منابع گوناگون اکوتوریستی، شکار و جزایر دسترسی داشته باشند.

با این حال، اصلی‌ترین سفر این کشورها انجام مناسک حج است یا گردشگرانی داخلی و خارجی هستند که به شهر مشهد مقدس می‌روند؛ به همین دلیل این پرسش مطرح است که چرا با وجود شماری از منابع بالقوه، میان کشورهای اسلامی، جریان گردشگری تعریف شده و پایداری به جز گردشگری مذهبی - زیارتی وجود ندارد؟

در پاسخ می‌توان چنین گفت که کشورهای اروپایی پیشرو در صنعت توریسم، به مراتب از ظرفیت‌های خود بسیار زودتر آگاه شده و پیش‌تر به اهمیت و ارزش فرهنگی و اقتصادی توریسم زودتر پی بردند که می‌توان وجود ۷۹ درصد جریان‌های گردشگری میان این کشورها را شاهدی بر این حرف دانست.

همچنین کشورهای صنعتی، به‌ویژه بعد از جنگ جهانی دوم عوامل بازدارنده توسعه توریسم را به سرعت برطرف کردند و به همگرا کردن فرهنگ‌ها و ایجاد یکپارچگی پرداختند. با تبدیل بازار مشترک اروپا، به اتحادیه اروپا امتیازاتی هم برای سفر به این ۲۵ کشور عضو قرار دادند. روایت را لغو کردند و امتیازاتی برای سفر به کشورهای یکدیگر در نظر گرفتند که در نتیجه کینه میان مردم این کشورها که از دوران جنگ باقی مانده بود، به تدریج رفع شد و همگرایی و تفاهم ایجاد شد؛ اما در مقابل میان کشورهای اسلامی هنوز اختلافات تاریخی و قدیمی مطرح می‌شود و بیشترین انرژی این کشورها، صرف اختلافات اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و سیاسی می‌شود.

به این ترتیب، کشورهای اسلامی متأسفانه در قبال منابع عظیم توریستی که در اختیار دارند، در داشتن سازوکارهای لازم برای بهره‌برداری از آنها فوق‌العاده ضعیف عمل کرده‌اند.

به‌طور کلی مانعی بزرگ در رشد و توسعه گردشگری آنهاست؛ درحالی که هر کشوری می‌تواند بر مبنای تفاهم سیاسی، تسهیلات قابل قبولی برای سفر گردشگران کشورهای دیگر به وجود آورد.

اگرچه تاکنون تفاهم سیاسی میان مقامات کشورهای اسلامی با چالش مواجه بوده است و به‌خصوص رهبران دست‌نشانده غربی، معمولاً به توسعه و تعمیق تفاهم سیاسی تمایلی نشان نمی‌دهند؛ ولی می‌توان با تکیه به گردهمایی بین‌المللی حج، درباره بسیاری از زمینه‌های گردشگری میان ملل اسلامی برنامه‌ریزی کرد. پیش از اینکه به این مهم بپردازیم، لازم است مفهوم گردشگری را از دیدگاه شرعی و نظری تحلیل کنیم.



## ۱. مبانی نظری

مبانی نظری گردشگری را باید از دو دیدگاه شرعی و عقلی بررسی کرد:

الف) از دیدگاه شریعت اسلامی، گردشگری واجب (حج) و نیز مستحب (سایر سفرهای حلال) بسیار توصیه شده است.

در قرآن کریم می‌خوانیم: ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ...﴾؛ «بگو در زمین گردش کنید و چگونگی پیدایش و خلقت را دریابید».

در آیات متعدد دیگری می‌توان به هدفمندی این فعالیت انسانی توجه کرده این در حالی است که در سوره حج انجام گردشگری حج به منظور به دست آوردن منافع آن تکلیفی واجب است:

﴿وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ \* لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ...﴾ (حج: ۲۷ و ۲۸)

و مردم را به ادای مناسک حج اعلام کن تا پیاده و سواره از هر راه دور گرد آیند، تا شاهد منافی باشند که برایشان فراهم می‌شود.

در ادامه همین آیات، آمده است:

﴿أَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونْ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا...﴾ (حج: ۴۶)

آیا این مردم به سیر و گردش بر روی زمین نمی‌روند تا دل‌هاشان، بینش و گوش‌هاشان، شنود عقلانی یابد.

امام صادق علیه السلام مبنای گردشگری را در سه عنوان توشه‌گیری برای آخرت، اصلاح امور زندگی و لذت حلال بیان می‌فرماید<sup>۱</sup>، به همین دلیل سفر حج را نیز با توجه به این مبانی می‌توان تجزیه و تحلیل کرد. به‌طور کلی، براساس روایات اسلامی، یکی از فواید حج، نشر اخبار و آثار رسول الله صلی الله علیه و آله به تمام جهان اسلام است. برخلاف آن‌چه بعضی فکر می‌کنند، استفاده از کنگره عظیم حج برای تقویت پایه‌های اقتصادی کشورهای اسلامی، نه تنها با روح حج منافات ندارد، بلکه طبق روایات اسلامی، یکی از فلسفه‌های آن را تشکیل می‌دهد. همچنین حج می‌تواند فرصتی تلقی شود که مسلمانان در آن اجتماع بزرگ، پایه‌های بازاری اسلامی را برقرار کنند و زمینه‌های مبادلاتی و تجاری را میان خود به‌گونه‌ای فراهم سازند که به جای بهره‌برداری دشمنان اسلام از آن، بیشترین بهره‌عاید مسلمانان شود و به کاهش وابستگی اقتصادی به اجانب کمک کند. این تدبیر را می‌توان از قرآن کریم و روایات معصومین علیهم السلام برداشت کرد. از این رو، بنابراین در روایت هشام بن حکم از امام صادق علیه السلام ضمن بیان

۱. عنکبوت: ۲۰.

۲. کلیات خصال، ۱۱۰.

فلسفه حج به صراحت به این موضوع اشاره شده است که یکی از اهداف حج، تقویت تجارت مسلمانان و تسهیل روابط اقتصادی است. در حدیث دیگری از امام صادق علیه السلام در تفسیر آیه «لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ»<sup>۱</sup> می‌خوانیم که می‌فرمایند منظور از این آیه، کسب روزی است.

فَإِذَا أَحَلَّ الرَّجُلُ مِنْ إِحْرَامِهِ وَ قَضَى نُسُكَهُ فَلْيَشْرَ وَ لْيَبِعْ فِي الْمَوَاسِمِ.

هنگامی که انسان از احرام بیرون آید و مناسک حج را به‌جا آورد، در همان موسم حج خرید و فروش کند.

همین معنی در ذیل حدیثی که از امام علی بن موسی الرضا علیه السلام به‌طور مشروح در بیان فلسفه حج وارد شده، آمده است و در پایان آن می‌فرماید: آیه «لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ»<sup>۲</sup> شامل منافع معنوی و مادی است. (افشار، ۱۳۸۶)

ب) علاوه بر جنبه‌های شرعی، مسئله حج و سایر انواع گردشگری را می‌توان از نظر علمی و عقلی نیز بررسی کرد. به‌طور کلی می‌توان حج و سایر گردشگری‌های زیارتی را زیر مجموعه‌ای از گردشگری مذهبی (Religious tourism) تلقی کرد. با این تأکید که آزادی عملیات انسان در مناسک حج، تابع قواعدی خاص و از قبل تعیین شده است؛ درحالی‌که انسان در سایر گردشگری‌های زیارتی از آزادی عمل وسیع‌تری برخوردار است.

بنابراین با درک مفهوم گردشگری مذهبی، مثل حج و زیارت، باید به این نکته توجه کرد که گردشگری مذهبی اگرچه شامل حج و زیارت می‌شود، ولی حج و گردشگری زیارتی، دو مقوله جدا از هم هستند که هر کدام تعریف خاص خود را دارند و گاه به اشتباه در جای یکدیگر استفاده می‌شوند. در واقع حج، اگرچه نوعی خاص از گردشگری زیارتی است، ولی مقید به انجام اعمالی است که در سایر گردشگری‌های زیارتی اگرچه می‌تواند عملی مستحب باشد ولی حداقل مبتنی بر شرایط واجب نیست.

به‌طور کلی گردشگری مذهبی، از رایج‌ترین اشکال گردشگری در سراسر جهان است که سابقه آن به قرن‌های گذشته برمی‌گردد. و شامل سفرها و بازدیدهایی می‌شود که اصلی‌ترین هدف آن، انجام فریضه‌ای دینی یا تحقق تجربه‌ای مذهبی است.

در این میان جاذبه‌های مذهبی، زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس، هر ساله تعداد فراوانی از گردشگران را به سوی خود جذب می‌کنند. تأسیسات اقامتی و پذیرایی این نوع گردشگری مانند مسافرخانه‌ها و

۱. بقره: ۱۹۸.

۲. حج: ۲۸.

زائرسراها با توجه به بافت اجتماعی - فرهنگی و عقیدتی گردشگران و جامعه میزبان، دارای ویژگی‌های خاص و در هر کشور از تنوع بسیاری برخوردار است. نکته مهم در این زمینه این است که فقط گردشگری مذهبی است که بر موانع آب و هوایی غلبه می‌کند. به این ترتیب به نظر می‌رسد که روحیه گردشگر، بر موانع آب و هوایی غلبه می‌کند و مشاهده می‌شود که با تغییرات فصل و تحولات آب و هوایی، تعداد توریسم و بازدید از شهرها و مراکز مذهبی تغییر نمی‌کند. برای گردشگران مذهبی فقط، مقصد مهم نیست. تجربه او از ابتدای ترک مبدأ آغاز می‌شود و تمام وقایعی را در برمی‌گیرد که در امتداد مسیر با آن روبه‌رو می‌شود.<sup>۱</sup>

لغت گردشگری (tourism)، از کلمه (tour) به معنای گشتن اخذ شده است که ریشه در لغت لاتین (turn) به معنای دور زدن، رفت و برگشت میان مبدأ و مقصد دارد. این لغت از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و همچنین به انگلیسی راه یافته است.

افراد معمولاً به اقصی نقاط جهان سفر می‌کنند تا آثار تاریخی، مذهبی، شاهکارهای هنری و طبیعی را ببینند؛ زبان‌های جدید بیاموزند؛ با فرهنگ‌های جدید آشنا شوند؛ با فرآورده‌های کشورهای دیگر آشنا شوند و یا در آن جوامع تبلیغ کنند.

اصطلاحات «توریسم» و «توریست» اولین بار سال ۱۹۳۷، از سوی جامعه ملل استفاده شد. گردشگری، به سفر خارج از کشور و با مدت زمان بیش از ۲۴ ساعت اطلاق می‌شود.<sup>۲</sup>

در حال حاضر گردشگری، فعالیتی پراهمیت و حرفه‌ای بزرگ در سطح جهان است. به نحوی که ابتدا قبل از نفت، بلافاصله هم ردیف آن و سپس فراتر از آن قرار گرفت. سال ۱۹۹۲، از هر ۱۵ نفر شاغل در جهان، یک نفر در بخش گردشگری فعال و کل شاغلان این بخش در همان سال، ۱۳۰ میلیون نفر بوده است. در حال حاضر، میزان ۱۰ درصد از شاغلان دنیا در مشاغل وابسته به بخش گردشگری فعالیت دارند. میزان درآمد فعالیت گردشگری از سال ۱۹۵۰ تا ۱۹۹۲، ۱۳۲ برابر شده است و طبق برآوردهای قبلی، سال ۲۰۰۵ بیش از ۱۵۰ میلیون نفر در این بخش مشغول به کار شده‌اند. از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۵، حدود ۴۰ میلیون شغل در این بخش ایجاد شده است و از سال ۲۰۰۰ تاکنون نیز، هر ساله ۷۵۰ میلیون نفر به گردشگری می‌پردازند. درآمد گردشگری سال ۲۰۰۵ حدود ۵/۶ درصد از درآمد ناخالص جهان بوده است. براساس پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO, ۲۰۱۰)، سال ۲۰۱۰ حدود یک میلیارد و ۱۸ میلیون نفر به گردشگری پرداخته‌اند و درآمد ناشی از گردشگری بین‌المللی در همان سال به حدود یک هزار میلیارد دلار شده است.

۱. Meyer, caunter. "New Research Network far Islamic Tourism".

۲. Http:// fa.wikipedia.org/(۲۰۱۱)



طبق برآورد سازمان جهانی گردشگری (UNWTO, ۲۰۱۰)، سالانه ۳۰۰ تا ۳۳۰ میلیون گردشگر زائر از مراکز مذهبی دیدار می‌کنند.

## ۲. بیان مسئله (موضوع تحقیق)

مسئله گردشگری با نام‌های جهانگردی و توریسم نیز مطرح می‌شود. و علاوه بر گردشگری متعارف، شامل گردشگری مذهبی نیز می‌شود. جهانگرد در جمهوری اسلامی، در معنای وسیع کلمه، فردی است که حداقل یک شبانه روز خارج از منزل و اقامتگاه خود زندگی کند. ماده اول قانون توسعه صنعت جهانگردی ایران، مصوب ۱۳۷۰، در تعریف ایرانگردی و جهانگردی می‌گوید:

«منظور از ایرانگردی و جهانگردی، هر نوع مسافرت انفرادی یا گروهی است که بیش از ۲۴ ساعت باشد و به منظور کسب و کار نباشد».

به‌طور کلی تألیف سفرنامه‌ها به زبان‌های گوناگون، حاکی از اهمیت جهانگردی است. در ایران قدیم به مسافران و جهانگردان احترام خاصی می‌گذاشتند. راه شاهی به طول ۲۵۰۰ کیلومتر و احداث کاروانسراها و چاپارخانه‌های بین راه و پل‌ها از مهم‌ترین اقدامات هخامنشیان بود که جهانگردی را آسان می‌کرد.

همان‌طور که گفتیم اسلام، با توصیه‌های اکید قرآن و سایر منابع اسلامی، بر سیر و سفر و تفکر در آفرینش، به اهمیت این موضوع افزوده است. آمیزش این توصیه‌ها با فرهنگ لطیف و مهمان‌نواز ایرانی باعث شده است که از گذشته‌های دور تاکنون، ایران به بهترین و امن‌ترین مکان برای جهانگردان تبدیل شود که این امر کاملاً در سفرنامه‌های جهانگردان غربی مشهود است.

سیر و سفر از جمله موضوعاتی است که قرآن مجید به آن توصیه و تأکید کرده در هفت مورد با حالت استفهام انکاری ﴿أَوَلَمْ يَسِيرُوا﴾ - ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا﴾، سؤال می‌کند که چرا در زمین سیر نمی‌کنید. شش مرتبه هم خطاب امری است و دستور می‌دهد که در زمین سیر کنید ﴿سِيرُوا﴾. گرچه اهداف سیر و سفر و جهانگردی متعدد و متنوع است، بررسی کوتاه و اجمالی نشان می‌دهد که همه موارد ذکر شده در قرآن، با اهداف فرهنگی همراه است. قرآن در یازده مورد، هدف این کار را تعمق و اندیشیدن در عاقبت و احوال گذشتگان دانسته است که در چهار مورد از آنها نگرش به احوال گذشتگان دروغگو و مجرم است و دو مورد باقی مانده، نگرش و اندیشه در چگونگی پیدایش خلقت و شکوفایی عقل و دل اختصاص دارد. بدیهی است که در سیر و سفر، به خصوص به نقاط گوناگون دنیا، انسان با مشاهده نعمت‌های بی‌نظیر الهی مانند حیوانات، بیابان‌ها، جنگل‌ها، کوه‌ها، اقیانوس‌ها، شهرها و انسان‌های گوناگون در نژاد و رنگ، فرهنگ و رسوم، دین و آیین، خلق و خو و... که با یکدیگر



اختلاف دارند، خدا خالق همه موجودات را بالعیان مشاهده می‌کند و دست از خرافه‌پرستی و بی‌ایمانی برمی‌دارد؛ به همین دلیل اسلام به این موضوع توصیه و تأکید کرده است. در این میان سفر حج که مهم‌ترین گردشگری مذهبی است الگوی جهت بخشی به سایر گردشگری‌های جوامع اسلامی است. بنابراین ارتباطی اساسی میان حج و گردشگری در جهان اسلام و الگوپذیری از سیره پیامبر در رابطه با برنامه‌ریزی در این باره است.

در تعریفی کلی می‌توان گفت که در گردشگری مذهبی شرکت کنندگان دارای انگیزه‌های مذهبی (منحصراً و یا به‌طور ترکیب با سایر انگیزه‌ها) هستند که از اماکن مقدس نظیر مساجد، مقابر پیامبران و ائمه علیهم‌السلام و نظایر آنها بازدید می‌کنند.

البته برخی متفکران، حج را با توجه به وجوب شرعی آن برای هر مسلمان، نوعی سفر متفاوت از گردشگری مذهبی و فقط شبیه به گردشگری می‌دانند.<sup>۱</sup> برخی دیگر آن را همان گردشگری مذهبی تلقی و سفری معنوی مانند سایر سفرهای مذهبی طبقه‌بندی می‌کنند.<sup>۲</sup> در گردشگری مذهبی، با دو دسته گوناگون از گردشگران روبه‌رو هستیم؛ دسته اول کسانی هستند که از اماکن مقدس دینی خود بازدید می‌کنند؛ مانند مسلمانانی که به زیارت اماکن مقدس خود نظیر کعبه، عتبات‌عالیات و یا سایر اماکن متبرکه می‌روند. دسته دوم کسانی هستند که از اماکن مقدس سایر ادیان دیدن می‌کنند؛ برای مثال افراد فراوانی وجود دارند که مسلمان نیستند؛ اما از قبرها و مساجد اسلامی در نقاط گوناگون بازدید می‌کنند و یا مسیحیانی که به دیدن معابد بودایی‌ها یا سایر ادیان می‌روند.<sup>۳</sup> ما این نوع گردشگری را با گردشگری متعارف طبقه‌بندی کرده‌ایم.

البته در این تحقیق، مسئله مهمی که بایستی مطالعه شود، توزیع هزینه‌هایی است که به‌طور مستقیم مربوط به عملیات حج بوده و به گردشگری زیارتی از اماکن مقدس و قبور ائمه معصومین علیهم‌السلام مربوط می‌شود. همچنین هزینه‌هایی است که به گردشگری معمولی‌ترین از اماکن دیدنی مباح ربط دارد؛ مانند فروشگاه‌ها، ساختمان‌ها و... که با عنوان گردشگری متعارف تلقی می‌کنیم. همچنین مقایسه هزینه‌هایی که خانوارها در رابطه با حج و سایر گردشگری‌ها در کل کشور، در روندی زمانی (ده سال گذشته) صرف نموده‌اند.

بنابراین با تفکیک این هزینه‌ها در ابعاد خرد و کلان اقتصادی، موضوع تحقیق را شناسایی زمینه‌هایی می‌دانیم که برای برنامه‌ریزی در آینده مفید می‌باشد.

۱. Raza q rajamdnigal D.Morpeth, Religious Tourism and pilgrimage festivals.

۲. Dallen J. Timohay Daniel H. Olsen, Tourism, religion and spiritual journeys

۳. "newresearch network for Islamic Tourism".

### ۳. روش تحقیق

در رابطه با گردشگری، از میان روش‌های تعریف شده به وسیله صاحب‌نظران علوم اجتماعی، روش تحقیق حاضر از نوع کتابخانه‌ای و نیز پیمایشی<sup>۱</sup> است. در این تحقیق جامعه آماری، خانوارهایی هستند که در مدت یک دهه گذشته، یک یا چند نفر آنها به سفر حج یا عمره مبادرت کرده‌اند. براساس آمارهای دریافتی از بانک مرکزی، میان سال‌های ۱۳۷۷ و ۱۳۸۸، متوسط هزینه‌هایی که خانوارها صرف حج، عمره و سایر انواع گردشگری کرده‌اند، بررسی و مقایسه شده است. علاوه بر آمارهای فوق، از مرکز آمار ایران و سازمان حج و زیارت نیز استفاده شده است و بر همین اساس در برخی موارد، نویسنده به نمونه‌گیری و برآورد برخی شاخص‌ها مبادرت کرده است.

#### ۳-۱. جامعه آماری

در این بررسی جامعه آماری، تمام خانوارهای (معمولی) ساکن در نقاط شهری می‌باشند. (خانوارهای غیر ساکن مانند کوچ نشینان مشمول این بررسی نمی‌باشند).

#### ۳-۲. خانوار

خانوار، عبارت است از چند نفر که در اقامتگاهی ثابت سکونت داشته و دارای تغذیه مشترک باشند. فردی که به تنهایی در اقامتگاهی زندگی می‌کند نیز، خانوار تلقی می‌شود.

#### ۳-۳. واحد آماری

در این بررسی واحد آماری خانواری (معمولی) ساکن در نقاط شهری است.

#### ۳-۴. دوره بررسی

دوره بررسی سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۸۸ می‌باشد.

#### ۳-۵. خانوارهای نمونه

تعداد خانوارهای نمونه براساس فرمول تعیین می‌شود که در اینجا برای نمونه آورده‌ایم:

$$n = \frac{t^2 s^2}{d^2}$$

در این فرمول،  $n$  تعداد خانوارهای نمونه،  $t$  برابر  $1/96$  با توجه به ۹۵ درصد اطمینان،  $S^2$  واریانس هزینه خانوار و  $d = hx^*$  است؛ به طوری که  $x^*$  میانگین هزینه خانوارهای نمونه و  $h$  درصد خطای میانگین نمونه می‌باشد.

۱. Survey .

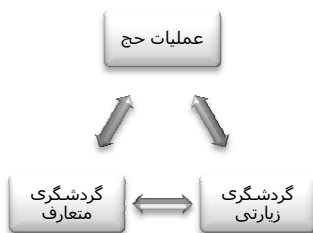
#### ۴. نتایج تحقیق

نتایج تحقیق، از دیدگاه اقتصاد خرد و کلان مورد بررسی می‌شود.

##### ۱ - ۴. نتایج تحقیق در دیدگاه اقتصاد خرد

در حال حاضر، عملیات حج، چه حج تمتع و چه عمره، بخش کوچکی از گردشگری وسیعی شامل زیارت و نیز گردشگری متعارف است که طبق نمودار (۱) کنار عملیات حج انجام می‌شود. برای مثال طبق نمودار ۱، کسی که توفیق اعزام به حج یا عمره را به دست می‌آورد، علاوه بر عملیات حج، از جاذبه‌های مذهبی مانند مساجد، آرامگاه‌ها بازدید می‌کند که در چارچوب گردشگری مذهبی طبقه‌بندی می‌شود. زائر ممکن است از بازارها، فروشگاه‌ها، ساختمان‌های قدیمی و سایر اماکن که در چارچوب گردشگری متعارف باید طبقه‌بندی شود، دیدار و مبالغی نیز هزینه کند که اگرچه ربطی به سفر حج ندارد، ولی از نظر اقتصادی بایستی محاسبه و بررسی شود.

##### نمودار ۱. تحقق انواع گردشگری کنار عملیات حج



سئوالاتی که در هر پرسش‌نامه پژوهشی بررسی می‌شد به شرح زیر بود:

- کل هزینه ثابتی که قبلاً به کاروان پرداخت شده، چه میزان بوده است؟
- علاوه بر مخارج اصلی که به عهده کاروان بوده است، چه میزان ارز یا پول ایرانی در سفر خرج کرده‌اید؟

➤ چه میزان از مخارج اضافه، صرف گردش‌های غیر زیارتی و بازارگردی شده است؟

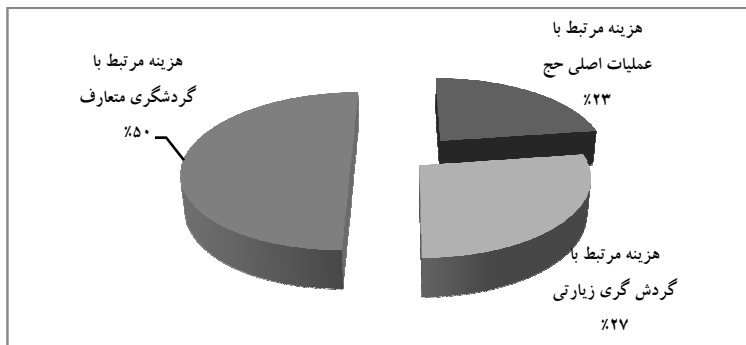
➤ چه میزان از این مخارج، صرف بازدید از اماکن مقدس زیارتی شده است؟

براساس نتایج نمونه طبق برآورد نویسنده، در سفر حج یا عمره، به‌طور متوسط هزینه کل هر مسافر اعزام شده، طبق نمودار ۲، ۲۳ درصد، مربوط به عملیات خاص<sup>۱</sup> حج یا عمره، ۲۷ درصد مربوط به گردشگری زیارتی اماکن و قبور مقدسه و در نهایت ۵۰ درصد هزینه برای گردشگری متعارف مانند

۱. منظور مناسکی است که واجب و شرعاً اجتناب‌ناپذیر است.

بازار گردی و دیدن جاذبه‌های متعارف غیر زیارتی مسافران بوده است. از این رو نکته مهم، در برخی موارد وقوع نوعی گردشگری مغایر با ملاحظات شرعی است. مانند فروشگاه گردی هنگام نماز و یا گردشگری از مکان‌هایی که طبق قوانین ممنوع می‌باشد. برخی دیگر، اگرچه گردشگری مشکل شرعی ندارد، ولی از دیدگاه اقتصادی بایستی هزینه و فایده کلان آن برای کشور، در کنار گردشگری متعارف ارزیابی شود.

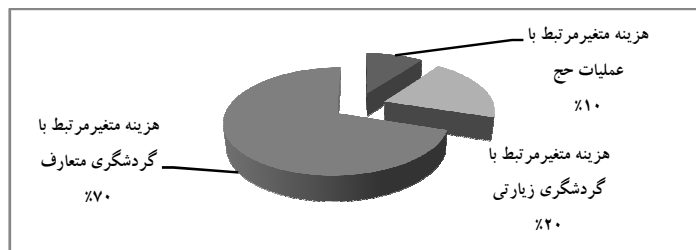
نمودار ۲. توزیع هزینه کل هر مسافر حج یا عمره



مأخذ: برآورد براساس نمونه‌گیری

در صورتی که هزینه ثابت را برای هر مسافر حذف و فقط براساس هزینه‌های متغیر، توزیع هزینه را محاسبه کنیم، طبق نمودار ۳، وضعیت هشدار دهنده‌ای را می‌بینیم.

نمودار ۳. توزیع هزینه متغیر هر مسافر حج یا عمره



مأخذ: برآورد براساس نمونه‌گیری

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، بخش چشم‌گیری از هزینه‌های متغیر حج، ۷۰ درصد - مربوط به هزینه‌هایی است که با حج، عمره و یا گردشگری زیارتی ارتباط منطقی ندارد. در نمودار ۳، هزینه‌های متغیر مربوط به مناسک، فقط حدود ۱۰ درصد برآورد شده است. با توجه به هزینه‌های متغیر گردشگری زیارتی که ۲۰ درصد است، می‌توان با حذف هزینه‌های متغیر اضافه، حدود ۷۰ درصد از

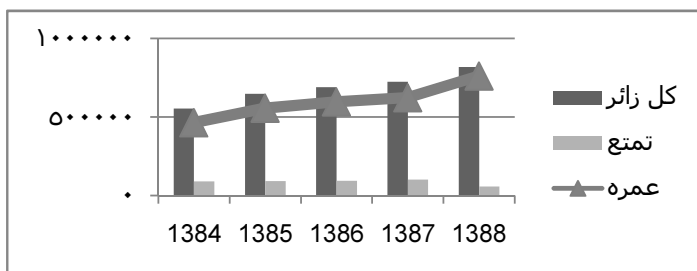
هزینه‌های متغیر را کاهش داد.

اگرچه کاهش هزینه‌های ثابت در کوتاه مدت دشوار به نظر می‌رسد، ولی با پژوهش اقتصادی و تغییر فناوری برای کاهش هزینه‌های ثابت، امکان‌پذیر است. بدیهی است این تغییر فناوری، همان‌گونه که در سال‌های پیش تأثیر مثبت آن را مشاهده کردیم - در حج نقش مفیدی در کاهش هزینه‌های اضافی دارد.

#### ۲-۴. نتایج تحقیق از دیدگاه اقتصاد کلان

در جمهوری اسلامی ایران، حج تمتع و عمره مهم‌ترین جاذبه را میان گردشگران مذهبی داشته است. طبق نمودار ۴ ملاحظه می‌شود که روند صعودی کل زائرین ایرانی در سال‌های گوناگون، بیشتر مربوط به عمره بوده است؛ زیرا ظرفیت‌های محدود عربستان در رابطه با حج تمتع، تقاضای گردشگری عمره از روند روز افزون‌تری مواجه بوده است؛ به طوری که در حال حاضر، سالانه حدود یک میلیون نفر برآورد می‌گردد.

نمودار ۴. کل زائرین ایرانی به تفکیک عمره و تمتع

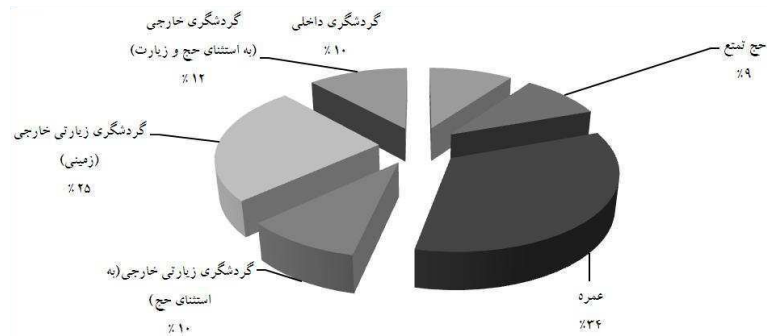


مأخذ - مرکز آمار ایران به نقل از سازمان حج و زیارت  
به طور کلی هزینه متوسطی که خانوارهای ایرانی به سیاحت، اعم از گردشگری زیارتی، حج و گردشگری متعارف می‌پردازند، بسیار ناچیز است و حدود ۰/۱ درصد بودجه سالانه آنها را تشکیل می‌دهد.

به منظور مقایسه سفرهای حج تمتع و عمره، با سایر گردشگری‌ها اعم از زیارتی و غیر زیارتی، باید در چارچوب سفرهای دسته جمعی بررسی شود که از طریق تور صورت می‌گیرد.  
در نمودار ۵، طبق آمارهای بانک مرکزی، توزیع هزینه متوسط خانوار به تورهای گردشگری برای حج تمتع، عمره و سایر گردشگری‌های زیارتی و غیر زیارتی داخلی و خارجی - بدون محاسبه خرید ارز - محاسبه شده است.

البته همان‌طور که در نمودار تأکید شده، از آخرین آمار موجود سال ۱۳۸۸ استفاده شده است. نمودار ۵. درصد هزینه خانوار در گردشگری‌های دسته جمعی (تور) داخلی و خارجی در سال

۱۳۸۸



مأخذ: آمارهای اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود سفرهای حج و عمره، به ترتیب ۹ و ۳۴ درصد و با هم ۴۳ درصد کل گردشگری‌های دسته جمعی را به خود اختصاص داده است؛ البته همان‌طور که در نمودار ۵ مشاهده می‌شود سیاحت مذهبی اعم از گردشگری زیارتی، حج و عمره، متجاوز از ۸۱ درصد سیاحت‌های مذهبی اعم از داخلی و خارجی را به خود اختصاص داده است.<sup>۱</sup>

اگر به روند هزینه‌هایی که خانوارها به‌طور متوسط درده سال گذشته و در کل کشور پرداخت کرده‌اند توجه کنیم، می‌بینیم که با توجه به مدیریت کلان سازمان حج و زیارت، هزینه سرانه سفر حج، در مقایسه با هزینه سایر مسافرت‌های هوایی - به جز سال‌های اولیه - شتاب کاهنده‌ای داشته است.

البته باید توجه داشت که این شتاب کاهنده، تا حدودی مربوط به ظرفیت نداشتن دولت عربستان در پذیرش متقاضیان بوده است؛ ولی نباید این نکته را نادیده گرفت که در مقایسه با هزینه‌های سایر سیاحت‌ها که با شتابی صعودی موجب افزایش هزینه خانوارها بوده (نمودار ۶)، بخشی از کاهندگی شتاب افزایش هزینه مدیون راهکارهایی اقتصادی بوده است که نباید انکار کرد؛ زیرا روند کاهش نسبی هزینه که در نمودار ۶ مشاهده می‌شود، فقط مربوط به سفرهای حج نیست؛ بلکه این هزینه مربوط به سایر گردشگری‌های زیارتی نیز می‌شود که به‌طور جمعی صورت می‌گیرد.

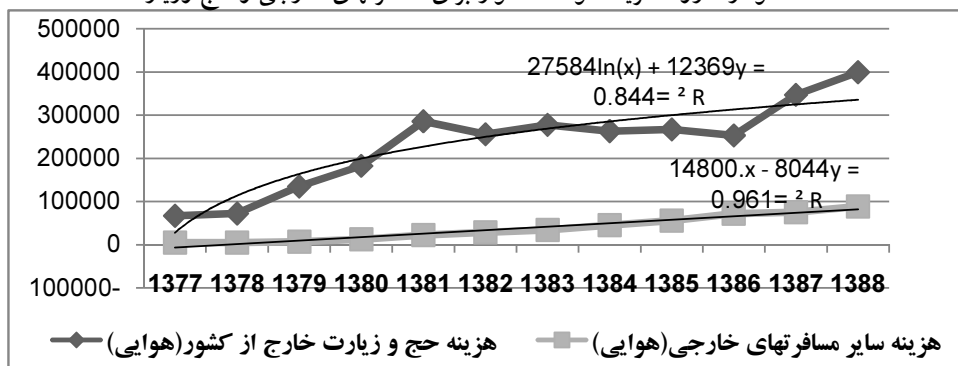
بدیهی است که این امر نباید مستمکی برای توقف ابتکارهای فناورانه جهت کاهش هزینه‌ها در سطح خرد و کلان باشد.

۱. فقط ۳۰ درصد از گردشگری داخلی را برای گردشگری زیارتی اختصاص دادیم.



همان گونه که در نمودار ۶ ملاحظه می شود، روند هزینه متوسط خانوار در سایر مسافرت های خارجی همچون سفرهای حج، هوایی و دسته جمعی (تور) صورت گرفته است، با همبستگی متداوم زمانی ( $R^2 = 0.361$ )، از سیری صعودی تبعیت کرده است؛ درحالی که روند هزینه متوسط حج و زیارت، طی سال های بررسی شده، اگرچه افزایش یافته، ولی شتاب افزایشی آن کاهش داشته است.

نمودار ۶. روند هزینه متوسط خانوار برای مسافرت های خارجی و حج و زیارت



مأخذ: آمارهای اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

همان گونه که در نمودار ۶ مشاهده می شود، روند زمانی متوسط هزینه خانوار برای گردشگری مذهبی، شامل حج و زیارت براساس رابطه ای لگاریتمی زیر پردازش شده است:

$$y = 12369 \ln(x) + 27584$$

با توجه به اینکه روند شیب منحنی، در سال های جدید کاهش داشته است، امیدواریم مدیریت، در برنامه ریزی های کلان آینده نیز قادر به کاهش هزینه های سرانه به حداقل مطلوب در سفرهای حج و زیارت باشد.

### ۵. ویژگی های حج گردشگری مذهبی

گردشگری مذهبی، اعم از حج و یا سایر سفرهای مذهبی، دارای ویژگی هایی است که توجه به آن از نظر اقتصادی مهم و نیاز به بررسی دارد. این ویژگی ها عبارتند از:

۱- ۵. اثرات منفی زیست محیطی، فرهنگی - اجتماعی کمتری از سایر سیاحت ها دارد که شاید بخشی از این ویژگی، به دلیل آموزه های دینی زائران باشد و این که بیشتر زائران، افرادی آرام، اهل صلح و تابع قانون هستند.

۲- ۵. فصلی بودن سفرهای حج و حتی زیارتی و این که بسیاری از این گونه سفرها، فقط در



فصل‌های خاصی صورت می‌گیرند.

۳ - ۵. افرادی که به این سفرها می‌روند، بیشتر در پی معنویات و سادگی و کمتر تنوع طلب هستند.

۴ - ۵. این سفرها مختص طبقه خاصی از اجتماع نیست و افراد از هر طبقه‌ای که باشند، می‌توانند مشرف شوند. در بیشتر کشورهای در حال توسعه که گردشگری در مراحل ابتدایی است، برای بسیاری از طبقات اجتماعی فقط سیاحت مذهبی، فرصت سفر رفتن به‌شمار می‌آید.

این وضعیت، بیشتر در جوامع متوسط دیده می‌شود که مردم آن از نظر مالی و اجتماعی توانایی سفرهای طولانی را ندارند وقت آزاد آنها، بیشتر با بازدید از اماکن مذهبی و زیارتی پر می‌شود.

۵ - ۵. بیشتر سفرهای مذهبی، مانند حج گروهی و سازمان‌دهی شده صورت می‌گیرند.

۶ - ۵. برخی از سفرهای مذهبی مانند حج تمتع یا عمره، به دلیل اجرای دستورات مربوط به آن، حالت اجباری و یا تأکیدی به خود می‌گیرند که تمام افراد مؤمن به آن مذهب، دسته‌کم یک مرتبه مجبور به اجرای آن سفر می‌شوند. (مانند آنچه در دین اسلام مبنی بر زیارت خانه خدا، بر تمامی مسلمانان واجب است).

۷ - ۵. به‌طور معمول مراکز مذهبی و زیارتی، مکان‌هایی را برای دیدار و ارتباط مردم از فرهنگ‌ها و مناطق گوناگون فراهم می‌کنند. این ویژگی در سفرهای حج و عمره نیز وجود دارد.

۸ - ۵. فروش صنایع دستی قدیمی، طرح‌ها و تولیدات باستانی مناطق گوناگون، در مراکز مذهبی و زیارتی صورت می‌گیرد.

۹ - ۵. حج سیاحتی مذهبی است که به‌طور معمول دارای جنبه‌های سیاسی نیز می‌باشد. از دیدگاه برخی متفکران، بسیاری از اماکن مذهبی مکان‌های ملی نیز به‌شمار می‌آیند.<sup>۱</sup> فقهای اسلامی، حج را فرصتی سیاسی برای «اتحاد مسلمانان و اعلام برائت از مشرکان، دو واجب قطعی و همیشگی حج» تلقی می‌کنند (خامنه‌ای، ۱۳۷۴). برخی فقهای اسلامی، با تعریف حج جاهلی و حج ابراهیمی، امام راحل را احیاکننده حج ابراهیمی دانسته‌اند. آنان حج ابراهیمی را با ابعاد فقهی، عبادی و سیاسی تشریح کردند که همان شناخت استکبار و اعلام برائت از آن است.<sup>۲</sup>

بنابراین با توجه به ویژگی‌های فوق، بایستی فرصت‌هایی که در سفر حج از هم تفکیک می‌شود را ملاحظه و بررسی کنیم. در حقیقت ابتدا بایستی وضع موجود و تفکیک هزینه‌هایی شناسایی شود که زائران در بخش‌های گوناگون سفر حج، صرف می‌کنند و سپس وضع مطلوبی را پیشنهاد کرد. این

۱. Rinschede, Gisbert, "Forms of religious tourism and pilgrimage special interest group".

۲. سیمای حج در آینه اسلام از حج سنتی تا حج ابراهیمی، جوادی آملی، ۱۳۷۴.



هزینه‌ها عبارتند از خرج‌های اجتناب‌ناپذیر مربوط به عملیات واجب حج، هزینه‌های مستحب و هزینه‌های مباح و شاید شبهه آمیز.

### نتیجه‌گیری و پیشنهاد

همان‌گونه که در بخش نتایج آماری بیان شد، حج تمتع یا عمره، بخش مهم و چشم‌گیری از کل بودجه خانوار را به خود اختصاص می‌دهد که برای گردشگری صرف می‌شود. معمولاً در سفر حج فرصت‌هایی برای گردشگری زیارتی - غیر از مناسک حج - از مزارهای مقدسه و مکان‌های مذهبی و نیز فرصت‌هایی برای زائران برای گردشگری متعارف به وجود می‌آید. به نظر می‌رسد هزینه‌های متغیری که صرف گردشگری متعارف غیر مذهبی حتی مباح می‌شود، حجم چشم‌گیری از خروج ارز و منابع ملی را به خود اختصاص داده است. چون فرهنگ تهیه سوغات به خصوص در جامعه ایرانی مرسوم است، حجاج هزینه بسیاری را صرف سیاحت شهری برای خرید اجناسی می‌کنند که احتمال دارد بدون توجه به کیفیت ارزاتر باشند. از این رو مشاهده می‌شود که در جریان سیاحت‌های متعارف و حتی گردشگری‌های زیارتی در سفرهای حج و عمره، زائران اجناس بی‌کیفیت کشورهای غیر اسلامی را خریداری می‌کنند در حالی که می‌توان با برنامه‌ریزی اقتصادی، جریان وجوه ارزی را به سمت کالاهای داخلی و حتی مراکز شیعی نشین متوجه کرد که به تهیه کالا از جمهوری اسلامی ایران مبادرت می‌کنند. به نظر می‌رسد زائران از این شیوه به شدت استقبال کنند. حتی سایر تجار عربستان نیز - که عمده‌ترین خریداران آنها زوار جمهوری اسلامی هستند - ترجیح می‌دهند کالاهای و خدماتی را از جمهوری اسلامی تهیه کنند. البته بایستی کالاهای به شکلی بسته‌بندی شود که برای سوغات متبرک، نظر خریداران را از هر مذهب و ملیت به خود جلب کند.

### ◀ منابع

۱. قرآن کریم.
۲. روزنامه (فرهنگی) رسالت، اسدالله افشار، شماره ۶۳۱۷، تاریخ ۱۳۸۶/۹/۲۲.
۳. سیمای حج در آینه اسلام از حج سنتی تا حج ابراهیمی، عبدالله جوادی آملی، کیهان شماره ۱۵۳۲۹، سوم اردیبهشت ۱۳۷۴، ص ۶.
۴. جمهوری اسلامی، سید علی خامنه‌ای، شماره ۴۵۸۴ هفدهم فروردین ۱۳۷۴.
۵. قانون توسعه صنعت جهانگردی ایران، مصوب ۱۳۷۰.
۶. کلیات الخصال، تالیف ابی جعفر محمد بن علی بن الحسین بن بابویه القمی (۳۸۲ - ۳۰۵ ه.ق.)، (شیخ صدوق) انتشارات علمیه اسلامیة: تهران، [بی تا].



١. Dallen J. Timothy and Daniel H. Olsen ،*Tourism ،religion and spiritual journeys* ،Routledge ،٢٠٠٦
٢. <http://fa.wikipedia.org/>(٢٠١١)
٣. Meyer .Guenter (٢٠٠٤) ،"New Research Network for Islamic Tourism" ،Issue ١١.
٤. Razaq Raj and Nigel D. Morpeth ،Religious tourism and pilgrimage festivals management: an international perspective ،CABI ،٢٠٠٧
٥. Rinschede ،Gisbert ،" Forms of religious tourism and pilgrimage special interest group."
٦. Geneva ،switzerland ،World Tourism Organization (٢٠١٠)



## سازوکار ایجاد بازار مشترک اسلامی با بهره‌گیری از نشان تجاری (برند) و آثار اقتصادی آن بر حج

عبدالمحمد کاشیان<sup>۱</sup>  
سعید سیدحسین زاده<sup>۲</sup>  
حامد صابر<sup>۳</sup>

### چکیده

شکل‌گیری بازارهای مشترک در بین کشورهای مسلمان، مسئله‌ای است که در بین متفکران اسلامی اهمیت ویژه‌ای دارد. از بعد اقتصادی، جمعیت بیش از ۲۵ درصدی مسلمانان جهان، این ایده را به همراه دارد که آیا امکان دارد بازارهایی در بین مسلمانان شکل گیرد که صرفاً کالاهای تولیدی کشورهای مسلمان در آن خرید و فروش شود و به واسطه آن کشورهای مسلمان بی‌نیاز از هر کشور دیگری اقدام به توزیع کالاهای خود نمایند و از این طریق به تقویت بخش تولیدی و مصرفی خود بپردازند؟ مسئله دیگری که این ایده را مهم‌تر جلوه می‌دهد مسئله حج است که هر ساله بسیاری از مسلمانان در ایام حج در خانه خدا حضور می‌یابند و در کنار آیین عبادی، جهت تهیه هدیه، اقدام به خرید کالاهایی می‌کنند که عمدتاً بی‌کیفیتند و محصولات کشورهای غیرمسلمان هستند. تحقیقات پیشین در دنیای اسلام نشان داده است که به علت مشکلات سیاسی، نهادی، جغرافیایی و اقتصادی بسیاری از کشورهای مسلمان، عملاً ایجاد بازار مشترک اسلامی ممکن نیست. تحقیق حاضر به دنبال آن است که نشان

۱. دانشجوی دکتری علوم اقتصادی (گرایش اقتصاد اسلامی) دانشگاه امام صادق (ع).

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد پیوسته رشته معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام صادق (ع).

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد پیوسته رشته معارف اسلامی و اقتصاد دانشگاه امام صادق (ع).



دهد هر چند ممکن است ایجاد بازارهای فیزیکی عملاً با مشکلاتی مواجه باشد (البته این مسئله جای تأمل دارد)، اما با استفاده از ابزارهای نرم‌افزاری مانند استفاده از «برند» می‌توان به ایجاد بازار مشترک در بین کشورهای مسلمان اقدام نمود، بدون اینکه حتی بازاری فیزیکی و مشترکی وجود داشته باشد. این مقاله با بررسی پیامدهای نشان تجاری حلال، به ارائه راهکاری در زمینه ایجاد بازار مشترک اسلامی در موضوعاتی می‌پردازد که نشان حلال در اجرای آن‌ها ناتوان است.

واژگان کلیدی: بازار مشترک اسلامی، حج، نشان تجاری، نشان حلال

### مقدمه

مسئله تشکیل بازار مشترک اسلامی و آثاری که این بازار می‌تواند در ایام حج ایجاد کند، موضوع مهمی است که از سال‌ها پیش مورد نظر عالمان و کارشناسان مسلمان بوده است و تلاش‌های زیادی برای تحقق این بازار صورت گرفته است. یکی از علل توجه مسلمانان به این نوع بازار، پیشرفت‌ها و موفقیت‌هایی بود که نظیر آن در اروپا و تحت عنوان اتحادیه اروپا به خود دیده بود. جنگ جهانی دوم، فجایی به بار آورد که نظیرش در طول تاریخ کمتر دیده شده است. به گونه‌ای که بسیاری از کشورهای اروپایی به شدت تخریب شدند و نابسامانی اقتصادی، فشار زیادی را به مردم تحمیل می‌کرد. اوضاع به قدری سخت شده بود که اروپائیان فهمیده بودند که تنها با اتحاد و تفاهم بر اصول و منافع مشترک، قادر به موفقیت در توسعه و پیشرفت اقتصادی هستند. رهبرانی چون «شومان» وزیر امور خارجه فرانسه، با درک زمینه و شرایط کشورشان به اتحاد اروپا علاقه نشان داده و قدم‌هایی برای تحقق آن، مانند «اعلامیه شومان» برداشتند. حمایت افکار عمومی و نهضت‌های مردمی از اتحاد اروپا نیز همواره رهبران را ترغیب می‌کرد که برای حفظ حمایت مردمی خود، از این امر استقبال کرده و اقداماتی را در راستای تحقق آرمان وحدت اروپا انجام دهند.<sup>۱</sup>

وزیر امور خارجه آمریکا، در سال ۱۹۴۷ ضمن دعوت اروپا به وحدت و یکپارچگی، طرح کمک مالی و فنی را جهت بازسازی اقتصاد آسیب دیده اروپا از جنگ جهانی دوم ارائه داد. کشورهای اروپای غربی با استقبال از آن، سازمان همکاری اقتصادی اروپا را در سال ۱۹۴۸ با شرکت شانزده کشور تأسیس کردند. این نخستین گام در راستای وحدت اقتصادی اروپا تلقی می‌شود.<sup>۲</sup>

۱. جمالی، ۱۳۸۵، ص ۱۳۸.

۲. همان، به نقل از مجله روابط بین‌الملل، «مبانی تاریخی بازار مشترک»، هوشنگ نهاوندی، ص ۱۴۵.

بعد از تشکیل اتحادیه اروپا، کشورهای عضو، پیشرفت سریعی را آغاز کردند و ظرف چند سال توانستند قدرت اقتصادی عظیمی ایجاد کنند و به عنوان مشتری واحد، بر مسایل اقتصادی دنیا تأثیر گذارند. هرچند در حال حاضر این اتحادیه با مشکلاتی مواجه است و برخی از کارشناسان، نشانه‌هایی از فروپاشی این اتحادیه را بیان می‌کنند، اما تجربه‌های بسیار مفیدی در شکل‌گیری اتحادیه اروپا به وجود آمد که باید مورد توجه قرار گیرد.

بعد از تشکیل اتحادیه اروپا و نتایج مثبت آن، بسیاری از کارشناسان مسلمان به این فکر افتادند که چطور می‌توان اقدام به تاسیس بازار مشترک اسلامی نمود. همین مسئله سبب شد که تلاش‌های زیادی در این راستا صورت گیرد. از طرفی مسئله دیگری که ضرورت شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی را بیش از پیش نشان داده است، ظرفیت اقتصادی عظیم حج و در سوی دیگر سفرهای زیارتی مسلمانان است که در ادبیات امروز، اصلاح توریسم زیارتی را به خود اختصاص داده است. بازاری که بر طبق آمارها ترلیون‌ها دلار، گردش مالی در آن وجود دارد و بخش عظیمی از این گردش مالی در اختیار غیرمسلمانان قرار می‌گیرد. همین امر اهمیت شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی را بیش از پیش نمایان می‌سازد. عده‌ای دیگر از کارشناسان برای اثبات ضرورت شکل‌گیری بازارهای اسلامی به ارائه دلایل فقهی پرداخته‌اند که این نیز به اهمیت بحث می‌افزاید.<sup>۱</sup>

هرچند تلاش‌های زیادی برای شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی صورت گرفته است، اما تاکنون موفقیت‌چندانی حاصل نشده است و برخی از کارشناسان دلایلی را برای این عدم موفقیت ذکر کرده‌اند. در این مقاله بعد از مروری بر ادبیات موجود در زمینه بازار مشترک اسلامی، به بررسی موانع شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی پرداخته‌ایم. این موانع عمدتاً در چهار حیطه اقتصادی، جغرافیایی، سیاسی و اجتماعی ذکر شده‌اند که به طور گذرا در قسمت سوم این مقاله بدانها اشاره شده است.

یکی از موفقیت‌هایی که سازمان کنفرانس اسلامی در سال‌های اخیر کسب کرده و آن را به‌عنوان مقدمه‌ای برای رسیدن به بازار مشترک اسلامی دانسته است، استفاده و ترویج «نشان حلال» است. از آنجا که الگوی مورد نظر ما شباهت زیادی به نحوه به‌کارگیری از نشان حلال دارد، در قسمت چهارم از این مقاله به بررسی پیامدهای بهره‌گیری از نشان حلال در دنیا پرداخته‌ایم و ضمن بررسی پیامدهای نشان حلال، در قسمت چهارم و بیان نقاط ضعف آن، در قسمت پنجم این مقاله به ارائه الگوی مناسب بازار مشترک اسلامی با استفاده از نشان تجاری پرداخته‌ایم و الزاماتی که باید کشورهای مسلمان به آن پایبند باشند را بیان کرده‌ایم.

۱. مبلغی، ۱۳۸۳.



### مروری بر ادبیات پیشین

در این قسمت به بررسی بخشی از ادبیات موجود در زمینه بازار مشترک اسلامی پرداخته‌ایم. در بین کارهای متعددی که در این زمینه صورت گرفته است، بخشی که جامع‌تر بوده‌اند مورد بررسی قرار گرفته است.

شایق (۱۳۷۱) در اثری با عنوان «مطالعه اقتصادی برای تشکیل بازار مشترک اسلام»، ضمن بررسی مشخصات کلی کشورهای اسلامی و مرور کردن وضعیت اقتصاد جهانی و نیز اقتصاد کشورهای مسلمان، به بررسی امکان همکاری کشورهای مسلمان و نیز امکان شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی می‌پردازد. پیش‌مقدمه‌هایی که ایشان برای ارائه مدل خود مطرح نموده‌اند عبارتند از: بررسی وضعیت بخش کشاورزی در بین کشورهای مسلمان، بررسی بخش صنایع و و هدف‌های صادراتی کالاهای صنعتی و معدنی، بررسی مکانیسم تأثیر بازرگانی خارجی در وابستگی اقتصادی.

مبلغی (۱۳۸۳) وی به بررسی دلایل فقهی ضرورت تشکیل بازار مشترک اسلامی پرداخته است. او سه دلیل عمده برای اثبات فقهی نظر خود ارائه کرده‌اند. این سه دلیل عبارتند از:

۱- قاعده لزوم برپاداری بازار مسلمین: روایتی از «حفص بن غیاث» از امام صادق علیه السلام در این زمینه آمده است که امام علیه السلام در آن به لزوم برپایی بازار میان مسلمانان اشاره می‌نمایند.<sup>۱</sup>

۲- قاعده نفی سبیل: خداوند متعال در قرآن می‌فرماید: ﴿وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾<sup>۲</sup> این آیه صراحتاً جعل هر گونه سلطه کافران را بر مسلمین نفی نموده است. جلوگیری از این سلطه در بعد اقتصادی میسر نخواهد بود جز با توانمند شدن کشورهای اسلامی از نظر اقتصادی که تشکیل بازار مشترک اسلامی، یکی از مکانیزم‌های اساسی و جدی آن است.

۳- قاعده (الاسلام یعلو و لا یعلی علیه): با پذیرفتن این مطلب که اسلام داعیه پاسخ‌گویی در همه عرصه‌ها و حوزه‌های مختلف را دارد پس نباید علو و برتری را به یک یا دو حوزه خاص محدود نماییم. برتری جویی اسلام به معنای آن است که جوامع مسلمان باید نقشی الگو و پرجاذبه برای دیگر جوامع داشته باشند و چنین نقشی هرگز با ضعف اقتصادی همراه نخواهد بود. بی‌تردید تشکیل بازار مشترک اسلامی، عاملی تأثیرگذار در دست‌یابی به توسعه و همگرایی اقتصادی است.

خورشیدی (۱۳۸۴) به برخی از عمده‌ترین دیدگاه‌های طرح شده در مورد بازار مشترک اسلامی می‌پردازد و به نقد و بررسی هر یک از این نظرات می‌پردازد که عبارتند از:

۱- راهبرد اتاق بازرگانی، صنعت و مبادله کالای اسلامی برای تشکیل بازارهای مشترک اسلامی؛ این

۱. وسائل الشیعه، ج ۲، ص ۲۱۸.

۲. سوره نساء، آیه ۱۴۱.



پیشنهاد پنج جزء دارد که به نظر نویسنده باید در پنج مرحله رخ دهد.

۲- طرح پیش نهادی «ابوالحسن صادق» برای تشکیل بازار مشترک اسلامی که اعتقاد دارد باید به گونه‌ای مرحله‌ای به بازار مشترک اسلامی دست یافت.

۳- پیشنهاد «صلاح‌الدین کاظم خان» برای تشکیل بازار مشترک اسلامی که معتقد است، راه رسیدن به بازار مشترک اسلامی مستلزم چهار مرحله است: الف) تحقق SEACO، ب) تحقق SCN، ج) ناحیه آزاد تجاری اسلامی IFTA، د) ایجاد بازار مشترک اسلامی ICM.

۴- پیشنهاد «حافظ صدیقی» در خصوص بازار مشترک اسلامی که اعتقاد نویسنده این است که همکاری موفق اقتصادی و تجاری نیازمند عوامل مناسب اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و جغرافیایی با عنوان بستری برای موفقیت است.

۵- پیشنهاد «ولکرنین هاوس» در خصوص همکاری اتحادیه کشورهای اسلامی؛ او یکی از صاحب‌نظران کشورهای غیراسلامی است که نظریات جالبی را در خصوص بازار مشترک اسلامی ارائه نموده است. بررسی امکان تشکیل بازار مشترک اسلامی بین ایران، ترکیه و پاکستان، گزارش سمینار بازار مشترک اسلامی، مطالعه اقتصادی برای تشکیل بازار مشترک اسلامی، راه‌گشایی نظری برای بازار مشترک اسلامی، از دیگر عناوینی هستند که ایشان در اثر خود به آن پرداخته است.

نظر پور (۱۳۸۸) وی به بررسی تشکیل صندوق مشترک سرمایه‌گذاری، تعریف آن و ویژگی‌های آن می‌پردازد. ایشان ضمن بررسی انواع صندوق‌های مشترک سرمایه‌گذاری به بررسی مزایا و معایب این صندوق‌ها می‌پردازند. در ادامه ایشان به ضرورت تشکیل صندوق سرمایه‌گذاری مشترک در ایران در جهت تعمیق و گسترش بازار سرمایه، رفع کمبود نقدینگی شرکت‌های سرمایه‌گذاری، کمک به مهار تورم، بهبود اجرای سیاست خصوصی سازی و «بند جیم» اصل چهل و چهار اشاره می‌کنند. طراحی الگوی مشترک سرمایه‌گذاری، الگوهای سرمایه‌گذاری در صندوق اسلامی، بررسی فقهی اوراق مشارکت، اجاره، مرابحه و استصناع و بررسی اقتصادی این ابزارها، طراحی انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری اسلامی، صندوق مشترک سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی و شاخص‌های کمی و کیفی توسعه اقتصادی از دیگر موضوعاتی هستند که ایشان به آن‌ها اشاره می‌کند.

### ۳. بررسی موانع موجود در شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی

در این قسمت به بررسی موانع موجود در شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی می‌پردازیم. بررسی ادبیات موجود عمدتاً چهار دسته موانع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و جغرافیایی را برشمرده‌اند. البته باید توجه داشت که بیداری اسلامی در منطقه و سقوط پی‌درپی دیکتاتورهای عربی سبب شده است که چشم‌امیدمان به رفع برخی از موانع در شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی باشد، با

این حال هنوز هم برخی از مشکلات اساسی بر سر جای خود پابرجاست و شاید مدت زمان زیادی طول بکشد تا برطرف شوند.

### ۳-۱. موانع سیاسی

مقصود از دلایل سیاسی ناکامی‌های همکاری منطقه‌ای اسلامی، توجه به بافت حکومتی و نفوذ استعمار سیاسی در این گونه جوامع می‌باشد.<sup>۱</sup> مشکلاتی را که محصول این خاصه است، می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. تقابل دیدگاه‌های سیاسی ناشی از تفاوت نظام‌ها و ساختارهای سیاسی کشورها و به تبع آن اختلافات عقیدتی و تعارض منافع کشورها به طوری که مرز بین گرایش‌های سیاسی در ساختارهای سیاسی کشورهای اسلامی در زمان اجلاس اول سازمان کنفرانس اسلامی مشاهده می‌شود، کشورها به نسبت گرایش‌های سیاسی پیرامون مبارزه با صهیونیسم و اسرائیل به سه گروه تقسیم می‌شود: گرایش تندرو و رادیکال و گرایش‌های محافظه کارانه (میان‌رو و رژیم‌های سلطنتی) و جناح‌های بی طرف.<sup>۲</sup>

۲. وجود بافت حکومتی وابسته در کشورهای اسلامی: یکی از ابزارهای استعمار جهانی در راه ایجاد شرایط مساعد غارت و چپاول ثروت‌های ملی و جلوگیری از اقدامات توسعه همکاری‌های منطقه‌ای اسلامی، طرح منطق کاذب ملی گرایی و ایجاد بدبینی نسبت به ملل و دول انقلابی منطقه و امثال این‌ها بوده است؛ زیرا این گونه همکاری‌های وسیع موجب افزایش همکاری‌های مردمی به نحو گسترده و فراگیر خواهد شد و در نتیجه تهدید قطعی برای حکومت‌های وابسته به بلوک‌های قدرت جهانی می‌شود.<sup>۳</sup>

۳. ایجاد عدم اعتماد بین ملت‌ها و عاملان اقتصادی منطقه در سطوح ملی با ایجاد فرقه‌های سیاسی و گروه مذهبی مختلف و دامن زدن به اختلافات فرقه‌ای در سطوح منطقه‌ای، با احساس بدبینی نسبت به همسایگان با تکیه بر اختلافات مذهبی و فرهنگی آنان با تکیه بر شعارهای پوچ ناسیونالیستی و فرقه‌ای سیاسی (همان).

۴. تمایل به عدم واگذاری قدرت تصمیم‌گیری به مسائل اجتماعی و اقتصادی ملی به مراجع منطقه‌ای که عموماً در حکام کشورهای در حال توسعه وجود دارد.<sup>۴</sup>

۵. اثرات فرهنگ وابسته سیاسی، روی روحیات خاصه‌ای روانی مردم کشورهای اسلامی؛ به عبارت

۱. خورشیدی، ۱۳۶۷، ص ۵۶.

۲. بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، ص ۴۷.

۳. خورشیدی، ۱۳۶۷، ص ۵۶.

۴. همان، ص ۵۷.

دیگر استمرار دراز مدت این فرهنگ، موجب تقویت روح عدم اتکای به نفس از یک طرف و در نتیجه اعتماد کاذب و خطرناک به اقتصادهای جهانی مسلط و همچنین روح تبلی و مصرف‌گرایی غیرعقلانی در این جوامع را سبب شده است. (همان، ص ۵۸)

مسئله‌ای که باید بدان توجه شود این است که در حال حاضر بیداری اسلامی تا حد زیادی سبب شده است که خوش‌بینی‌هایی نسبت به آینده منطقه به وجود آید و احتمال اینکه این نوع از موانع سیاسی از بین رود، بسیار بالا رفته است.

### ۲-۳. موانع اجتماعی - فرهنگی

در میان کشورهای اسلامی با وجود این که اشتراک در دین موجب همسانی و هم‌شکلی فرهنگی و حقوقی شده و زمینه اعتقادی و فکری را برای همگرایی فراهم آورده است، اما وجود اقوام مختلف با زبان‌های متفاوت و شاخه‌های مذهبی متعدد که فرهنگ‌های گوناگون را به دنبال دارد، نباید از نظر دور داشت.

اختلافات ناشی از این عدم انسجام اجتماعی، از جمله عوامل مهمی بوده است که تاکنون از وحدت کشورهای اسلامی عضو سازمان، جلوگیری کرده است و هنوز هم از آن به‌عنوان مانعی در روند همگرایی یاد می‌شود.<sup>۱</sup>

مهم‌ترین مشکلات اجتماعی - فرهنگی را می‌توان این گونه بیان کرد:<sup>۲</sup>

۱. دل‌بستگی فرهنگی این جوامع به اقتصاد سنتی و خانگی و عدم توانمندی آن در جذب تکنولوژی، مدیریت و سازماندهی‌های نوین اقتصادی؛
۲. مصرف‌زدگی به خصوص با توجه به انتخاب الگوهای مصرفی غربی و توسعه یافته و تضعیف ارتباطات اقتصادی - تجاری که لازمه پیروزی یک اتحادیه اقتصادی است، راه را برای همکاری‌های بین‌المللی سخت کرده است؛
۳. ضعف فرهنگ ابتکار و استقلال به دلیل روحیه احساس ضعف در مقابل اقتصادهای مسلط جهانی، احتمال موفقیت طرح‌های مستقل و درون منطقه‌ای را معمولاً با تردید مواجه می‌کند؛
۴. القای روحیه کاذب ناسیونالیستی در مردم این جوامع، توسط استعمار جهانی برای از بین بردن امکان استفاده از زمینه وسیع اشتراک فرهنگی؛
۵. وابستگی به درآمدهای کاذب خدماتی که معلول عملکرد گذشته استعمار است، مردم کشورهای

۱. بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، ص ۵۰.

۲. خورشیدی، ۱۳۶۷.



توسعه یافته ناپایدار و وابسته به نفت را فریفته رفاه غیر متکی بر تولیدات ملی کرده است و از این زمینه منفی در جهت گسترش فعالیت‌های واقعی اقتصادی استعماری در سطح منطقه سود می‌برد.

### ۳-۳. موانع اقتصادی

موانع اقتصادی شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی که از بزرگ‌ترین موانع محسوب می‌شوند به صورت زیر هستند<sup>۱</sup>:

۱. شکل نگرفتن ساختار اقتصادی نوین جامعه و دوگانگی صنایع و کارخانه‌های جدید با ساختارهای اقتصادی آن‌ها؛

۲. عدم تشابه اقتصاد سیاسی؛

با نگاه اول می‌توان اقتصاد سیاسی کشورهای اسلامی که ناشی از وجود ساختارهای سیاسی متفاوت بر کشورها بوده است را به سه گروه تقسیم کرد: کشورهای پیرو اقتصاد سوسیالیسم و کشورهای پیرو اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد و برخی نیز دارای سیستم اقتصادی مختلط می‌باشند.

۳. منافع و علائق ناهمگون اقتصادی؛

با توجه به ساختار اقتصادی کشورهای عضو، می‌توان آن‌ها را به سه گروه تقسیم کرد:

گروه اول کشورهایی هستند که علاوه بر داشتن منابع غنی زیرزمینی مانند نفت و گاز، زغال سنگ و منابع معدنی، زمینه مناسبی برای کشاورزی نیز دارند و همچنین به علت جمعیت زیاد، نیروی کار کافی نیز وجود دارد. به علاوه بازار مصرفی این جمعیت، امکان سرمایه‌گذاری را به وجود می‌آورد که با بهره بردن از نفت و منابع معدنی دیگر، می‌توان این سرمایه مورد نیاز را فراهم نمود.

دومین گروه، کشورهایی هستند که مانند گروه اول منبع درآمدی چون نفت و گاز در اختیار ندارند، ولی از آنجا که شرایط مساعدی برای کشاورزی و جمعیت زیاد و نیروی کار کافی دارند، به تبع آن می‌توان پایه محکمی در بخش کشاورزی برایشان ایجاد کرد. اما این گروه چون منبع غنی برای تأمین هزینه‌های سرمایه‌گذاری ندارند مجبور به اخذ وام و دریافت کمک از کشورهای خارجی شده‌اند.

بقیه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی از فقیرترین کشورها می‌باشند و از معدود منابعی که در این کشورها وجود دارد استفاده درست و بهینه نمی‌شود. بنابراین قادر به تأمین ارز مورد نیاز خود نیستند و در زمینه کشاورزی مبنای محکمی را پایه‌گذاری نکرده‌اند. کشاورزی سنتی و توسعه نیافته و جمعیتی با سطح پایین و فقدان صنایع سنگین و پیشرفته و کلیدی از ویژگی‌های آن‌هاست.

با وجود این تفاوت‌ها در میان کشورهای اسلامی علایق اقتصادی متفاوتی در بین آن‌ها مطرح

۱. بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، ص ۵۳-۵۰ و خورشیدی، ۱۳۶۷.

می‌گردد که هم‌سویی برنامه‌های اقتصادی را دشوار می‌سازد. در نتیجه هر دولتی با توجه به زمینه‌های اقتصادی کشورش بر اقتصاد ملی تاکید می‌ورزد و برنامه‌های عمرانی خود را با توجه به نیازهای منطقه‌ای و بدون هماهنگی با دیگر کشورهای عضو سازمان، طرح و اجرا می‌کند که این امر مانعی بر سر راه همکاری و یکپارچگی می‌باشد.

۴. توزیع نابرابر ثروت و منابع در کشورهای عضو؛

کشورهای اسلامی از نظر وسعت بازار، میزان تولیدات و منابع طبیعی، اختلافات زیادی با هم دارند و ناهمگونی وضع اقتصادی در کشورها ممکن است که موفقیت بازار را دچار مشکل ساخته و به دنبال آن تأثیر و فایده بازار مشترک برای همه کشورهای اسلامی یکسان نباشد.

توزیع ناهمگون ثروت و منابع همکاری کشورهای فقیر و غنی، گرد آمدن در یک اتحادیه را مشکل می‌سازد، زیرا انگیزه لازم در میان کشورهای غنی برای همکاری با کشورهای فقیر وجود ندارد. از طرف دیگر قرار گرفتن فقیر و غنی در کنار یکدیگر در چارچوب یک اتحادیه می‌تواند به ضرر کشورهای ثروتمند تمام شود زیرا آن‌ها برای پیشبرد کار اتحادیه ناچار به کمک به متحدان فقیر خود خواهند شد و این باعث اکراه کشورهای غنی از این همکاری می‌شود.

۵. مکمل نبودن اقتصادهای کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی؛

مطالعه اقتصاد کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی نشان می‌دهد که اقتصاد این کشورها نه تنها مکمل یکدیگر نیست، بلکه تا حدودی رقیب یکدیگر نیز می‌باشند. اقتصاد مکمل، وابستگی متقابل کشورهای منطقه را به دنبال می‌آورد، زیرا هر کدام از کشورها می‌توانند در عین حال که کالاهای خود را می‌فروشند و نیاز دیگران را برآورده می‌سازند، با خرید کالاهای منطقه، نیاز خود را نیز تأمین کنند.

مکمل نبودن اقتصادهای کشورهای اسلامی به دلیل تک محصولی بودن و تولید مواد اولیه مورد نیاز کشورهای صنعتی و وابستگی اقتصادی کشورهای اسلامی به کشورهای خارج از این سازمان، سرمایه‌گذاری در صنایع مشابه و به تبع آن سطح پایین مبادلات منطقه را سبب می‌شود که در پیوند دادن کشورهای منطقه به یکدیگر تأثیر منفی دارد و باعث می‌شود اتحادیه‌های اقتصادی که در منطقه شکل می‌گیرند، نتوانند موفقیت آمیز عمل کنند، زیرا حیات و پویایی یک اتحادیه منطقه‌ای در درجه اول معلول بالا نگه داشتن مبادلات و ارتباطات اقتصادی بین اعضاست.

۶. تضاد سیاست‌های پولی و مالی در برنامه‌های اقتصادی؛

۷. ضعف تکنولوژی و بنیه اقتصادی؛

۸. وجود شبکه‌های اطلاعاتی و آماری نارسا که باعث بی‌خبر ماندن کشورها از نیازها و امکانات



یکدیگر می‌شود؟

۹. ضعف مدیریت اقتصادی و صنعتی در کشورهای عضو؛

۳-۴. موانع جغرافیایی

به لحاظ موقعیت جغرافیایی، جامعه کشورهای اسلامی به طور عمده در دو کانون خاورمیانه و شمال آفریقا و تانواچی مرکزی آن تمرکز یافته است. از سوی دیگر سه کشور مالزی، اندونزی و برونئی در آسیای جنوب شرقی، بنگلادش در شبه قاره هند، جزایر مالدیو و سریلانکا در اقیانوس هند و جزایر کومور از تمرکز عمده فوق جدا هستند<sup>۱</sup>.

غالباً بازار مشترک، مربوط به کشورهایی می‌شود که از نظر فاصله جغرافیایی خیلی از یکدیگر دور نیستند؛ به هر حال فاصله زیاد کشورهای اسلامی از یکدیگر می‌تواند مشکل مهمی بر سر راه بازار مشترک اسلامی باشد. فاصله زیاد این کشورها هزینه حمل و نقل کالا را افزایش می‌دهد. در حالی که اصولاً یکی از دلایل ایجاد بازار مشترک برداشتن حقوق گمرکی به منظور کاهش بهای کالاهای صادراتی است. بالا بودن هزینه حل و نقل، خود مشکلی در صادرات میان کشورهای اسلامی محسوب می‌شود.

۴. مورد کاوی: مارک حلال و آثار اقتصادی آن

۴-۱. علت مورد کاوی

همان‌طوری که اشاره شده به خاطر مشکلات عدیده‌ای که در ایجاد بازار مشترک اسلامی وجود داشته و دارد، در اینجا به دنبال آن هستیم که الگوی مورد نظر خود را براساس «برند» (نشان تجاری) ارائه دهیم. یکی از نمونه‌های قابل توجهی که پیش از این در مورد برند وجود داشته و مخاطب آن مسلمانان جهان بوده‌اند، مارک حلال است. مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی اتاق اسلامی (ICRIC) وابسته به سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) در راستای تحقق عملی ایده «بازار مشترک اسلامی»، ایجاد نشان فراگیر حلال برای همه محصولات تولیدی غذای حلال در مرحله اول و سایر محصولات حلال در مرحله دوم در جهان اسلام را مد نظر قرار داد تا در زمینه تحقق بازار مشترک اسلامی و هدفمند کردن بازار هزار(ان) میلیارد دلاری غذای حلال در جهان، گام‌های عملی برداشته شود.<sup>۲</sup>

با همه کاستی‌هایی که در بهره‌گیری از مارک حلال وجود دارد، موفقیت‌هایی در مارک حلال وجود دارد که می‌تواند اصول اساسی الگوی ما را به خوبی تبیین نماید. هدف از این مورد کاوی این

۱. بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۷۶، ص ۵۳.

۲. فخاری، ۱۳۸۶، ص ۱.

است که به صورت اجمالی با پیامدها و آثار بهره‌گیری از مارک حلال در بازارهای جهانی آشنا شویم و براساس موفقیت‌ها و عدم موفقیت‌های این مورد مهم، الگوی خود را در جهت ایجاد بازار مشترک اسلامی با بهره‌گیری از برند ارائه دهیم.

#### ۴-۲. صنایع غذایی حلال و جایگاه آن در دنیا

تولید فرآورده‌های صنایع غذایی حلال یکی از رشته‌های نوین صنایع غذایی و پر سود بازرگانی کنونی جهان است که بخش عمده صنایع غذایی کشورهای پیشرو در صنایع غذایی را به خود اختصاص داده است. جمعیت نزدیک به دو میلیاردی مسلمانان و تأکید آن‌ها بر استفاده از غذای حلال، بازار بسیار وسیعی را برای تولید کالاهای حلال ایجاد کرده است. اما مصرف کالاهای حلال تنها به مسلمانان اختصاص ندارد. بررسی‌های انجام پذیرفته از سوی کارشناسان نشان می‌دهد که مصرف غذای حلال در میان غیر مسلمانان نیز در سال‌های اخیر رواج یافته است و همچنان رو به افزایش است. مصرف کنندگان غذاهای حلال به تجربه دریافته‌اند که غذاهای تهیه شده از مواد حلال، افزون بر طعم و مزه دل‌پذیر، از نقطه نظر بهداشتی و سلامت تن و روان آدمی، به مراتب بهتر از سایر انواع غذاها و مناسب‌تر است. به‌ویژه آنکه علاقمندان به رژیم غذایی و گردانندگان رستوران‌های زنجیره‌ای معروف به «غذاهای فوری» نیز از این اندیشه غافل نمانده‌اند. برای نمونه باید متذکر شد که در کشور عربستان سعودی دو زنجیره رستوران‌های حلال گوشت آسیایی مانند «تاکوبل» و «پاپایز» نیز با موفقیت شایان توجه در حال توسعه و گسترش تشکیلات خود هستند. ناگفته نماند که رستوران‌های زنجیره‌ای سرشناس آمریکائی چون «مک دونالد» و «کنتاکی چیکن» یکی از دلایل موفقیت‌شان را حلال بودن تولیدات خود دانسته‌اند. رستوران‌هایی که در کشورهای پر جمعیت خاور دور و نزدیک که تعداد مسلمانان در آنجا بسیار زیاد است، از محبوبیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشند و پیوسته به شمار آن‌ها اضافه می‌شود.<sup>۱</sup> حجم مبادلات حلال براساس آخرین آمارها ۲/۱ تریلیون دلار برآورد شده است و سالانه ده درصد در حال رشد است.<sup>۲</sup>

#### ۴-۳. افزایش توجه کشورها به تولید

کشور دانمارک با اقلیت اندک و کوچک مسلمان خود، توسعه و گسترش صادرات چند میلیارد دلاری خود را مدیون کشورهای مسلمان می‌داند. تولید کنندگان فرآورده‌های صنایع غذایی دانمارک، پس از گذشت سال‌ها و توفیق در خور توجه در تولید و صادرات مواد لبنی، به‌ویژه پنیر،

۱. مهرآفرین، ۱۳۷۵، ص ۴۵.

۲. ماهنامه اتاق ایران، ۱۳۸۹، ص ۴۷. دکتر احمد علی، رئیس بانک توسعه اسلامی.



دیر زمانی است اندیشه تولید کنسروهای حلال گوشت را دنبال می‌کنند و پیوسته به تنوع این نوع تولیدات خود می‌افزایند.<sup>۱</sup>

در نمایشگاه پنج روزه‌ای از کالاهای حلال که در سال ۲۰۰۷ در مالزی برگزار گردید، فروشی معادل ۲۱۴ میلیون دلار صورت گرفت که امارات ۹۰ میلیون، انگلستان ۴۱ میلیون، چین ۳۶ میلیون و فرانسه با ۲۰ میلیون دلار بیشترین فروش را در این نمایشگاه به خود اختصاص دادند.<sup>۲</sup>

نکته درخور توجه و مهم دیگر این که تولیدکنندگان فرآورده‌های غذایی کنسرو شده، در کشورهای عضو اتحادیه اروپا، با آگاهی کامل از واقعیت نقش حلال در توسعه تجارت فرآورده‌های غذایی، چنانچه محتوای تولیدات فرآورده‌های غذایی آنان غیر حلال نباشد واژه "حلال" را با حروف درشت روی قوطی‌های کنسرو چاپ می‌کنند. با آنکه این شیوه هنوز در ایالات متحده آمریکا و کانادا مرسوم نیست، با این حال صاحبان صنایع غذایی شمال ایالات متحده به تازگی با بکار گماردن کارشناسان و مشاورین خبره در این رشته از صنایع غذایی در نظر دارند سهم بیشتری از این بازار پر سود را از آن خود سازند.<sup>۳</sup>

#### ۴-۴. مزایا و معایب اجرای طرح نشان حلال

آنچه که مسلم است این است که ایجاد نشان حلال ثمرات عدیده‌ای به همراه داشته است که برخی از مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

۱. فراهم کردن زمینه‌های لازم برای ایجاد بازار مشترک اسلامی؛
  ۲. تولید کالاهای اساسی حلال و تأمین نیازهای اساسی مسلمانان در بیشتر کشورهای دنیا؛
  ۳. امکان همکاری بیشتر کشورهای مسلمان و تقریب منافع اقتصادی آن‌ها به یکدیگر؛
  ۴. بالا بردن سهم صادرات کشورهای مسلمان و کاهش واردات آن‌ها و حرکت به سوی خودکفایی؛
  ۵. ترویج آموزه‌های دینی اسلام و بالا رفتن گرایش مردم دنیا به دین اسلام؛
  ۶. فراتر رفتن تولید محصولات حلال از مواد غذایی به مواد بهداشتی و آرایشی و نیز پوشاک و سایر کالاهایی که در آن بحث حلال و غیر حلال مطرح است.
- موارد متعدد دیگری هم وجود دارد که می‌توان به آن‌ها اشاره کرد. با این حال شش موردی که به نظر اهمیت بیشتری دارد را در اینجا گرد هم آورده‌ایم. با وجود ثمرات زیادی که تولید کالاهای

۱. مهرآفرین، ۱۳۷۵، ص ۴۵.

۲. ماهنامه اتاق بازرگانی، ۱۳۸۶، گزارش ویژه.

۳. مهرآفرین، ۱۳۷۵، ص ۴۵.



حلال داشته است، چه در شیوه اجرا و چه در ماهیت این کار، مواردی وجود دارد که بیشتر نیاز به تعمق دارد:

۱. در حالی که مسئله تولید کالای حلال صرفاً به مسلمانان اختصاص دارد، مشاهده می شود که بسیاری از کالاهای حلال در دنیا، توسط غیر مسلمانان تولید می شود. نمونه آن را می توان در نمایشگاه مالزی که قبلاً هم به آن اشاره شد، مشاهده کرد. ثمره این مسئله این است که در سال های نه چندان دور و با توجه به اینکه جمعیت مسلمانان طبق پیش بینی ها به یک سوم جمعیت دنیا می رسد، و همه کشورهای دنیا و سیستم های بازاریابی شان از این مسئله آگاهی دارند، دیری نخواهد پایید که کشورهای مانند چین که دارای مزیت های نسبی بالایی در تولید هستند، تمام بازارهای مسلمانان را تحت سیطره خود در آورند و عملاً مسلمانان نیز استفاده کننده کالاهای حلال مثلاً چینی خواهند بود. این مسئله جای تعمق بیشتر و دقت نظر دارد. چگونه بسیاری از شرکت ها و تولید کنندگان با ثبت کار خود، حق انحصاری در تولید دریافت می کنند اما کشورهای مسلمان توانایی انجام چنین کاری را ندارند؟!

۲. مسئله دوم که به دنبال مسئله اول به وجود می آید این است که چنانچه اگر قرار باشد کشورهای غیر مسلمان و تولید کنندگان غیر مسلمان دست به تولید کالاهای با مارک حلال بزنند، چه تضمینی وجود دارد که آن کالاها واقعاً حلال باشد؟

۳. با وجود اینکه در سال های اخیر دایره تولید کالای حلال، از مواد غذایی فراتر رفته و به مواردی مانند پوشاک، لوازم آرایشی و بهداشتی نیز سرایت کرده است، این مقدار کالا به نسبت کل کالاهایی که در بین کشورهای دنیا مبادله می شود بسیار ناچیزند. به نظر می رسد اگر بتوان راهی پیدا کرد که مبادلات کشورهای مسلمان را از صرف کالاهای حلال خارج کرد و کالاهای متعدد دیگری را وارد عرصه مبادلات مسلمانان کرد، می تواند ما را در رسیدن به اهدافمان بیش از پیش یاری نماید.

۴. مسئله دیگری که در اینجا قابل طرح است و یکی از ضعف های نشان حلال را در تجارت وسیع بین مسلمانان نشان می دهد، گستره عظیم ظرفیت های اقتصادی حج است. پوشیده نیست که بسیاری از مسلمانان در مناسک حج شرکت می کنند و طبیعتاً به دلیل تمایل به خرید سوغاتی و یا مواجهه با بازارهای رنگارنگ و محصولات تولیدی ارزان قیمت، بخش زیادی از دارایی خود را در اینجا خرج می کنند و علاوه بر خروج ارز و اتلاف وقت، کالاهای بی کیفیت را وارد کشور خود می کنند. طبیعتاً تمامی مواد غذایی که مسلمانان در ایام حج استفاده می کنند از نوع حلال است، اما محصولات آنی که می خردند مسئله حلال بر آن ها صدق نمی کند. مارک حلال توانایی آن را ندارد که در بسیاری از موارد گسترش یابد و بتواند بخشی از خرید زائران در حج را به خود اختصاص دهد. ظرفیت عظیم حج که



این مقاله تاکید بر آن دارد مستلزم آن است که اجازه حضور بیش از پیش کشورهای مسلمان را در بازارهای حج فراهم آورد. این مسئله نیاز به ارائه الگویی دقیق و اجرایی دارد که هدف این مقاله پرداختن به این موضوع است.

#### ۴-۵. بررسی جایگاه ایران در بازار محصولات حلال

آمارها حاکی از آن است که فقط دو درصد از کل درآمد سالانه تجارت غذای حلال در جهان متعلق به ایران است.<sup>۱</sup> این در حالی است که امروزه ایران یکی از کشورهای پیشرو در بین مسلمانان است. از طرفی بررسی جایگاه ژئواکونومیک ایران در سطح منطقه حتی به گونه‌ای سطحی، کوتاه و گذرا نیز گویای این واقعیت است که ایران در سطح منطقه در قیاس با سایر کشورها از موقعیتی غیرقابل سنجش برخوردار است، به بیانی دیگر ایران می‌تواند به‌عنوان دروازه ورود افزون بر کشورهای آسیای میانه، دنیای اسلام تلقی شود (مهرآفرین، ۱۳۷۵، ص ۴۵). اما در مجموع این جایگاه برای ایران چندان قابل قبول نیست.

#### ۵. سازوکار ایجاد بازار مشترک اسلامی با بهره‌گیری از نشان تجاری

اهمیت نشان تجاری (برند) و کارکردهای آن بر اهل علم پوشیده نیست. یکی از ویژگی‌های مهمی که برند می‌تواند ایفا کند این است که حق تولید محصول خاصی را به افراد خاصی اعطا می‌کند و دیگران را از بهره‌برداری از آن منع می‌کنند. همین ویژگی برند و ایجاد حق مالکیت برای صاحب آن مسئله‌ای است که ما را در ارائه الگوی مورد نظر خود یاری می‌دهد.

همان‌طوری که در بخش سوم اشاره شد، مشکلات و موانعی که بر سر راه ایجاد بازار مشترک اسلامی وجود داشته است، منجر به آن شده است که بسیاری از کارشناسان از ایجاد چنین بازاری ناامید شوند. از طرفی اوضاع فعلی جهان و نگرانی‌های موجود درباره از هم پاشیدن اتحادیه اروپا مسئله دیگری است که ایجاد بازار مشترک اسلامی را بیش از پیش تحت الشعاع خویش قرار داده است. علی‌رغم همه مسائلی که در مورد شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی وجود دارد، موفقیت‌های نشان حلال در بازارهای جهانی ما را به شبیه‌سازی از این الگو رهنمون می‌سازد و البته نوع شبیه‌سازی ما به گونه‌ای است که بتواند ضعف‌های موجود در بهره‌گیری از نشان حلال را برطرف نماید.

به عقیده نویسندگان، وضعیت موجود در دنیای اسلامی، به‌خصوص بعد از دوره بیداری اسلامی، شرایطی را فراهم کرده که در آن، ایجاد بازار مشترک اسلامی به گونه نرم افزاری و با بهره‌گیری از نشان تجاری میسر شده است. بر این اساس به نظر می‌رسد که کشورهای مسلمان می‌توانند به ایجاد

۱. فخاری، ۱۳۸۶.

یک نشان تجاری جدید مبادرت ورزند که براساس آن، تنها کشورهای مسلمان می‌توانند برای تولید محصولات خود از این نشان استفاده نمایند و آن را بر روی کالاهای خود حک کنند. برای اجرایی شده این الگو، کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی باید موظف شوند که برای صادرات و واردات کالاهایی که حامل چنین نشانی هستند تسهیلاتی قایل شوند و امکان ورود کالاهایی که ساخت کشورهای مسلمان است و مسلمانان تولیدکننده آن هستند را به کشورهای خود تسهیل نمایند. به عبارت دیگر کشورهای مسلمان باید توافق کنند که:

۱. نشان تجاری جدیدی را برای تولید کالاهای مسلمانان ایجاد نمایند؛
  ۲. انحصار استفاده از این نشان تجاری تنها در اختیار سازمان کنفرانس اسلامی و به دنبال آن تنها در اختیار کشورهای مسلمان باشد؛
  ۳. هر یک از کشورهای مسلمان تسهیلاتی مانند کاهش تعرفه را برای ورود کالاها با نشان تجاری اسلامی فراهم آورند؛
  ۴. مشوق‌هایی را برای صادرات کالاهایی با نشان اسلامی در نظر بگیرند؛
  ۵. لغو حقوق گمرکی و حذف سهمیه در روابط متقابل اعضای سازمان وجود داشته باشد؛
  ۶. برقراری تعرفه مشترک گمرکی برای کالاهای غیر مسلمانان؛
  ۷. در پیش گرفتن سیاست مشترک اقتصادی تا حدی که به نفع همه کشورهای عضو باشد؛
  ۸. در مراحل بعدی، لغو تشریفات مربوط به ورود و خروج تبعه‌های هر یک از کشورهای عضو در سرزمین یکدیگر؛
  ۹. تسهیل سرمایه‌گذاری و مبادله خدمات؛
  ۱۰. در پیش گرفتن سیاست مشترک در زمینه کشاورزی و حمل و نقل.
- هر چند ممکن است که در مراحل اولیه همه کشورهای اسلامی نتوانند خود را با این الگو تطبیق دهند، اما کشورهای وجود دارند که دارای توان رقابتی مناسبی باشند و بتوانند در اجرای این الگو مشارکت کرده و هسته اولیه آن را شکل دهند. مزایای چنین طرحی از جمله بالا رفتن همکاری کشورهای مسلمان، ایجاد بازارهای جدید برای این کشورها، بالا رفتن توان رقابتی، افزایش صادرات و ایجاد فرصت‌های شغلی دستیابی به منابع مالی دیگر کشورها به مرور زمان به وضوح مشاهده می‌شود. بنابراین ایجاد بازار مشترک اسلامی، نیازمند زمان و استقامت بسیار است. پس باید با گروه کوچکی شروع به کار کرد و گام به گام پیشرفت نمود تا قوانین مختلف در کشورهای عضو هماهنگ شود.<sup>۱</sup>

۱. دولو، ۱۳۷۹، ص ۱۳۶.



### تأثیر الگوی جدید بر اقتصاد حج و رفع مشکلات

آنچه که مسلم است این است که شکل‌گیری بازار مشترک اسلامی نه تنها آثار خود را بر رشد اقتصادی کشورهای مسلمان و بی‌نیازی آن‌ها از دیگران نشان می‌دهد، بلکه بازار حج که دغدغه بسیاری از علما و کارشناسان مسلمان است را سامان می‌دهد و قدرتی عظیم به کشورهای مسلمان و سازمان کنفرانس اسلامی می‌دهد که در این صورت کشورهای مسلمان می‌توانند بیش از پیش بر معادلات جهان اثر داشته باشند. البته الگوی حاضر تنها به حج اختصاص ندارد، بلکه شامل هر گونه سفر توریستی به کشورهای مسلمان می‌شود که البته توریسم زیارتی نقش بسیار حائز اهمیتی هم در حج و هم در عتبات عالیات دارد. به عبارت دیگر ایجاد قدرت نرم افزاری از طریق برند، سبب خواهد شد که ورود و خروج کالاهای کشورهای مسلمان به سایر کشورهای مسلمان به ساده‌ترین وجه صورت گیرد و براساس حمایت‌هایی که از آن کالاهای صورت می‌گیرد توان رقابتی آن کالاهای بالاتر رود و بازارهای مسلمین از کالاهای مسلمانان مملو شود که در نتیجه آن، برنده نهایی مسلمانان خواهند بود. ضامن اجرای چنین الگویی نفعی است که کشورهای مسلمان از این الگوی جدید خواهند برد.

آیا این الگو مشکلات جاری در ایجاد بازارهای اسلامی را مرتفع می‌کند؟ در پاسخ باید گفت اینکه الگوی جدید بخواهد مشکلات موجود در زمینه ایجاد بازار مشترک اسلامی را برطرف کند مسأله‌ای است که جای تامل دارد. الگوی ارائه شده بیش از آن که توانایی رفع مشکلات موجود را داشته باشد، این ویژگی را دارد که می‌تواند در کنار مشکلات موجود، به تعمیق روابط بین کشورهای مسلمان بیانجامد و امکان حمایت از کالاهای کشورهای مسلمان را فراهم آورد و از این طریق بر بازارهای کشورهای مسلمان اثر گذارد. موفقیتی که برند حلال در سال‌های اخیر از خود نشان داده است خود نشانی است از امکان موفقیت این الگو و این امیدواری را به همراه دارد که الگوی ارائه شده بتواند نقش مؤثری ایفا نماید.

### ◀ منابع

۱. خورشیدی، غلامحسین، بازار مشترک اسلامی، موسسه انتشارات امیرکبیر، تهران، ۱۳۶۷.
۲. خورشیدی، غلامحسین، بررسی و نقد دیدگاه‌های مطرح شده در مورد تشکیل بازار مشترک اسلامی، ماهنامه بررسی‌های بازرگانی، بهمن و اسفند ۱۳۸۴، شماره ۱۶.
۳. دولو، گلناز، نگاهی مختصر به راهکارهای ایجاد بازار مشترک اسلامی، مجله پژوهش‌نامه اقتصادی، بهار ۱۳۷۹، پیش شماره ۱، از ۱۲۹ تا ۱۳۶.
۴. شایق، احمد، مطالعه اقتصادی برای تشکیل بازار مشترک اسلامی، سازمان برنامه و بودجه، تهران، ۱۳۷۱.

۵. شهبایی، سهراب، گزارش سیمینار (ویژه بازار مشترک اسلامی)، دفتر مطالعات سیاسی و بین الملل وزارت امور خارجه، تهران ۱۳۶۷.
۶. شیخ حر عاملی، وسایل الشیعه، موسسه آل بیت، قم، ج ۲، ص ۲۱۸.
۷. فخاری، عبدالحسین، متن کامل گزارش ریاست دبیر خانه نشان حلال، دبیرخانه نشان حلال، بیست و دو اسفند ۱۳۸۶.
۸. ماهنامه اتاق بازرگانی، نشان حلال یک پیام فرهنگی واحد است، ماهنامه اتاق ایران، شماره ۴۱، ۱۳۸۹.
۹. مبلغی، احمد، دلائل فقهی ضرورت تشکیل بازار مشترک اسلامی، مجله فقه (کاوشی نو در فقه اسلامی)، بهار ۱۳۸۳، شماره ۳۹.
۱۰. مهرآفرین، تولید فرآورده‌های غذایی «حلال» صنعتی رو به گسترش و تجارتي رو به توسعه، مجله نامه اتاق بازرگانی، تیر ۱۳۷۵ - شماره ۳۳۹، صفحه ۴۵ تا ۴۶.
۱۱. ---، آیا تشکیل بازار مشترک اسلامی میسر است؟، بررسی‌های بازرگانی، اسفند ۱۳۷۶، ش ۱۲۷.
۱۲. ---، راهکارهای تحقق بازار مشترک اسلامی، بررسی‌های بازرگانی، مرداد ۱۳۷۸، ش ۱۴۴.
۱۳. ---، مباحث اقتصادی مقدمه‌ای بر طرح تحقیقاتی «بازار مشترک اسلامی، مجله سیاست خارجی، دی و اسفند ۱۳۶۵ - شماره ۱، از صفحه ۱۳۵ تا ۱۴۲.



## نگاهی آماری به ظرفیت‌های بازرگانی کشورهای اسلامی با یکدیگر

محمود حاجی یوسفی پور<sup>۱</sup>

### چکیده

با نگاهی به کشورهای اسلامی متوجه این نکته می‌شویم که مشکلات عدیده اقتصادی و تلاش گسترده به منظور جلب سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف، از جمله نیازمندی‌های اساسی کشورهای مسلمان در حال توسعه بوده و همین امر تا حد زیادی آنان را به سوی وابستگی اقتصادی و در نتیجه فرهنگی و سیاسی به کشورهای بیگانه و رقابت منفی بین خود سوق داده است.

تمرکز این پژوهش، نگاهی آماری به وضعیت بازرگانی و صادرات و واردات کشورهای اسلامی می‌باشد و گویای این مطلب است که دولت‌های اسلامی با بی‌اعتنایی به توانمندی‌های بین خود به استفاده از منابع کشورهای بیگانه روی آورده‌اند. از آنجا که فریضه عظیم حج، یک گردهمایی بزرگ در مکان و زمان مشخصی برای مسلمین می‌باشد، جا دارد که از پتانسیل موجود در این اتحادیه برای همگرایی اقتصادی و به تبع آن همگرایی سیاسی بین مسلمین استفاده نمود. در پایان نیز راهکاری برای تحقق توسعه تجارت بین کشورهای اسلامی در موسم حج آورده شده است.

واژگان کلیدی: حج، صادرات، واردات، تجارت، کشورهای اسلامی، اتحاد.

### گوشه‌ای از موهبت‌های الهی به سرزمین اسلام

جهان اسلام به لحاظ جغرافیایی، وسعت قابل ملاحظه‌ای از کره خاکی را در بر می‌گیرد. بلوک اسلامی یا مجموعه ۵۵ کشور مسلمان که روی هم ۳۰ میلیون و ۹۱۰ هزار کیلومتر مربع مساحت دارد،

۱. کارشناس ارشد مطالعات خاورمیانه از دانشکده روابط بین الملل وزارت امور خارجه، کارشناس بازرگانی خارجی سازمان توسعه تجارت ایران و مدرس علوم سیاسی دانشگاه پیام نور قزوین.



مناطق وسیعی از جنوب و جنوب غربی آسیا، شمال، شرق و غرب آفریقا و جنوب اروپا را شامل می‌شود. گستره آن حدود یازده هزار کیلومتر طول جغرافیایی، از غربی‌ترین نقطه در شمال آفریقا تا جزایر جاوه اندونزی و حدود ۶ هزار کیلومتر عرض جغرافیایی، از شمال قزاقستان تا جنوب سودان را در بر می‌گیرد. جهان اسلام با جمعیتی بیش از یک میلیارد و سیصد میلیون نفر پس از جهان مسیحیت، دومین جمعیت بزرگ مذهبی است. از نظر میزان گسترش جمعیت مسلمانان در مناطق مختلف جهان نیز آمارها بسیار روشنگر هستند. از کل ۳۹ کشور آسیایی ۲۱ کشور جزو کشورهای اسلامی محسوب می‌شوند. همچنین از ۵۸ کشور آفریقایی ۲۰ کشور آن مسلمان هستند.

کشورهای اسلامی<sup>۱</sup> از نظر جغرافیای سیاسی و موقعیت ژئوپلیتیک در بهترین شرایط ممکن قرار دارند. به‌عنوان مثال می‌توان به کشورهایی چون ایران و عربستان اشاره کرد. این دو کشور از نظر اهمیت جغرافیایی جزو ده کشور اول جهان محسوب می‌شوند زیرا از یک سو دارای موقعیت مرکزی بوده و از سوی دیگر، از دو طریق به دریا راه دارند. علاوه بر آن با تنگه‌های استراتژیک و آبراه‌های بین‌المللی هم‌جوار هستند.

این وضعیت به این دو کشور منحصر نمی‌شود؛ کشور مصر، مالک آبراه سوئز است. ترکیه تنگه‌های بسفر و داردانل را در تصرف خود دارد. تنگه مالاکا در اختیار کشور بزرگ اندونزی است. مراکش نیز در اداره امور مربوط به تنگه جبل الطارق با اسپانیا شریک است. بنابراین مشاهده می‌شود که جغرافیای سیاسی جهان اسلام منحصر به فرد است و به همین دلیل می‌تواند زمینه مناسبی برای همگرایی امت اسلامی به شمار آید.

کشورهای اسلامی اگرچه در حال حاضر در شرایط نامطلوبی به سر می‌برند و از جمله کشورهای ضعیف و عقب مانده جهان به شمار می‌آیند ولی بررسی وضعیت منابع طبیعی این کشورها بیانگر آن است که این کشورها به‌صورت بالقوه بسیار قدرتمند و ثروتمند هستند. متأسفانه سوء مدیریت و وابستگی رهبران این کشورها مانع از بهره‌برداری صحیح از این منابع شده است.

سرزمین‌های اسلامی توانمندی‌های شناخته شده زیادی در زمینه انرژی‌های فسیلی، مواد معدنی، محصولات کشاورزی و صنایع وابسته به این مواد دارند. بیش از یک سوم ذخایر نفت و قریب به ۷۰ درصد از ذخایر گاز طبیعی جهان در کشورهای اسلامی

۱. منظور از کشورهای اسلامی در این نوشتار، دولتی است که عضو اصلی «سازمان کنفرانس اسلامی» می‌باشد که به موجب منشور سازمان کنفرانس اسلامی، عضویت در آن سازمان صرفاً منوط به موافقت دو سوم اعضاست. هم‌اکنون سازمان کنفرانس اسلامی دومین سازمان بین‌دولتی پس از سازمان ملل متحد است که ۵۷ کشور از چهار قاره جهان در آن عضویت دارند.



نهفته است. همچنین ۴۰ درصد از ذخایر فسفات، ۳۸ درصد از ذخایر بوکسیت، ۳۷ درصد از ذخایر قلع، ۱۵ درصد از ذخایر اورانیوم و ۱۲ درصد از ذخایر کروم جهان متعلق به ملل مسلمان است. منابع معدنی دیگری چون سنگ آهن، زغال سنگ، مس، سرب، روی، میکا، پتاس، برمیت، کبالت، سنگهای ساختمانی و لاتریت به وفور در کشورهای اسلامی یافت می‌شود. در زمینه تولیدات کشاورزی نیز بخش عمده‌ای از محصول پنبه، خرما، انگور، برنج، کتان، کنف، گندم، توتون و بادام جهان در کشورهای اسلامی تولید می‌شود. وجود منابع عظیم نفت و گاز در سرزمین‌های اسلامی موقعیت بی‌بدیلی به این کشورها بخشیده است؛ زیرا حیات اقتصادی جهان صنعتی به نفت وابسته است. بدیهی است در صورت همگرایی بین کشورهای اسلامی، با توجه به نیاز غرب و سایر کشورها به این ماده خام ارزشمند، مسلمان‌ها می‌توانستند بسیاری از مشکلات خود را به راحتی مرتفع نمایند.

### اهمیت اجمالی همگرایی از نگاه اسلام

بدون شک مهم‌ترین عامل همگرایی امت اسلامی، آموزه‌ها و تعالیم گرانقدر دین مبین اسلام است. اسلام به مثابه یکی از مهم‌ترین ادیان آسمانی، شیوه سعادت و بهروری مسلمانان را به روشنی ارائه داده است. در این دین، شیواترین و رساترین قوانین در خصوص نوع بشر همراه با جزئیات آورده شده است. همه مسلمانان جهان اسلام در اصول با یکدیگر اشتراک عقیده دارند. خدای واحد، پیامبر واحد و کتاب واحد، پایه‌هایی هستند که می‌توانند وحدت و انسجام امت اسلامی را بار دیگر احیاء نمایند. نگاهی اجمالی به آموزه‌های دین اسلام نشان می‌دهد که خداوند متعال از یک سو همه انسان‌های جهان را امت واحد می‌داند و از سوی دیگر، بین همه مسلمانان عالم پیمان اخوت و برادری منعقد می‌سازد ﴿إِنَّ هَذِهِ أُمَّةً وَاحِدَةً﴾<sup>۱</sup> بنابراین به نظر می‌رسد، از منظر قرآن مجید، وحدت و همگرایی عامل مهمی برای قوام اسلام و جامعه و زمینه اساسی رشد و تکامل همه افراد می‌باشد. ﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾<sup>۲</sup>؛ «و همگی به ریسمان خدا [یعنی: قرآن، اسلام و هرگونه وسیله وحدت] جنگ زیند و پراکنده نشوید و نعمت خدا را بر خود به یاد آرید که چگونه دشمن یکدیگر بودید و او میان دل‌های شما الفت ایجاد کرد و به برکت نعمت او، برادر شدید و شما بر لب حفره‌ای از آتش بودید، خداوند متعال شما را از آن نجات داد. این

۱. مؤمنون : ۵۲.

۲. آل عمران : ۱۰۳.



چنین، خداوند آیات خود را برای شما آشکار می‌سازد تا شاید پذیرای هدایت شوید.<sup>۱</sup> در این آیه چنان که از فرمان الهی ﴿وَاعْتَصِمُوا﴾ فهمیده می‌شود، وحدت و اتحاد و لزوم تمسک به ریسمان الهی، یک وظیفه الهی شمرده شده است و نیز واژه ﴿جَمِيعًا﴾ بیانگر این است که این اتحاد و وحدت، وظیفه همگان می‌باشد و جز با حرکت جمعی و مشارکت عمومی مردم تحقق نخواهد یافت.

در ادامه آیه نیز با نهی ﴿وَلَا تَفْرَقُوا﴾ دستور دوری و پرهیز از هر نوع تفرقه و اختلاف را که در میان صفوف مسلمانان چند دستگی به وجود می‌آورد، صادر نموده است و در آخر می‌فرماید: «ایجاد وحدت پس از تفرقه، و الفت میان دلها و برادری میان افراد جامعه پس از دشمنی‌ها، از آیات و نشانه‌های خداوند برای بندگان می‌باشد.» پیامبر اسلام ﷺ همواره، امت اسلامی را به یکدلی و همگرایی دعوت می‌نمود و امتش را از واگرایی نهی می‌فرمود حضرت در کلامی می‌فرماید: «أَيُّهَا النَّاسُ عَلَيْكُمْ بِالْجَمَاعَةِ وَإِيَّاكُمْ وَالْفُرْقَةَ»؛ «ای مردم! به جماعت و یکپارچگی روی آرید و از پراکندگی پرهیزید!» برنامه‌های اسلام در عمل ما را به وحدت سوق می‌دهد مثلاً سفارش کرده است: همه در یک مکان جمع شویم، (مسجد) پشت سر یک امام و همه به یک سو و یک‌نواخت تکبیر بگوئیم و در کمال سکوت با هم خم شده و رکوع و سجده کنیم. بدن‌ها در کنار هم در صفوفی منظم. این دستورات تمرین عملی وحدت است. در مراسم حج نیز مسلمانان از هر جای دنیا همه با لباسی یک شکل و شعاری واحد به گرد محوری واحد (کعبه) طواف می‌کنند و اعمال عبادی حج را انجام می‌دهند.

### حج، تجارت و اتحاد مسلمین

مراسم پرشکوه حج، همچون عبادات دیگر، دارای برکات و آثار فراوان فردی و اجتماعی است که اگر طبق برنامه درستی، انجام و بهره‌برداری شود، می‌تواند هر سال منشأ تحول تازه‌ای در جوامع اسلامی گردد.

تحلیل و بررسی ابعاد گوناگون کنگره عبادی - سیاسی حج، نیازمند نگرشی عمیق و همه‌جانبه است که می‌توان مطالعه را با شناخت آیات و روایات معصومین علیهم‌السلام درباره حج و پیامدها و اهداف آن آغاز نمود و با درک جنبه‌های مختلف عبادی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی حج از دیدگاه مفسران و دانشمندان اسلامی با منزلت و اهمیت حج آشنا شد و ما به دلیل موضوع این نوشتار، محور بحث را در بعد اقتصادی و بازرگانی کنگره عظیم حج متمرکز می‌کنیم.

حج، یک بازار بزرگ جهانی و یک اتحادیه بزرگ اسلامی است که خداوند به امت اسلام موهبت

۱. محمدی ری شهری، محمد؛ میزان الحکمة، تهران: دار الحدیث، چاپ سوم، ۱۳۸۱، ج ۲، ح ۲۴۳۴.

نموده ﴿جَعَلَ اللَّهُ الْكَعْبَةَ الْبَيْتَ الْحَرَامَ قِيَامًا لِلنَّاسِ﴾<sup>۱</sup> تا با همفکری و همکاری، راهکارهای پیشرفت اقتصادی را بررسی، و از طریق ﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا﴾، وحدت و عزت خود را حفظ کنند؛ چرا که ﴿إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُون﴾.

لذا حج مناسب‌ترین فرصت و موقعیت را برای تبادل نظر و مذاکرات اصولی میان ملت‌ها فراهم ساخته تا در پرتو ارتباطات منطقی و مداوم و پیگیری فعالیت‌های اقتصادی و تجاری بتوان به مشکلات و کمبودهای مادی کشورهای اسلامی آگاهی و شناخت لازم را کسب کرد زیرا فعالیت‌های اقتصادی که در سایر مکاتب، صرفاً از دید مادی به آن نگرسته می‌شود، در بینش اسلام وسیله تربیت دینی و رشد اخلاقی می‌باشد. ﴿وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ \* لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ وَيَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ﴾<sup>۲</sup>.

برخلاف آن‌چه بعضی فکر می‌کنند استفاده از کنگره عظیم حج برای تقویت پایه‌های اقتصادی کشورهای اسلامی نه تنها با روح حج منافات ندارد بلکه طبق روایات اسلامی یکی از فلسفه‌های آن را تشکیل می‌دهد. چه مانعی دارد مسلمانان در آن اجتماع بزرگ یک بازار مشترک اسلامی را پایه‌ریزی کنند و زمینه‌های مبادلاتی و تجاری را در میان خود به گونه‌ای فراهم سازند که نه منافعشان به جیب دشمنانشان بریزد و نه اقتصادشان به اجانب وابسته باشد که این دنیاپرستی نیست، عین عبادت است و جهاد. و لذا در روایت «هشام بن حکم» از «امام صادق (ع)» ضمن بیان فلسفه‌های حج آشکارا به این موضوع اشاره شده بود که یکی از اهداف حج، تقویت تجارت مسلمانان و تسهیل روابط اقتصادی است. در حدیث دیگری از ایشان در تفسیر آیه ﴿كَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ﴾<sup>۳</sup> می‌خوانیم که فرمود: «منظور از این آیه کسب روزی است «فَإِذَا أَحَلَّ الرَّجُلُ مِنْ إِحْرَامِهِ وَ قَضَى فَلْيَشْتَرِ لِيَبِعْ فِي الْمَوْسِمِ» هنگامی که انسان از احرام بیرون آید و مناسک حج را به‌جا آورد در همان موسم حج خرید و فروش کند (و این موضوع نه تنها گناه ندارد بلکه دارای ثواب است). همین معنی در ذیل حدیثی که از «امام علی بن موسی الرضا (ع)» به طور مشروح در بیان فلسفه‌های حج وارد شده، آمده است و در پایان آن می‌فرماید: ﴿لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ﴾. اشاره به اینکه آیه ﴿لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ﴾ هم منافع معنوی را شامل می‌شود و هم منافع مادی را که از یک نظر همه معنوی است.

در سفر حج به کسب و تجارت اجازه داده شده و فلسفه آن بالا بردن توان مالی حج‌گزاران و در نتیجه تقویت عموم مسلمانان از رهگذر این کنگره جهانی است و تجارت و کسب در سفر حج خود

۱. مائده : ۹۷.

۲. حج : ۲۷.

۳. بقره : ۱۹۸.



عاملی است در برگزاری این فریضه جهان شمول و تأمین معاش گروهی از زائران که اگر کسب و تجارت نکنند، به تأمین هزینه سفر خود قادر نیستند. از این رو، رخصت داده شده که زائران از سود تجارت و داد و ستد و امثال آن در چهارچوب شرع و به تناسب شؤون بهره گیرند تا بدین وسیله استطاعت مالی و توان افراد بالا رفته و اجتماع حج فزونی گیرد.

معاویه بن عمار می گوید: «از امام صادق علیه السلام پرسیدم: کسی که به قصد تجارت رهسپار مکه می شود یا شتران خود را کرایه می دهد، حج او ناقص است یا تمام؟ حضرت در پاسخ فرمود: حج او تمام است؛ (عَنْ مُعَاوِيَةَ بْنِ عَمَّارٍ قَالَ قُلْتُ لِأَبِي عَبْدِ اللَّهِ عليه السلام الرَّجُلُ يُخْرُجُ فِي تِجَارَةٍ إِلَى مَكَّةَ أَوْ يَكُونُ لَهُ إِبِلٌ فَيَكْرِهِيهَا حَجَّتُهُ نَاقِصَةٌ أَمْ تَامَّةٌ قَالَ لَا بَلْ حَجَّتُهُ تَامَةٌ).

محمد بن سنان می گوید: «امام علی بن موسی الرضا علیه السلام در پاسخ به سؤالاتی چند که طی نامه ای برای من نوشتند، از فلسفه حج نیز سخن گفتند و پس از ذکر اسرار عبادی و عرفانی و آثار معنوی و فرهنگی و تربیتی و تاریخ آن، به اقتصاد و آثار معیشتی نیز اشاره کردند. در بخشی در این نامه آمده است:

وَمَعَ مَا فِي ذَلِكَ لِجَمِيعِ الْخَلْقِ مِنَ الْمَنَافِعِ... وَ مَنَفَعَةٌ مِّنْ فِي شَرْقِ الْأَرْضِ وَ غَرْبِهَا وَ مَنَ فِي الْبَرِّ وَ الْبَحْرِ مِمَّنْ يَحُجُّ وَ مِمَّنْ لَمْ يَحُجَّ مِنْ تَاجِرٍ وَ جَالِبٍ وَ بَائِعٍ وَ مُشْتَرٍ وَ كَاسِبٍ وَ مَسْكِينٍ وَ قَضَاءِ حَوَائِجِ أَهْلِ الْأَطْرَافِ وَ الْمَوَاضِعِ الْمُمْكِنِ لَهُمُ الْإِجْتِمَاعُ فِيهَا كَذَلِكَ... ﴿لِيُشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ﴾.

یکی از علل وجوب حج منافی است که از این رهگذر به همه خلق می رسد، و نیز منافی است که نصیب کسانی که در شرق و غرب و خشکی و دریا هستند می شود؛ چه آنهایی که حج می گزارند و یا آنان که به حج نیامده اند؛ اعم از تاجر یا واردکنندگان، فروشنده یا خریدار، پیشه‌ور یا مستمند. و همچنین حج تأمین کننده نیازهای ساکنان اطراف و امکتهای است که می توانند در موسم، اجتماع کنند تا بدین وسیله شاهد منافع خود باشند.

امام صادق علیه السلام در روایتی دیگر به بیان آثار اقتصادی و معیشتی حج پرداخته و در پاسخ به هشام بن حکم که فلسفه وجوب حج را می پرسد، چنین می فرماید:

فَجَعَلَ فِيهِ الْإِجْتِمَاعَ مِنَ الْمَشْرِقِ وَ الْمَغْرِبِ لِيَتَعَارَفُوا وَ لِيَتَرَيَّحَ كُلُّ قَوْمٍ مِنَ التَّجَارَاتِ مِنْ بَلَدٍ إِلَى بَلَدٍ وَ لِيَسْتَفِيعَ بِذَلِكَ الْمَكَارِي وَ الْجِبَالِ وَ لِيَتَعَرَفَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صلى الله عليه وآله وَ تُعَرَفَ أَخْبَارُهُ وَ يُذَكَّرَ وَ لَا يُنْسَى وَ لَوْ كَانَ كُلُّ قَوْمٍ إِتْمَا يَتَكَلَّمُونَ عَلَى بِلَادِهِمْ وَ مَا فِيهَا هَلَكُوا وَ حَرَبَتِ الْبِلَادُ وَ سَقَطَتِ الْجَلْبُ وَ الْأَرْيَاحُ وَ عَمِيَتِ الْأَخْبَارُ وَ لَمْ تَقْفُوا عَلَى ذَلِكَ...<sup>۱</sup>

مقرر شد تا مردم از شرق و غرب به این سرزمین بیایند و یکدیگر را بشناسند و همه گروه‌ها از

۱. شیخ صدوق، محمد بن علی بن بابویه؛ علل الشرایع، قم، مؤمنین، ۱۳۸۳، صص ۴۰۶ - ۴۰۵.

تجارت و حمل و نقل کالا از شهری به شهر دیگر بهره گیرند. و چارپادار و شتریان سود برند و آثار و اخبار پیامبر خدا شناخته شود و در خاطره‌ها تجدید گردد و فراموش نشود و اگر قرار بود هر جمعیتی تنها از کشورها و شهرهای خودشان و حوادث و مسائل منطقه‌ای سخن بگویند مردم نابود می‌شدند و شهرها ویران می‌گردید و بازرگانی و سودآوری تعطیل می‌شد و اخبار و حوادث در پرده ابهام می‌ماند و کسی بر آنها آگاهی نمی‌یافت.

به موجب این روایت آثار اقتصادی حج منحصر به حج گزاران نیست بلکه میلیون‌ها انسان که در گوشه و کنار جهان اسلام به سر می‌برند و هزاران خانواده در حرم و خارج حرم و حوالی مکه و کسانی که در اقصی نقاط، به نوعی با منافع حج سر و کار دارند از برکات حج بهره‌مند می‌شوند. از کشاورزی که محصول تولید می‌کند، هنرمندی که آثار هنری و دستی می‌آفریند، دامداری که دام می‌پرورد، راننده‌ای که در حمل و نقل مشارکت دارد، بازرگانی که آذوقه و نیاز زائران را به صورت کلی و جزئی فراهم می‌سازد و سایر اصناف و اهل حرفه که در پدید آوردن امکانات این سفر سهیمند، همگی از منافع حج بهره می‌برند.

در بازار اقتصادی حج میلیون‌ها انسان؛ از خرد و کلان تغذیه می‌شوند، نیاز سالانه خود را تأمین می‌کنند، حتی فقرایی که قدرت کار ندارند از احسان و انفاق حاجیان و ذبیحه زائران بهره می‌برند و اگر این امکانات و همین گوشت قربانی با برنامه‌ای دقیق پیاده می‌شد و به مصرف نیازمندان در هر شهر و اقلیمی می‌رسید، هزاران تن گوشت پاک و پاکیزه قربانی به هدر نمی‌رفت و به گرسنگان دنیا می‌رسید. علاوه بر این، وجوهات شرعی و برّیه و صدقه و انفاق، اعانه بسیار ارزشمندی برای نیازمندان خواهد بود و نیز سوغات سفر که نباید منحصر به نزدیکان و اقوام باشد بلکه سهم مساکین و محرومان نیز به گونه‌ای در آن لحاظ گردد تا از این رهگذر به آشنا و بیگانه مساعدتی هر چند اندک عاید گردد و موجب تحیب قلوب و پیوند اجتماعی افزون باشد.

حج موقعیتی است که به تجارت کلان و خدمات عمده دیگر نیاز دارد که دولت‌ها یا تجار کشورها و شرکت‌ها و کارخانه‌ها در آن نقش دارند. اگر کالاهای عمده از کشورهای اسلامی به بازار حج و در جهت تأمین تدارکات آن حمل و نقل گردد، تأثیر بسیار عمیقی در اقتصاد کشورهای اسلامی خواهد داشت. عمده نیاز زائران می‌تواند از کشورهای اسلامی و به وسیله شرکت‌ها و بخش‌های اقتصادی مسلمین و دولت‌های اسلامی تأمین گردد و در این صورت روا نیست کالایی که امکان تهیه آن از کشورهای اسلامی وجود دارد، از کشورهای دیگر تهیه شود. مانند گوشت و مرغ که عمدتاً (در موسم) از کشورهای غربی خریداری و مصرف می‌شود که علاوه بر جنبه اقتصادی خالی از شبهات شرعی هم نیست. اگر کشورهای اسلامی با برنامه‌ای سنجیده و حساب شده با یکدیگر همکاری داشته باشند، می‌توانند بسیاری از این نوع کالاها را خود تهیه و با آرم و نشان کشور اسلامی عرضه نمایند. در



چنین صورتی است که آثار کلان اقتصادی حج در مجموعه جامعه اسلامی نمودار می‌گردد و میلیون‌ها نفر از دست‌اندرکاران تولید بهره می‌برند و توان اقتصادی مسلمین که زیربنای بسیاری از مسائل دیگر است، بالا می‌رود. تشکیل بازار مشترک اسلامی در حج بهترین فرصتی است برای کشورهای مسلمان تا این پیوند و مشارکت اقتصادی در طول سالها پابرجا بماند و بدان وسیله با فقر و بیکاری که دو عامل عمده مفسداند مبارزه شود. تأثیر چنین پروژه‌ای بر سایر ابعاد زندگی مسلمین چون بعد فرهنگی و سیاسی غیر قابل انکار است. در عصری که دشمنان اسلام برای جهانی سازی کشورها با هدف وابستگی دائم ملت‌ها تلاش می‌کنند، مسلمین می‌توانند برای جهانی شدن مکتب و آرمان خود، با اهداف انسانی و الهی با یک عزم عمومی گام بردارند و وحدت امت را پایه ریزی کنند. جمعیت‌ها و تشکلهای بین الملل اسلامی می‌بایست در این راستا حرکت کنند و به صرف شعار و اجلاس و تعارفات بسنده نکنند.<sup>۱</sup>

هر چند که در زمینه همکاری‌های اقتصادی نیز کشورهای اسلامی به موافقت‌های زیادی دست یازیده‌اند که از آن جمله می‌توان شورای اتحاد اقتصادی اعراب و بازار مشترک عربی، شورای همکاری خلیج فارس، سازمان همکاری اقتصادی اکو و اتحادیه مغرب را نام گرفت. اما این توافقات نیز تا هنوز راهی به جایی نبرده است. و سطح تعامل‌های اقتصادی در میان کشورهای اسلامی عملاً پایین بوده است. با وجود تلاش و کوشش سازمان‌ها، اتحادیه‌ها و توافقات به عمل آمده میزان تجارت و مبادلات تجاری، و همکاری‌های اقتصادی بسیاری پایین نشان می‌دهد. مطالعات نشان می‌دهد که تجارت کشورهای اسلامی با همدیگر حدود ۱۰ درصد کل تجارت کشورهای اسلامی را تشکیل می‌دهد و ۹۰ درصد تجارت کشورهای اسلامی با کشورهای دیگر عمدتاً جهان غرب صورت می‌گیرد.<sup>۲</sup>

کل تجارت (صادرات به علاوه واردات) کشورهای اسلامی در سال ۱۹۹۰، ۴۳۸/۹ میلیارد دلار بوده که طی سال‌های ۲۰۰۷ - ۱۹۹۰ در حدود ۵۲۹ در صد افزایش یافته و به رقم قابل ملاحظه ۲/۳۲۶ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۰۷ رسیده است. به این ترتیب متوسط سهم کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی از کل تجارت جهانی برای سال ۲۰۰۷ حدود ۲۲/۵ درصد بوده است.

از بین کشورهای اسلامی، مالزی، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، اندونزی، ترکیه و ایران، هر یک با بیش از ۴ درصد از کل تجارت سازمان کنفرانس اسلامی، جمعا ۶۳/۸ درصد از کل تجارت این سازمان را به خود اختصاص داده‌اند و این در شرایطی بوده است که ۳۶ کشور

۱. رهبر، محمد تقی، مروری بر بعد اقتصادی حج، مجله میقات حج: پاییز ۱۳۸۰، شماره ۳۷.

۲. نادران، الیاس؛ جهانی شدن، چه باید کرد در جهان شمولی اسلام، تهران، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، ۱۳۸۲، ج ۲، ص ۳۱.

عضو سازمان، کمتر از یک درصد از کل تجارت سازمان را تشکیل می‌دهند. این گویای تجارتی ناهمگون در میان اعضای سازمان کنفرانس اسلامی است. گفتنی است که در میان کشورهای اسلامی، طی سال‌های ۲۰۰۳ - ۲۴، ۱۹۹۰ کشور توانسته‌اند تجارتشان را به بیش از ۵۰ درصد افزایش دهند.<sup>۱</sup>

با نگاهی به کشورهای اسلامی متوجه این نکته می‌شویم که مشکلات عدیده اقتصادی و تلاش گسترده به منظور جلب سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف، از جمله نیازمندی‌های اساسی کشورهای مسلمان در حال توسعه بوده و همین امر تا حد زیادی آنان را به سوی وابستگی اقتصادی و در نتیجه فرهنگی و سیاسی به کشورهای بیگانه و رقابت منفی بین خود سوق داده است که کاملاً مغایر با آموزه‌های قرآنی می‌باشد: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بَطَانَةً مِنْ دُونِكُمْ لَا يَأْلُونَكُمْ خَبَالًا وَدُّوا مَا عَنِتُّمْ قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ»<sup>۲</sup>

#### جدول مبادلات تجاری بین کشورهای اسلامی

آمارها نشان می‌دهد که نگاه کشورهای اسلامی در امر تجارت بیشتر به بیگانگان است و این ناشی از فقدان اطلاع و ناآگاهی از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بین خود، عدم اراده برای همکاری، ضعف زیر ساخت‌های فیزیکی و نفوذ سیاسی و اقتصادی کشورهای بیگانه بین دولت‌ها و جوامع اسلامی می‌باشد. آمارهایی که در این نوشته مورد استفاده قرار می‌گیرد برگرفته از "مرکز تجارت بین الملل (ITC)"<sup>۳</sup> اخذ شده و آمارهای ارائه شده مربوط به سال ۲۰۰۹ می‌باشد.

برای شروع تحلیل، بحث را با محوریت ۵ کالای نخست وارداتی ایران، سهم جهانی واردات، کشورهای صادرکننده کالا به ایران در جدول نخست آغاز می‌کنیم. در جدول دوم به ۵ کشور اسلامی که توان صادرات کالای مذکور را دارند، سهم جهانی صادرات و کشورهای واردکننده کالای مذکور می‌پردازیم.

این جداول، آمارها و تحلیل‌ها نشان می‌دهد که بیشتر کشورهای اسلامی کالاهایی را از کشورهای بیگانه و غیر اسلامی وارد می‌کنند که عمدتاً به وسیله کشورهای اسلامی تولید، ترانزیت و صادر می‌شود.

۱. طیبی، سید کامیل، شیخ بهایی، آریتا؛ گوگردچیان، احمد؛ تحلیلی بر رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) با تأکید بر تجارت و سرمایه‌انسانی، <http://www.civilica.com>

۲. آل عمران: ۱۱۸.

۳. <http://www.intracen.org>.

(۱/۱)

رتبه	کالاهای وارداتی	ارزش به هزار دلار	درصد کل واردات	درصد جهانی	کشورهای صادرکننده به ایران	ارزش صادرات به هزار دلار	درصد صادرات محصول به ایران
۱	دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین آلات وسایل مکانیکی	۹۷۳۰۳۰۵	۲۱/۲۹	۰/۶۴	آلمان	۱۸۳۸۱۰۶	۱۸/۸۹
					چین	۱۸۰۲۹۳۵	۱۸/۵۳
					ایتالیا	۱۷۰۸۷۸۵	۱۷/۵۶
					کره جنوبی	۸۱۷۹۱۵	۸/۴۱
					ژاپن	۳۹۷۵۶۰	۴/۰۹

(۱/۲)

کشور اسلامی برتر صادرکننده دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین آلات وسایل مکانیکی	ارزش صادرات به دلار	درصد جهانی	کشورهای واردکننده	ارزش واردات به هزار دلار
مانزی	۲۶۵۹۶۶۵۳	۱/۷۴	آمریکا	۶۷۰۹۷۵۹
			سنگاپور	۳۴۳۸۷۳۲
			چین	۲۶۸۹۷۲۱
			هلند	۲۲۳۴۳۸۳
			تایلند	۱۸۳۳۲۸۰
			فرانسه	۵۴۹۲۰۰
			انگلستان	۵۴۷۷۵۲
			ایتالیا	۳۹۵۷۰۵
			ایران	۳۴۷۸۵۷
اندونزی	۴۷۰۹۳۳۸	۰/۳۱	سنگاپور	۱۳۵۶۰۶۲
			ژاپن	۵۶۷۸۴۰
			آمریکا	۴۱۸۹۸۱
			تایلند	۲۶۵۸۸۶
			چین	۲۱۰۷۵۰
عربستان	۷۳۰۹۱۵	۰/۰۵	مناطق ویژه و	۴۸۷۴۴۵



	آزاد			
۲۴۳۴۷۰	چین تایپه			
۱۷۹۹۳۷	فرانسه	۰/۰۳	۵۰۷۶۸۲	تونس
۸۰۸۲۴	ایتالیا			
۷۹۳۵۷	لیبی			
۴۵۹۸۹	الجزایر			
۱۶۰۶۲	آمریکا			

بنابر جدول ۱/۱ دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی بیشترین کالای وارداتی ایران در سال ۲۰۰۹ به ارزش ۹۷۳۰۳۰۵ هزار دلار بوده است و در مقایسه با سایر واردکنندگان ۰/۶۴٪ واردات جهان به ایران تعلق داشته است که از کشورهای آلمان، چین، ایتالیا، کره جنوبی و ژاپن وارد کشور می‌شود.

در جدول ۱/۲، پنج کشور اسلامی برتر را نشان می‌دهد که به صادرات دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی می‌پردازند. سهم جهانی صادرات مالزی ۱/۷۴ درصد در سال ۲۰۰۹ بود (یعنی در حدود ۳ برابر نیاز ایران) و مجموع صادرات ۵ کشور اسلامی، معادل ۲/۶۶ یعنی بیش از ۴ برابر نیاز ایران می‌باشد. ۵ کشوری هم که بالاترین واردات این کالا را از مالزی داشتند، بیگانه و غیر اسلامی بودند.

(۲/۱)

رتبه	کالاهای وارداتی	ارزش به هزار دلار	درصد کل واردات	درصد جهانی	کشورهای صادرکننده به ایران	ارزش صادرات به هزار دلار	درصد صادرات محصول به ایران
۲	آهن و فولاد	۴۷۳۴۵۵۷	۱۰/۳۶	۱/۶۷	روسیه	۱۸۸۶۲۵۱	۳۹/۸۴
					کره جنوبی	۶۸۱۱۵۲	۱۴/۳۹
					قزاقستان	۴۵۹۱۹۴	۹/۷
					چین	۲۵۹۷۲۹	۵/۴۹
					ترکیه	۲۲۷۷۵۲	۴/۸۱

(۲/۲)

کشور اسلامی برتر صادرکننده آهن و فولاد	ارزش صادرات به دلار	درصد جهانی	کشورهای واردکننده	ارزش واردات به هزار دلار
ترکیه	۷۶۳۸۷۳۶	۳/۸	مصر	۱۲۶۶۱۷۰

۹۰۸۷۸۱	امارات			
۴۸۹۵۲۴	عراق			
۳۶۴۵۶۳	عربستان			
۳۵۸۶۴۳	لیبی			
۶۸۰۰۳۴	چین	۱/۰۹	۲۹۷۰۰۶۲	قزاقستان
۴۵۹۱۹۴	ایران			
۴۳۴۶۴۷	روسیه			
۲۴۰۶۳۴	ترکیه			
۲۲۷۳۶۷	آلمان			
۳۳۷۳۸۹	ویتنام	۰/۵۱	۱۳۸۰۹۵۵	مالزی
۱۹۳۴۸۲	اندونزی			
۱۸۷۹۸۷	سنگاپور			
۱۲۷۹۳۵	تایلند			
۸۴۰۸۷	استرالیا			
۱۲۶۳۸۰	کره جنوبی	۰/۳۱	۸۵۳۸۹۸	اندونزی
۸۸۴۶۰	سنگاپور			
۷۹۲۹۷	مالزی			
۷۷۸۷۶	چین			
۷۷۳۳۹	ویتنام			
۲۶۳۲۴۳	عمان	۰/۲۹	۷۹۵۲۳۱	امارات
۲۱۴۰۷۱	هند			
۱۱۶۱۷۹	پاکستان			
۴۰۲۵۳	اردن			
۳۰۰۴۰	مالزی			

بعد از دیگ‌های بخار و آبگرم، ماشین آلات و وسایل مکانیکی بیشترین حجم کالای وارداتی ایران در سال ۲۰۰۹ به آهن و فولاد (۱۰/۳۶ درصد کل واردات) اختصاص داشت. ۱/۶۷ درصد آهن و فولاد دنیا در معاملات بازرگانی از سه کشور غیر اسلامی (روسیه، کره جنوبی و چین) و دو کشور اسلامی (قزاقستان و ترکیه) وارد ایران شد.

در مبادلات آهن و فولاد همکاری نسبتاً بهتری را بین کشورهای اسلامی شاهد می‌باشیم. در جدول ۲/۲ مشاهده می‌کنیم که ترکیه با عنوان برترین کشور اسلامی صادرکننده آهن و فولاد ۳/۸٪ این محصول را در دنیا تامین نمود که خوشبختانه پنج شریک اول بازرگانی آن از کشورهای اسلامی بودند.

به جز هندوستان عمده واردکنندگان آهن و فولاد از کشور امارات متحده عربی (پنجمین کشور اسلامی صادرکننده آهن و فولاد) نیز کشورهای اسلامی بودند.

(۳/۱)

رتبه	کالاهای وارداتی	ارزش به هزار دلار	درصد کل واردات	درصد جهانی	کشورهای صادرکننده به ایران	ارزش صادرات به هزار دلار	درصد صادرات محصول به ایران
۳	ماشین آلات و دستگاههای برقی	۳۷۸۳۸۰۶	۸/۲۸	۰/۲۲	چین	۱۱۴۶۷۵	۳۰/۲۳
					آلمان	۵۰۰۵۹۰	۱۳/۲۳
					کره جنوبی	۳۸۴۱۵۴	۱۰/۱۵
					ایتالیا	۲۴۶۶۵۸	۶/۵۲
					تایلند	۲۱۷۵۸۱	۵/۷۵

(۳/۲)

کشور اسلامی برتر صادرکننده ماشین آلات و دستگاههای برقی	ارزش صادرات به دلار	درصد جهانی	کشورهای واردکننده	ارزش واردات به هزار دلار
مالزی	۴۴۸۱۹۵۸۰	۲/۷۳	چین	۸۱۱۹۳۳۶
			سنگاپور	۷۰۰۲۸۰۳
			هنگ کنگ	۵۴۶۷۱۶۲
			آمریکا	۵۱۱۱۵۸۶
			ژاپن	۳۳۸۹۴۸۴
اندونزی	۸۱۴۸۰۳۱	۰/۵۰	سنگاپور	۱۴۷۳۹۸۶
			امارات	۱۱۵۰۰۱۱
			ژاپن	۹۱۲۲۴۰
			هنگ کنگ	۴۰۵۳۸۸
			مالزی	۲۷۵۷۷۰

۸۲۰۲۱۰	انگلیس	۰/۴۰	۶۶۵۰۱۲۵	تورکیه
۶۷۷۳۰۲	آلمان			
۴۴۰۲۱۷	عراق			
۳۷۹۷۸۹	فرانسه			
۳۶۹۳۴۳	ایتالیا			
۱۲۴۱۵۰۲	فرانسه	۰/۱۷	۳۷۱۸۴۰۵	تونس
۵۸۱۳۰۱	آلمان			
۳۴۰۵۳۴	ایتالیا			
۱۱۶۳۱۵	مناطق ویژه و آزاد			
۵۷۱۵۴	اسپانیا			
۸۲۴۰۳۳	فرانسه	۰/۱۳	۳۰۶۹۹۷۵	مراکش
۴۵۶۶۵۹	اسپانیا			
۲۱۳۰۱۴	سنگاپور			
۱۶۱۳۶۷	ایتالیا			
۷۹۵۵۳	آمریکا			

ماشین آلات و دستگاههای برقی سومین کالای وارداتی با ارزش ۳۷۸۳۸۰۶ هزار دلار و چیزی در حدود ۸/۲۸ کل واردات ایران در سال ۲۰۰۹ بود. پنج کشور نخست صادرکننده این کالا نیز کشورهای غیراسلامی هستند. در حالی که ایران به ۰/۲۲ درصد ماشین آلات و دستگاههای برقی جهان نیازمند بود مالزی ۲/۸۳ درصد این محصول یعنی بیش از ۱۲ برابر نیاز ایران را به دنیا صادر نمود که پنج کشور نخست واردکننده آن هم بیگانه بودند. اکثر شرکای عمده کشورهای اسلامی نیز در این محصول غیراسلامی بودند.

(۴/۱)

رتبه	کالاهای وارداتی	ارزش به هزار دلار	درصد کل واردات	درصد جهانی	کشورهای صادرکننده به ایران	ارزش صادرات به هزار دلار
۴	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن	۳۴۳۱۵۶۳	۷/۵	۰/۴۱	چین	۷۱۳۹۵۱
					فرانسه	۷۰۴۰۰۱
					کره جنوبی	۶۱۵۲۰۱
					ژاپن	۴۸۵۷۰۴
					آلمان	۲۳۴۴۸۴

ارزش واردات به هزار دلار	کشورهای واردکننده	درصد جهانی	ارزش صادرات به دلار	۵ کشور اسلامی برتر صادرکننده وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن
۲۸۹۶۹۵۳	فرانسه	۱/۴۴	۱۲۰۷۱۷۹۳	تورکیه
۱۶۰۹۷۰۵	ایتالیا			
۱۱۵۸۶۲۹	آلمان			
۸۵۸۳۶۷	انگلیس			
۵۲۲۵۵۰	آمریکا			
۲۸۰۳۳۵	تایلند	۰/۲۲	۱۸۱۹۲۶۵	اندونزی
۲۶۶۳۱۲	ژاپن			
۱۹۸۸۱۸	مالزی			
۱۸۸۷۱۹	فیلیپین			
۱۲۶۶۷۸	عربستان			
۱۵۶۰۰۹	اندونزی	۰/۱۴	۱۱۳۲۱۰۰	مالزی
۱۴۱۶۸۳	تایلند			
۹۴۳۸۶	سنگاپور			
۸۷۵۸۸	چین تایپه			
۷۱۵۴۸	چین			
۳۳۹۵۵۵	عمان	۰/۱	۸۰۹۲۳۶	امارات
۱۲۹۲۹۲	نیجریه			
۶۹۷۱۳	سودان			
۶۰۷۶۷	تانزانیا			
۳۶۸۸۹	جیبوتی			
۶۸۳۴۱۴	مناطق ویژه و آزاد	۰/۰۹	۷۴۳۶۶۷	عربستان
۶۰۲۵۳	چین تایپه			

وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن با ۷/۵ درصد کل واردات مقام چهارم واردات ایران را در سال ۲۰۰۹ به خود اختصاص داد. پنج کشور نخست صادر کننده این محصول به ایران نیز



غیراسلامی بودند.

از کشورهای اسلامی برتر در زمینه خودرو سازی می‌توان از ترکیه، اندونزی و مالزی نام برد که نزدیک به ۲٪ صادرات خورو در جهان به این سه کشور اسلامی تعلق دارد. از آنجا که ترکیه تعاملات گسترده‌ای با کشورهای صنعتی دنیا دارد می‌تواند این خودرو را با استانداردی مطابق استانداردهای جهانی تولید نماید و به بازارهای جهانی هم عرضه کند.<sup>۱</sup> افزایش روز افزون تعهدات خودروسازان بزرگ جهان در خصوص سرمایه‌گذاری در اندونزی باعث شده است تا این کشور در خط مقدم خودروسازان در منطقه جنوب شرق آسیا قرار گیرد. خودروسازان بزرگ جهان از آمریکا، ژاپن، آلمان و هند اخیراً برنامه‌هایی را برای سرمایه‌گذاری در اندونزی اعلام کرده‌اند.<sup>۲</sup> همین دو کشور به تنهایی می‌توانند نیازهای کشورهای اسلامی را در زمینه خودرو برطرف نمایند. در جدول ۴/۲ نیز مشاهده می‌شود کشورهای صنعتی و توسعه یافته، واردکننده وسایل نقلیه از ترکیه و اندونزی در سال ۲۰۰۹ بودند.

(۵/۱)

رتبه	کالاهای وارداتی	ارزش به هزار دلار	درصد کل واردات	درصد جهانی	کشورهای صادرکننده به ایران	ارزش صادرات به هزار دلار	درصد صادرات محصول به ایران
۵	غلات	۲۴۴۵۲۷۴	۵/۳۵	۱/۰۵	هند	۵۰۵۳۷۱	۲۰/۶۷
					برزیل	۲۸۲۹۳۷	۱۱/۵۷
					آلمان	۲۴۲۶۹۱	۹/۹۲
					آرژانتین	۲۳۸۷۲۹	۹/۷۶
					پاکستان	۲۰۸۴۵۲	۸/۵۲

(۵/۲)

کشور اسلامی برتر صادرکننده غلات	ارزش صادرات به دلار	درصد جهانی	کشورهای واردکننده	ارزش واردات به هزار دلار
پاکستان	۱۸۲۳۲۱۸	۲/۳۸	امارات	۲۴۱۱۷۱۷
			ایران	۲۰۸۴۵۲
			افغانستان	۱۴۸۵۷۲
			عربستان	۱۲۶۲۲۷
			کنیا	۱۱۰۳۶۵

۱. روزنامه دنیای اقتصاد ۱۳۸۹/۱۰/۲۰.

۲. سازمان خبری خودرو ۱۳۹۰/۵/۳۰.

۱۷۳۹۶۱	ایران	۰/۸۸	۶۷۶۲۵۹	قزاقستان
۸۲۷۳۸	ترکیه			
۷۰۸۱۶	افغانستان			
۶۲۸۴۸	تاجیکستان			
۵۷۹۳۶	قرقیزستان			
۴۳۶۹۳	ترکیه	۰/۳	۲۲۶۰۴۶	مصر
۴۰۹۰۳	اردن			
۳۱۷۵۵	آمریکا			
۳۱۰۰۹	عربستان			
۱۳۲۰۵	لبنان			

در زمینه غلات که یک کالای استراتژیک نیز به شمار می‌آید شاهد همکاری خوب کشورهای اسلامی مخصوصاً در دو کشور نخست اسلامی برتر در زمینه صادرات غلات یعنی پاکستان و قزاقستان می‌باشیم که می‌تواند الگوی خوبی برای سایر کالاها در مراودات تجاری بین کشورهای اسلامی باشد. پاکستان و قزاقستان بیش از ۳٪ غلات جهان را در سال ۲۰۰۹ تامین کردند که شرکای نخست آنان از دولتهای اسلامی بودند و همین همکاری باعث شد که کشورهای اسلامی در زمینه غلات چشمداشتی به کشورهای بیگانه نداشته باشند.

#### راهکار پیشنهادی

آمارهای جداول مذکور نشان داد که کالاهای مورد نیاز کشورهای اسلامی به جای این که به وسیله خودشان تامین شود از دولت‌های بیگانه فراهم گردیده که تأثیر عظیمی در احساس مودت با کشورهای بیگانه و احساس دوری یا عداوت با هم کیشان خود داشته است. اگر کشورهای اسلامی بتوانند نیازهای خود را از طریق همدیگر برطرف نمایند و همگرایی بازرگانی را از این طریق تحکیم نمایند، چه بسا این همگرایی به سایر زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، امنیتی و... تسری پیدا کند و جهان اسلام به هدف والای خود مبنی بر اتحاد و همدلی برسد. از آنجا که فریضه عظیم حج یک گردهمایی بزرگ در مکان و زمان مشخصی برای مسلمین می‌باشد، جا دارد که از پتانسیل موجود در این اتحادیه برای تحکیم وحدت و همگرایی اقتصادی بین مسلمین استفاده نمود، چرا که وحدت اسلامی از مهم‌ترین ایده‌ها و آرمان‌هایی است که مسلمین جهان از صدر اسلام تاکنون پیگیر آن بوده و در مقابله با دشمنان مسلمین به‌عنوان یک استراتژی و برنامه در



ابعاد مختلف متناسب با مقتضیات زمان ارائه نموده‌اند.

از آنجا که جمهوری اسلامی ایران از ابتدای انقلاب اسلامی منادی وحدت بین مسلمین بوده و اقدامات مهمی نیز انجام داده است، ضرورت دارد تا در این عرصه نیز پیشگام شود چرا که بنابر اصل یازدهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران:

" به حکم آیه کریمه ﴿إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُون﴾ همه مسلمانان یک امتند و دولت جمهوری اسلامی ایران موظف است، سیاست کلی خود را بر پایه ائتلاف و اتحاد ملل اسلامی قرار دهد و کوشش پیگیر به عمل آورد تا وحدت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جهان اسلام را تحقق بخشد."

راهکاری که در این زمینه پیشنهاد می‌شود این است که درصدی از سهمیه موجود برای حج، به تجار و بازرگانان کشورهای اسلامی اختصاص یابد و در مکانی مشخص با نام دارالندوه تجاری (که میتواند در یکی از سه شهر مکه، مدینه یا جده باشد) با یکدیگر رو در رو شده و معاملات تجاری انجام دهند. و دو نهاد مهم دولتی در این زمینه یعنی سازمان حج و زیارت (به عنوان مسئول تهیه و تدوین برنامه‌های راهبردی، سیاست‌ها، خط مشی‌ها و روش‌های اجرایی حج و زیارت)<sup>۱</sup> و سازمان توسعه تجارت ایران (به عنوان متولی برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری، و اعمال نظارت عالی در امر توسعه تجارت خارجی)<sup>۲</sup> با تشریک مساعی و هم‌فکری به این مهم همت گمارند.

سازمان توسعه تجارت می‌تواند با ایجاد یک پایگاه اطلاعاتی قوی که در بردارنده اطلاعات ریز مربوط به توان تولیدی و صادراتی و همچنین نیازهای وارداتی، زمینه شناخت کشورهای اسلامی را از امکانات و نیازهای یکدیگر فراهم نموده و بستر مناسبی جهت تامین کالاهای مورد نیاز هر کشور از سایر کشورهای اسلامی ایجاد نماید و به تجار و بازرگانان فعال فراخوان دهد و سازمان حج و زیارت نیز اعزام تجار و بازرگانان معرفی شده از سوی سازمان توسعه تجارت ایران را تسهیل کرده و هر دو سازمان، همین عملکرد را به‌عنوان الگو به سایر کشورهای اسلامی معرفی نمایند.

#### منابع

۱. قرآن کریم.
۲. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
۳. شیخ صدوق، محمد بن علی بن بابویه؛ علل الشرایع، قم، مومنین، ۱۳۸۳.
۴. محمدی ری شهری، محمد؛ میزان الحکمة، تهران: دار الحدیث، چاپ سوم، ۱۳۸۱.

۱. WWW.HAJ.IR.

۲. WWW.TPO.IR.



۵. نادران، الیاس؛ جهانی شدن، چه باید کرد در جهان شمولی اسلام، تهران، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، ۱۳۸۲.
۶. رهبر، محمد تقی، مروری بر بعد اقتصادی حج، مجله میقات حج، پاییز ۱۳۸۰
۷. طیبی، سید کمیل، شیخ بهایی، آزیتا؛ گوگردچیان، احمد؛ تحلیلی بر رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، با تاکید بر تجارت و سرمایه انسانی
۸. روزنامه دنیای اقتصاد ۱۳۸۹/۱۰/۲۰
۹. سازمان خبری خودرو ۱۳۹۰/۵/۳۰

<http://www.civilica.com>

[www.haj.ir](http://www.haj.ir)

<http://www.intracen.org>

<http://www.tpo.ir>



## حج بارزترین مصداق گردشگری اسلامی

محمد رضایی

### چکیده

امروزه صرف نظر از چرخه اقتصادی که با حضور گردشگر رونق می‌یابد، دولت‌ها درصددند تا با توسعه گردشگری تخصصی بتوانند تبادلات، و به عبارتی دیگر صادرات اندوخته‌های گوناگون خود، اعم از فرهنگ، فناوری و دین را مدیریت کنند.

یکی از شاخه‌های مهم در نگاه سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup>، که بخش درخور توجهی از فعالیت‌های جهانگردی را تشکیل می‌دهد، گردشگری دینی<sup>۲</sup> است. در واقع، گردشگری مذهبی، به علت ویژگی‌هایش، اهمیت دارد.

افزون بر این جایگاه، سازمان کنفرانس اسلامی<sup>۳</sup> سال ۲۰۱۰م را سال گردشگری اسلامی معرفی کرد که نشان از اهمیت آن میان کشورهای اسلامی دارد. با همه ضرورت و اهمیت این موضوع، متأسفانه هم در جهان اسلام، گردشگری دینی، به‌ویژه زیارت، با مشکل روبه‌روست و هم در کشورمان به آن توجه کافی نشده است.

در این نوشتار، ویژگی‌های گردشگری مذهبی بررسی می‌شود تا از این رهگذر، راهکارهای تعمیق آثار و برکات حج و توسعه گردشگری دینی با محوریت آن مانند ایجاد و گسترش نمادهای حج ابراهیمی، گردشگری مجازی، طراحی بسته‌های مختلف زیارتی متناسب با جامعه هدف ومدت اقامت، ایجاد فرایندهای از پیش طراحی شده برای استفاده از پتانسیل حضور

۱ .World Tourism Organization.

۲ .Religious Tourism.

۳ .Organisation of Islamic Cooperation.



گردشگر، به‌ویژه گردشگر فرهیخته و... مطالعه شود. انتظار می‌رود با این رویکرد، ضرورت‌های اقتصادی زیارت خانه خدا، و حضور الهام‌بخش، فعال و تاثیرگذار جمهوری اسلامی ایران در عرصه توسعه فرهنگ زیارت با رویکرد نخبگان بین‌المللی ترسیم شود و مهندسی و تبیین الگوی شایسته انجام دادن حج با توجه به جهان اسلام بررسی شود.

کلمات کلیدی: حج، گردشگری دینی، ویژگی‌ها و راهکارها.

### مقدمه

دین و معنویت از دیرباز جزء انگیزه‌های مهم سفر بوده است. سفرهای مذهبی و به‌ویژه «زیارت»، سابقه‌ای به قدمت ادیان دارد. این سفرها می‌تواند کارکردهای مختلفی در حوزه‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و... داشته باشد.

در این‌گونه سفرها چندین نوع ارتباط انسانی مشاهده می‌شود که هر کدام در ایجاد تغییرات فردی و جمعی مؤثر است: ارتباط فرد و شناخت بیشتر از خود، ارتباط فرد با خداوند متعال و اولیای دین، ارتباط فرد با هم‌کیشان خود و افزایش تعامل با آنها، ارتباط فرد با معتقدان سایر ادیان و شناخت عقاید ایشان.

در نوشتار حاضر تلاش شده است تا با تعریف گردشگری دینی و اشاره به ویژگی‌های این نوع گردشگری، راهکارهایی را برای توسعه آن در حج ارائه شود.

همچنین سعی شده است تا با اشاره به راهکارهای متعدد، زمینه‌های ارتباطی مناسب‌تری را فراهم آورد. البته روشن است که تبیین هر کدام از آنها، نیازمند مجالی گسترده خواهد بود تا با سنجش نیازها و استخراج اولویت‌ها، در جهت تحقق چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران، برنامه‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت آن را تدوین، و اجرا کرد.

### گردشگری دینی

یکی از شاخه‌های مهم گردشگری که بخش قابل‌درخور از فعالیت‌های جهانگردی را تشکیل می‌دهد، گردشگری دینی است که می‌توان براساس مقاصد، گونه‌های مختلفی از جهانگردی دینی را شناسایی کرد. این نوع گردشگری، عبارت است از بازدید گردشگران از اماکن مقدس نظیر زیارت‌گاه‌ها، قبور، معابد و نظایر آن. بنابراین، دو دسته گردشگر دینی وجود خواهد داشت: گروهی از اماکن مقدس در دین خود، و گروهی دیگر از اماکن مقدس سایر ادیان بازدید می‌کنند.<sup>۱</sup>

۱. ضرورت‌های توسعه گردشگری مذهبی در ایران، ساناز عرب خدری، مجله خیمه، ش ۴۶، ص ۵۳.

## گردشگری در اسلام

«سیر آفاق» و «سیر انفس»<sup>۱</sup> در فرهنگ اسلامی، مورد توجه بسیار قرار گرفته است. اسلام بین ادیان مختلف بیشترین تأثیر را در افزایش سیروسفر داشته است؛ زیرا مردم را به طور مستقیم به سفر دعوت می‌کند.<sup>۲</sup>

آیات قرآن در این باره به چند گروه تقسیم می‌شود:

۱. پاره‌ای از آیات، مسلمانان را با اهداف ویژه‌ای به گردشگری روی زمین فراخوانده است از جمله:

﴿قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ﴾ \* هَذَا بَيَانٌ لِلنَّاسِ وَهُدًى وَمَوْعِظَةٌ لِلْمُتَّقِينَ﴾ (آل عمران: ۱۳۷ و ۱۳۸)

پیش از شما، سنت‌ها [و مجازات‌های الهی بر طبق اعمال امت‌ها] وجود داشت. پس روی زمین، گردش کنید و ببینید سرانجام تکذیب‌کنندگان [آیات خدا] چگونه بوده است؟! این، بیان و هشدار است برای عموم مردم، و هدایت و اندرزی است برای پرهیزگاران.

خداوند سبحان در این آیات، از مردم می‌خواهد تا در آثار پیشینیان، ملت‌ها و زمامداران دقت کنند و با بهره‌وری از آنها، راه زندگی را بیابند.

۲. بسیاری از آیات، کافران و مشرکان را نکوهش کرده است که چرا آنان برای عبرت‌آموزی به سفر نمی‌روند: ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ﴾؛ «روی زمین سیر کنید. سپس بنگرید سرانجام تکذیب‌کنندگان آیات الهی چگونه بود؟!». (انعام: ۱۱)

خداوند متعال در این آیه به پیامبرش دستور می‌دهد که مشرکان و کافران را به سیر در زمین فرا خواند تا سرانجام کسانی که حقایق را تکذیب کردند با چشم خود ببینند. شاید به خود آیند و بیدار شوند و از خودخواهی و لجاجت دست بردارند و حق را بپذیرند.

۳. قرآن، در برخی از آیات، از مردان مؤمن به ﴿السَّاجِدُونَ﴾ (توبه: ۱۱۲) و از زنان به ﴿سَائِحَاتٍ﴾ (تحریم: ۵) یاد کرده است.<sup>۳</sup> «سائح» به کسی اطلاق می‌شود که برای هدفی صحیح، گردشگری می‌کند.

۴. در شماری از آیات، نمونه‌ای از انسان‌هایی که در زمین به سیروسفر پرداخته‌اند، آمده است؛ مانند سفر حضرت خضر و موسی.<sup>۴</sup>

۱. فصلت: ۵۳.

۲. نقش گردشگری در فرآیند همگرایی فرهنگی کشورهای اسلامی، حمید جلالیان و سمیه برادران، مجموعه مقالات کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، ص ۵.

۳. توبه: ۱۱۲ و تحریم: ۵.

۴. کهف: ۶۲-۸۲ (آیات مربوط به حضرت خضر و موسی).



### زیارت، مهم‌ترین انگیزه در گردشگری دینی

زیارت بخش مهمی از گردشگری مذهبی را دربرمی‌گیرد. زیارت خانه خداوند متعال، مزار ائمه اطهار (علیهم‌السلام) و زنده نگاهداشتن یاد آنان در دل‌ها امری است که پیشوایان دین به آن بسیار تأکید کرده‌اند. با نگاه به آموزه‌های دینی، در می‌یابیم که هدف اصلی از خلقت در فرهنگ اسلامی، رشد معنوی است. از این رو یکی از راه‌های تقویت معنویت و ایجاد ارتباط با معبود، زیارت است. انسان وقتی به معنای عمیق زیارت‌نامه‌ها توجه می‌کند و با عشق و علاقه به زیارت می‌پردازد، احساس می‌کند که به معبود خود نزدیک‌تر شده است.

از مجموع این آیات و مانند آن می‌توان دریافت که اصل مسئله گردشگری، و دریافت ژرف از سفر، مورد توجه خداوند سبحان است.

در روایات و سیره معصومان (علیهم‌السلام) نیز به سفر تأکید فراوان شده است. جایگاه سفر و گردشگری تا به آنجاست که در حدیث شریف نبوی، سفر، نوعی جهاد در راه خدا شناخته شده است. همچنین پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) فرمود: «سافروا تغنوا»؛ «سفر کنید تا بهره‌مند شوید».<sup>۱</sup>

حضرت علی (علیه‌السلام) در این زمینه فرمود:

ليس للعاقل ان يكون شاخصاً الا في ثلاث مرمة لمعاش او خطوة في معاد او لذة في غير محرم.<sup>۲</sup>

خردمند را نشاید جز آنکه در پی سه چیز حرکت کند: کسب حلال برای تأمین زندگی، یا گام‌نهادن در راه آخرت، یا به دست آوردن لذت‌های حلال.

و همچنین آن حضرت فرمود: «ليس الخبر كالمعاينة».<sup>۳</sup> این فرمایش حضرت همان ضرب‌المثلی است که می‌گوییم: «شنیدن کی بود مانند دیدن».

سفر و هجرت، تأثیر بسزایی در زندگی پربرکت علما نیز داشته است. می‌توان برخی اهداف علما از سفر را چنین برشمرد: پژوهش، مانند «مرحوم علامه امینی»<sup>۴</sup>، گردآوری جوامع روایی، مانند «شیخ صدوق» در «من لایحضره الفقیه»<sup>۵</sup>، فراگیری و نشر دانش، مانند «امام محمد غزالی»<sup>۶</sup>، تبلیغ دین، مانند

۱. نقش جهانگردی در فرایند همگرایی و توسعه فرهنگی کشورهای اسلامی، علی شماعی، نامه پژوهش، ش ۱۱، ص ۳۰.

۲. نهج البلاغه، حکمت ۳۹۰.

۳. من لایحضره الفقیه، محمد بن علی بن بابویه (صدوق)، ج ۴، ص ۳۷۸.

۴. حماسه غدیر، محمدرضا حکیمی، ص ۳۸.

۵. الخصال، محمدبن علی ابن بابویه (شیخ صدوق)، ج ۱، ص ۹.

۶. طبقات الشافعیه الکبری، عبدالوهاب بن علی سبکی، ج ۶، ص ۱۹۶. غزالی معتقد است: «لم یحصل العلم الا بالسفر»؛ «کسب دانش فقط با سفر ممکن می‌شود».

«شیخ جعفر شوشتری»<sup>۱</sup> و....

«علامه امینی»، پس از بازگشت از سفر هند می گوید: «... من اگر مرجع بودم و وجوهات شرعی به دست من می رسید، همه را به طلاب می دادم، تا سفر کنند، حرکت کنند. می گفتم این هزینه، بروید جهان و انسان را بشناسید».<sup>۲</sup>

### ویژگی های گردشگری دینی

گردشگری وسیله ای است که افراد را با مذاهب و فرهنگ های متفاوت به یکدیگر پیوند می دهد و به آنها کمک می کند تا همدیگر را، با وجود تنش های سیاسی و اجتماعی، بهتر درک کنند. مذهب از نظر سازمان جهانی جهانگردی، یکی از انگیزه های اصلی سفر شناخته شده است.<sup>۳</sup>

سفر با انگیزه دینی، ویژگی هایی دارد که سبب تمایز آن می شود:

### الزامی بودن

بسیاری از معارف دینی در قالب بایدها و نبایدها خود نمایی می کند. لازمه برخی از این دستورات سفر است. با نگاهی درون دینی به دستورهای اسلامی، می توان حج را مثال کاملی از سفری الزامی دانست. هر مسلمان با وجود شرایط آن مکلف است در طول عمر خود یک مرتبه به حج رود و اعمال و مناسک این آیین ابراهیمی را انجام دهد. صرف نظر از حج، تأکید فراوان و دستورهای مستحبی است که مخاطب خود را به سفر عمره، زیارت قبر نبی مکرم اسلام ﷺ و اهل بیت ائمه اطهار ایشانشان به ویژه امام حسین (ع) فرا می خواند.

### تکرار پذیری

در سفرهای تفریحی و سیاحتی، گردشگر بعد از مسافرت به نقطه ای، کمتر مایل است دوباره به همان جا سفر کند. بلکه ترجیح می دهد در آینده، مکان دیگری را برای سفر انتخاب کند و لذت تجربه ای نو را بچشد.

اما این امر در سفرهای دینی به طور کامل متفاوت است. به عبارت دیگر، گردشگر مذهبی صرف نظر از استحباب تکرار سفرهای زیارتی، برای تقرب به خداوند متعال، و کسب آرامش درونی، همیشه آرزوی بازگشت را دارد و تلاش می کند این درک ناب معنوی را در خود تکرار کند.

۱. ریحانه الادب فی تراجم المعروفین بالکنیه او اللقب، محمدعلی مدرس، ج ۳، ص ۲۵۹.

۲. حماسه غدیر، ص ۲۸۵.

۳. جهانگرد و جهانگردی، علی شمعی، نشریه پژوهش دانشگاه یزد، ش ۶۴، ص ۳۰.



### دارا بودن اعمال پیشینی و پسینی

سفرهای دینی به اعمال قبل و بعد از سفر، بنابه فرهنگ‌های مختلف، آمیخته شده است؛ از آیین بدرقه تا مجالس ویژه استقبال. همین امر سبب می‌شود تا این سفر به یادماندنی‌تر و پرخاطره‌تر شود و در نتیجه، تأثیر سفر فقط برای شخص مسافر نباشد. همچنین تأکید بر تهیه سوغات، سبب پایداری بیشتر تأثیر سفر می‌شود.

### زمانمند بودن

یکی دیگر از شاخصه‌های سفر دینی، زمانمند بودن آن است. این زمانمندی از دو نظر درخور توجه است: یکی زمان سفر و دیگری مدت اقامت در مقصد. این امر در بسیاری از ادیان وجود دارد که معتقدان به آن دین، هر ساله در زمان و مکان مشخصی جمع می‌شوند و اعمال عبادی خود را انجام می‌دهند؛ مانند مراسم حج در فرهنگ اسلامی و عید «گانش» در هندوستان. درباره مدت اقامت نیز دستورهای دینی وجود دارد که باید آنها را برای شرکت در آن مراسم خاص رعایت کرد.

### وجود جاذبه‌های تاریخی - تمدنی

دین یا سازنده فرهنگ و تمدن بوده است، یا در شکل‌گیری آن تأثیر بسزا داشته است. از این رو بسیاری از مقاصد گردشگری دینی، آینه تمام‌نمای فرهنگ و تمدن خود است و فقط کارکرد درون‌دینی ندارند.

وقوع رخدادها مهم تاریخی، وجود مراکز علمی، معماری‌های باستانی، جاذبه‌های طبیعی و... کنار مقاصد گردشگری دینی، هم رفت و آمد به آنجا را رونق می‌بخشد و هم انگیزه‌ای برای غیرمعتقدان به آن دین و آیین می‌شود تا از آن منطقه بازدید کنند.<sup>۱</sup>

### راهکارهای تعمیق آثار و برکات حج با رویکرد گردشگری دینی

#### بازاریابی گردشگری دینی

شاید نگاه مهم در بازاریابی گردشگری دینی، شناسایی مناطق گردشگری است؛ به گونه‌ای که سلايق آنها درك، و تأمين شود.<sup>۲</sup> هدف بازاریابی این است که نیازها و خواسته‌های مخاطب خود را

۱. معماری سنتی، راهی برای رونق گردشگری، آيسا اسدی، روزنامه جام‌جم.

۲. شناخت سلايق گردشگران مذهبي و اجرائی نمودن آنها، لایف استایل، مترجم: حسن بنانج، روزنامه شرق، تهران.



درک کند و بتواند برای پاسخگویی به آنها برنامه‌ریزی مناسبی انجام دهد و در این فرایند از اهرم‌های اطلاع‌رسانی مناسب برای جاذبه‌ها و زیرساخت‌های فراهم شده استفاده کند.<sup>۱</sup> تحقق این مسئله مهم، به وجود تیمی متخصص برای رصد نیازهای مختلف جوامع هدف، طبقه‌بندی و اولویت بندی آنها، ارائه راهکارهای کوتاه‌مدت و میان‌مدت در این زمینه و اطلاع‌رسانی به زبان‌های گوناگون وابسته است.

### روز بین المللی حج

تعظیم شعائر دینی، از موارد تأکید شده در دین مبین اسلام است.<sup>۲</sup> بی‌شک بزرگداشت حج، نبی مکرم اسلام ﷺ و خاندان طاهرش علیهم‌السلام یکی از مصادیق بارز همان تعظیم خواهد بود. از این رو، وجود فرازهای گوناگون در تاریخ اسلام و تشیع، می‌تواند سبب‌ساز انتخاب روزی به نام «روز بین المللی حج» شود.

در فرهنگ غنی شیعه نیز آداب و اعمال خاصی برای ایام مخصوص و منتسب به اهل بیت علیهم‌السلام ذکر شده است که می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب و بسترسازی لازم، اعمال مربوط را در آن سرزمین مقدس اجرا کرد.

کنار این برنامه‌های عبادی، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف نیز می‌تواند در جذب گردشگر دینی با سلاقی مختلف تأثیر جدی داشته باشد.

افزون بر این، چنانچه برنامه‌ریزی مناسبی صورت پذیرد، حتی می‌توان برای سفر حج، برنامه‌ها و فعالیت‌هایی را از مبادی سفر گردشگران طراحی و اجرایی کرد. با استفاده از پتانسیل رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی در کشورهای دیگر و بهره‌مندی از سایر نهادهای فرهنگی مستقر در خارج، می‌توان حضور تعداد بسیاری از زائران را شاهد باشیم.

### ایجاد و گسترش نمادهای حج ابراهیمی

امروزه نمادها اهمیت بسیاری دارد؛ تا جایی که توسعه و تبلیغ اندیشه‌ها، از رواج نمادها شروع می‌شود.<sup>۳</sup> به عبارت دیگر زبان نماد و سمبل، بسیار اثرگذار و ماندگار است. نمادها، بیشتر یادآور اندیشه‌ها و وقایع است. البته در استمرار خاطره نیز نقش بسزایی دارد.

نمادها در آموزه‌های دینی ما نیز به وفور یافت می‌شود. به نظر می‌رسد با طراحی و ساخت نمادها و

۱. مدیریت بازاریابی، فیلیپ کاتلر، مترجم: بهمن فروزنده، ص ۵۵.

۲. حج: ۳۲.

۳. جاده ولایت، منصوره قلی پور، مجله پگاه حوزه، ش ۱۷۵، ص ۲۴.



نشانه‌های اسلامی زیبا، اثرگذار و متنوع، می‌توان راهی برای یادآوری خاطرات خوش سفر و اثرات شگرف زیارت، در مخاطب ایجاد کرد. نمادی که می‌تواند برای سوغات و هدیه نیز استفاده شود. در ابتدا می‌توان ارائه ایده، طراحی و ساخت این نمادها را به مسابقه گذاشت. می‌تواند زمان برگزاری برخی از این مسابقات، همان ایام سفر به سرزمین وحی باشد.

#### فناوری‌های ارتباطاتی

مراد از فناوری‌های ارتباطاتی، استفاده از ابزار و فناوری‌های گوناگون برای برقراری ارتباطی دوسویه و پاسخ به سؤالات و نیازهای زائران حتی قبل و بعد از تشریف است. به یقین، باید برای کارآیی بیشتر، آن را چند زبانه طراحی کرد. برخی از این فناوری‌ها عبارت است از:

#### ۱. ارتباطات تلفنی

با استفاده از تلفن می‌توان به چند صورت خدمات‌رسانی کرد. در سیستم تلفن گویا، تماس گیرنده با شروع تماس به یک صفحه صوتی راهنمایی می‌شود و پس از انتخاب زبان مورد نظر، می‌تواند از برنامه‌ها مطلع شود، سؤال خود را مطرح کند، نظر و انتقاد خود را ثبت کند و... این سیستم می‌تواند در هتل‌ها و سایر مراکز در اختیار بعثه، فعال شود.

#### ۲. سایت اینترنتی

نظر به گسترش و تنوع خدمات ارائه شده از طریق اینترنت و پیشرفت فناوری آن، باید با طراحی سایت‌های گوناگون، هم به معرفی حج، شخصیت‌های دینی و فعالیت‌های مرتبط با حج پرداخت و هم با بهره‌گیری از فناوری آن، درصدد رفع نیازهای زائران برآمد. باید در این سایت، افزون بر وجود اطلاعات و اخبار مربوط به حج، تالارهای گفتگویی با حضور متخصصان هر موضوع، ارائه نوشته‌های اینترنتی هفتگی یا ماهانه و بانک‌های اطلاعاتی گوناگون و پرمحتوایی را برای مخاطبان خود، با امکان به‌روزرسانی، طراحی کرد.

#### ۳. اینفو کیوسک

برای ساماندهی بهتر اوقات زائران در طول سفر، اطلاع‌رسانی برنامه‌ها و ارائه پاسخ به سؤالات و دغدغه‌های ایشان، اینفو کیوسک‌هایی در نقاط پررفت و آمد راه‌اندازی شود. این اینفو کیوسک‌ها با اتصال شبکه‌ای بین خود، تمام مطالب سایت‌های مرتبط و مفید، نرم‌افزارهای مذهبی، چگونگی برگزاری مسابقات فرهنگی و نظرسنجی‌های متعدد، ارتباط با دفاتر مراجع، موقعیت‌سنجی با مکان‌های مختلف مکه و مدینه، اوقات شرعی و اعمال روز و... را ارائه می‌کند.

#### ۴. راهنمای صوتی و سامانه ارسال بلوتوث

نظر به محدودیت‌های مختلف، تهیه کردن و به امانت گذاردن راهنمای صوتی<sup>۱</sup> می‌تواند مفید باشد. راهنمای صوتی، یک پخش‌کننده دیجیتال است که صفحه کلیدی مانند موبایل دارد و هدفنی همراه آن است. زائر می‌تواند آن را از عوامل هتل به امانت بگیرد و پس از روشن کردن، زبان مورد نظر را انتخاب کند. فایل‌های موجود در راهنمای صوتی شامل آداب زیارت و ادعیه وارد شده از ابتدا تا انتهای زیارت، برخی ادعیه و زیارات عمومی، برخی سخنرانی‌های معرفی، معرفی خدمات ارائه شده در طول سفر، تاریخچه مکه و مدینه و... است. ارائه نقشه و راهنمای استفاده به زبان زائر، او را در استفاده از آن کمک خواهد کرد.

همچنین بنابه گسترش چشمگیر تلفن همراه و امکان دریافت موج FM به وسیله آن، رادیو زائر می‌تواند برنامه‌های بعثه را به صورت زنده و بازپخش به زائران اطلاع‌رسانی کند. همچنین ادعیه و مناجات پخش کند. آداب زیارت و برخی احکام مورد نیاز زائران و مسافران را ارائه دهد و... یکی دیگر از امکانات تلفن همراه، ارسال و دریافت فایل‌های مختلف از طریق بلوتوث است. با نصب دستگاه فرستنده بلوتوث در هتل‌ها، می‌توان اخبار، برنامه‌ها، تصاویر، نقشه، سخنرانی‌ها، مداحی‌های مختلف و... را به صورت‌های گوناگون در اختیار زائران قرار داد.

#### ۵. زیارت مجازی

در واقع، زیارت، ارتباط قلبی زائر و درک حضور زیارت‌شونده است. از این رو می‌توان با طراحی پایگاهی، امکان زیارت مجازی ارادتمندان را فراهم کرد. همچنین می‌توان این پایگاه را به گونه‌ای طراحی کرد که عکس‌های متنوع، برنامه‌های فرهنگی و... دریافت شدنی باشد.

#### طراحی و اجرای بسته‌های مختلف زیارتی

حضور میلیونی زائران از نقاط مختلف جهان، تفاوت نیاز، اختلاف باور، وجود اقوام گوناگون و جنسیت‌ها، برخورداری از آگاهی‌های متفاوت و... سبب می‌شود تا بسته‌های زیارتی معرفی گوناگونی طراحی، و به صورت آزمایشی اجرا شود. در این بسته‌ها، متناسب با حضور و اقامت زائر، برنامه‌هایی، که همانند قطعه‌های مرتبط به هم باشد، اجرا می‌شود.

نکته درخور توجه در چنین برنامه‌ریزی، این است که زائر در هر قسمتی از این سلسله برنامه جدا شود، پیام برنامه را تا همان مرحله دریافت می‌کند. اما در صورت همراهی با تمام برنامه‌ها، از نتایج بیشتری بهره‌مند خواهد شد.

۱. voice guide.



باید برنامه‌های عبادی، مسابقات، بازدیدها، نشست‌های فرهنگی، بسته‌های اهدایی، محافل انس، جلسات مشاوره، سخنرانی‌ها و... در طراحی یک بسته با لحاظ ملاک‌های مختلف صورت گیرد.

#### استفاده از پتانسیل حضور زائران خاص

زیارت به قشر و گروه خاصی منحصر نیست. بسیاری از اندیشمندان، فرهیختگان، هنرمندان و... نیز به زیارت مشرف می‌شوند. شناسایی و آگاهی از برنامه‌های ایشان کار دشواری نیست. حضور این‌گونه افراد سبب رونق و تعمیق هرچه بیشتر فعالیت‌های فرهنگی می‌شود و از سویی آنان را از نزدیک آشنا و درگیر مسائل اجرایی و محتوایی می‌کند. این ارتباط می‌تواند در عرصه‌های مختلف، راهگشای مجموعه برنامه‌های بعثه باشد.

صرف نظر از حضور و استفاده برخی از ایشان در برنامه‌های عمومی، می‌توان با رویکرد افزایش معرفت، نشست‌هایی اختصاصی برگزار کرد. این نشست‌ها با رویکرد دانش‌افزایی، بصیرت‌آفرینی و ایجاد مهارت می‌تواند در بخش‌های مختلف، برنامه‌ریزی و اجرا شود. افزون بر اینها حتی آنان می‌توانند بنابه فرصت و علاقه‌شان، خادم افتخاری فرهنگی شوند.

#### نتیجه

امروزه گردشگری، به تمام نقاط جهان صورت می‌گیرد که این خود بیانگر حقیقت‌یابی انسان، توسعه تکنولوژی و گسترش سرمایه‌گذاری در عصر کنونی است. در واقع، جریان سرمایه فرهنگی و اطلاعات در چارچوبی مدیریتی، با عبور از مرزها، سبب ارتباطات روزافزون ملل مختلف شده است.

بسیاری از سفرهای امروز دنیا، سفرهای دینی و معنوی است. بی‌شک، حج و آورده‌های فراوان آن، می‌تواند بارزترین مصداق گردشگری دینی به حساب آید. هرچند در این رابطه فعالیت‌های شایسته‌ای انجام شده است، ولی نبود برنامه‌ای همه‌جانبه سبب شده است تا زائر در جایگاه واقعی خود در حج، و در نقطه هدف گردشگری مذهبی قرار نگیرد.

در این نوشتار مختصر تلاش شد راهکارهای ساده و دست‌یافتنی را، با محوریت مناسک ابراهیمی، برای توسعه گردشگری دینی بیان کنیم. البته اجرایی شدن این موارد، نیازمند وجود برنامه و تعیین نقش و اهمیت هر کدام برای تحقق چنین هدفی است. این نکته را هم نباید فراموش کرد که رضایتمندی هر زائر می‌تواند به توسعه سفر دیگران بینجامد.

## منابع

۱. قرآن کریم
۲. نهج البلاغه
۳. الخصال، محمدبن علی ابن بابویه (صدوق)، قم، چاپ پنجم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۳۷۴ ه.ش.
۴. من لایحضره الفقیه، محمد بن علی ابن بابویه (صدوق)، چاپ اول، تهران، صدوق، ۱۳۶۸ ه.ش.
۵. معماری سنتی، آیسا اسدی، راهی برای رونق گردشگری، روزنامه جام جم، تهران.
۶. مروری بر صنعت گردشگری، سیمین تولایی، تهران، دانشگاه تربیت معلم، ۱۳۸۶ ه.ش.
۷. نقش گردشگری در فرآیند همگرایی فرهنگی کشورهای اسلامی، حمید جلالیان و سمیه برداران، مجموعه مقالات کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان.
۸. حماسه غدیر، محمدرضا حکیمی، چاپ بیست و نهم، قم، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۵ ه.ش.
۹. جغرافیا و صنعت توریسم، علی اصغر رضوانی، چاپ ۴، تهران، دانشگاه پیام نور، ۱۳۷۶.
۱۰. گردشگری در سیره معصومان علیهم السلام و ابرار، سید عباس رضوی، قم، فصلنامه فقه، ۱۳۸۶ ه.ش.
۱۱. طبقات الشافعیه الکبری، عبدالوهاب بن علی سبکی، قاهره، حلبی، ۱۴۱۳ ه.ق.
۱۲. جهانگرد و جهانگردی، علی شمعی، یزد، نشریه پژوهش دانشگاه یزد، ۱۳۸۱ ه.ش.
۱۳. نقش جهانگردی در فرآیند همگرایی و توسعه فرهنگی کشورهای اسلامی، علی شمعی، تهران، نامه پژوهش، ۱۳۸۷ ه.ش.
۱۴. ضرورت‌های توسعه گردشگری مذهبی در ایران، ساناز عرب‌خندری، مجله خیمه، تهران، ۱۳۸۷ ه.ش.
۱۵. نقش گردشگری در فرآیند همگرایی فرهنگی کشورهای اسلامی، مرتضی فرامرزی، وعباسه سرپرست، مجموعه مقالات کنگره بین المللی جغرافیدانان جهان اسلام، زاهدان.
۱۶. جاده ولایت، منصوره قلی پور، مجله نگاه حوزه، قم، ۱۳۸۴ ه.ش.
۱۷. مدیریت بازاریابی، فیلیپ کاتلر، ترجمه بهمن فروزنده. چاپ سوم، اصفهان، نشر آموخته، ۱۳۸۵ ه.ش.
۱۸. مدیریت گردشگری، مهدی کاظمی، تهران، سمت، ۱۳۸۵ ه.ش.
۱۹. شناخت سلايق گردشگران مذهبی و اجرایی نمودن آنها، لایف استایل، مترجم: حسن بنانج، روزنامه شرق، تهران.
۲۰. آمد و شد با جهانگرد غیر مسلمان، عباس مخلصي، فصلنامه فقه، قم، ۱۳۸۶ ه.ش.
۲۱. ریحانة الادب فی تراجم المعروفین بالکنیه او اللقب، محمدعلی مدرس، چاپ دوم، تبریز، شفق، بی تا.
۲۲. فقیهان جهانگرد، سید عباس میری، قم، فصلنامه فقه، ۱۳۸۶ ه.ش.
۲۳. گردشگری در قرآن، ابوالقاسم یعقوبی، فصلنامه فقه، قم، ۱۳۸۶ ه.ش.



## حج و زمینه‌های همکاری اقتصادی بین کشورهای اسلامی

محمد جعفر احمدی

### چکیده

استقبال مسلمانان از فریضه حج از یک طرف و نبود زیرساخت‌ها و زمینه‌های لازم برای انجام مراسم حج متناسب با تعداد حجاج از قبیل: اسکان، حمل و نقل، تغذیه، تامین مایحتاج و امکانات رفاهی حجاج از سوی دیگر، باعث شده است دولت عربستان سعودی، محدودیت‌هایی را در پذیرش حجاج کشورهای اسلامی اعمال کند و به سهمیه‌بندی حجاج از کشورهای اسلامی روی آورد.

استفاده از ابزار سهمیه‌بندی حجاج کشورها، باعث شده است که مسلمانان سال‌ها در نوبت حج باشند و به انتظار بنشینند و بسا تعدادی از آنها از دنیا بروند در حالی که واجب شرعی خود را انجام نداده‌اند.

استفاده از سهمیه‌بندی گرچه ممکن است در کوتاه مدت با قاعده عسر و حرج توجیه گردد. اما در بلند مدت و میان مدت قابل توجیه نیست بلکه بدعت و سد سبیل و خلاف سیره نبوی محسوب می‌شود.

دولت عربستان سعودی بر حسب الزامات شرعی مجبور است، سایر کشورهای اسلامی را در ایجاد ساختارها و زمینه‌های لازم و متناسب با شأن حجاج، مشارکت دهد.

این مشارکت می‌تواند در قالب سرمایه‌گذاری در زمینه‌های اسکان، حمل و نقل، تغذیه، تهیه و تامین مایحتاج و بهداشت حجاج صورت گیرد که مقاله حاضر این زمینه‌ها را با عنوان زمینه همکاری‌های اقتصادی حج مورد بحث و بررسی قرار داده است.

**کلیدواژه‌ها:** محدودیت‌های حج، سهمیه‌بندی حجاج، ساختارها و زمینه‌های لازم برای برگزاری حج، تعداد حجاج شرکت‌کننده در حج سال ۱۴۳۲ ه.ق.



برآورد تعداد حجاج در ده سال آتی، زمینه‌های همکاری اقتصادی حج، مشارکت کشورها در تأمین ساختارهای حج، زمینه‌های سرمایه‌گذاری در حج.

## مقدمه

حج در اسلام به خاطر ابعاد عبادی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، از جایگاه ویژه و منحصر به فردی، برخوردار است. خداوند در آیاتی به این ویژگی‌ها اشاره فرموده که برخی از آنها عبارتند از:

۱. حج وسیله قیام و پایداری و استمرار حیات امت اسلامی؛<sup>(۱)</sup>
۲. هدایت و مایه برکت عالمیان؛<sup>(۲)</sup>
۳. سبب تأمین منافع و معیشت مردم؛<sup>(۳)</sup>
۴. تعظیم شعائر اسلامی؛<sup>(۴)</sup>
۵. همراهی دین و دنیا.<sup>(۵)</sup>

به دلیل این ویژگی‌های حج است که خداوند به پیامبر اسلام ﷺ، دستور می‌دهد که همه را به سوی حج، چه سواره، و چه پیاده، جهت هر چه با شکوه‌تر برگزار شدن آن فراخواند.<sup>(۶)</sup> خداوند اوقات حج را به دو بخش تقسیم می‌نماید. بخشی از اوقات حج را برای انجام عبادت و خضوع، خشوع و اظهار بندگی در مقابل خداوند متعال<sup>(۷)</sup> و بخش دیگر از اوقات حج را پرداختن به امور مربوط به وضعیت اقتصادی و معیشت مردم<sup>(۸)</sup> و تأمین نیازهای امت بیان می‌کند. بررسی و ارائه راهکارهای مناسب جهت بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای اسلامی، یکی از آن منافع است که باید در حج عنوان شود.

۱. «جَعَلَ اللَّهُ الْكَعْبَةَ الْيَتِيمَ الْحَرَامَ قِيَامًا لِلنَّاسِ» مائده: ۹۷.
۲. «إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِّلْعَالَمِينَ» آل عمران: ۹۶.
۳. «لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ وَيَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ فِي أَيَّامٍ مَّعْلُومَاتٍ عَلَيَّ مَا رَزَقَهُمْ مِنْ بَيْمَاتٍ» حج: ۲۸.
۴. «وَمَنْ يُعْظِمِ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ» حج: ۳۲.
۵. «لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَقَضْتُمْ مِنْ عَرَافَاتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ» البقره: ۱۹۸.
۶. «وَيَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ فِي أَيَّامٍ مَّعْلُومَاتٍ عَلَيَّ مَا رَزَقَهُمْ مِنْ بَيْمَاتٍ الْأَنْعَامِ فَكُلُوا مِنْهَا وَأَطْعِمُوا الْبَائِسَ الْفَقِيرَ \* ثُمَّ لِيُقْضَىٰ لَهُمْ وَأَلْفُوا نُدُورَهُمْ وَلِيُظَوَّفُوا بِالْبَيْتِ الْعَتِيقِ» حج: ۲۸ و ۲۹.
۷. «وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ» حج: ۲۷.
۸. حج: ۳.
۹. حج: ۵.



### همفکری و بررسی راهکارهای بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای اسلامی

برخی از امور که وضعیت اقتصادی و منافع امت اسلامی را محقق می‌بخشد عبارتند از:

۱. بررسی و تبیین نظام اقتصادی اسلام؛
۲. تلاش برای یافتن ابزارها و روشهای انطباق فعالیت‌های اقتصادی با اقتصادی اسلامی و عملیاتی کردن آن؛
۳. آشنایی کشورها با بازارها و محصولات تولیدی و خدمات همدیگر؛
۴. مشارکت کشورها در تامین کالاها و خدمات مورد نیاز همدیگر؛
۵. شناخت و تجزیه و تحلیل بحران‌های موجود در کشورهای اسلامی و یافتن راه حل‌ها؛
۶. تنظیم قراردادهای اقتصادی بین کشورهای اسلامی؛
۷. تشکیل دبیرخانه حج، جهت مدیریت نشست‌ها و همایش‌های کارشناسان ارشد کشورهای اسلامی؛
۸. برنامه‌ریزی جهت برگزاری مراسم حج و رفع محدودیت‌ها و استفاده از فرصت‌های حج.

### حج و زمینه‌های همکاری اقتصادی کشورهای مسلمان

انجام مراسم حج و فراهم نمودن تسهیلات متناسب با شأن و منزلت حجاج نیازمند اقدامات زیر است:

۱. حمل و نقل حجاج از کشورها؛
  ۲. اسکان آنها در شهرهای مکه و مدینه؛
  ۳. حمل و نقل حجاج در شهرهای مکه و مدینه؛
  ۴. تغذیه؛
  ۵. مراقبت‌های بهداشتی؛
  ۶. نقل و انتقال وجوه مورد نیاز حجاج از کشورهای مبدأ به عربستان؛
  ۷. تأمین تقاضاهای حجاج در مورد کالاها و خدمات مورد نیاز در بازارهای مکه و مدینه.
- این لوازم و شرایط هفت‌گانه، محدودیت‌هایی را برای دولت عربستان ایجاد کرده و باعث شده که این دولت در پذیرش و اعزام حجاج از سوی کشورهای اسلامی به عربستان، اقدام به سهمیه‌بندی و تعیین سقف برای کشورها نماید.
- تعیین سقف و سهم‌بندی، موجب شده است مسلمانان مستطیع، سال‌ها در نوبت و انتظار حج بمانند و در این مدت انتظار، یا از استطاعت می‌افتند یا بسیاری از دنیا می‌روند، درحالی که عمل واجب شرعی خود را انجام نداده‌اند.



ایجاد محدودیت و ممانعت از حج، ممکن است در یک یا دو سال با قاعده عسر و حرج توجیه شود، اما بیشتر از آن توجیه شرعی ندارد بلکه بدعت محسوب می‌شود و خلاف دستور قرآن<sup>۱</sup> و اقدامی است که مورد رضایت مسلمان نیست.

انجام تکالیف شرعی مربوط به مکه و مدینه اعم از اعمال واجب و مستحبی بخشی از حقوق مسلم و شناخته شده مسلمانان است که خداوند برای بندگانش خود به صورت اوامر مولوی و ارشادی به رسمیت شناخته است و ممانعت مسلمین از انجام واجبات و مستحبات مربوط به این دو شهر، به عنوان سببی سبیل الله تلقی می‌شود و حاکمیت دولت عربستان سعودی نباید باعث سلب حقوق شرعی مسلمین از آنها گردد.

#### برخی فضائل مکه و مدینه و خواسته‌های مسلمین:

۱. حضور در مکه و مشاعر و مشاهد و انجام مراسم حج، به منظور امتثال امر خداوند توسط بندگانش خدا به عنوان انجام پنجمین رکن دین محسوب می‌شود.<sup>(۲)</sup>
۲. درک فضیلت اعمال از قبیل نماز و دعا در مکه و مدینه، عرفه و زیارت قبر پیامبر ﷺ در کتب احادیث و روایات مورد تاکید و تشویق قرار گرفته است.<sup>(۳)</sup>
۳. امام صادق علیه السلام در روایتی می‌فرماید: «هیچ طاعتی پاداشش به پاداش حج نمی‌رسد».<sup>(۴)</sup>
۴. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله به اعرابی که سؤال کرده بود: «اگر هزینه حج را در راه خدا انفاق کنم، ثواب حج را بدست می‌آورم؟» فرمود: «اگر به اندازه کوه ابوقبیس طلای سرخ انفاق کنی به ثواب حج نخواهی رسید».<sup>(۵)</sup>
۵. توصیه و تاکید امام علی علیه السلام به فرزندش امام حسن مجتبی علیه السلام: «الله الله فی بیت ربکم»<sup>(۶)</sup>
۶. که بیت خدا را خالی نگذارید.
۷. نحوه خروج پیامبر از مدینه به سوی مکه و دستور به مؤذنین که با صدای بلند اعلام کنند که پیامبر

۱. «وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ» حج: ۲۷.

۲. حجة النبي صلی الله علیه و آله و احکام الحج والعمرة فی الاسلام و الدیانات الأخری، أحمد عبدالغفور عطار، مکه مکرمه، چاپ دوم، منشورات وزارة الحج و الاوقاف ۱۳۹۶ ص ۸۴.

۳. صحیح البخاری بشرح الکرمانی، المجلد ۸، دار الفکر، ص ۱۰۲؛ صحیح مسلم بشرح النووی، المجلد ۵، باب فضل الحج و العمرة، ص ۱۱۹ - ۱۳۴ دار الکتب العربی بیروت؛ کتاب الحج و السنة، مرکز تحقیقات الحج، باب اول ص ۴۷ نشر مشعر.

۴. جایگاه حج در اندیشه اسلامی، سید علی قاضی عسکر، نشر مشعر ۱۳۸۷.

۵. فروع کافی، کلینی، ج ۴، ص ۲۵۸.

۶. شرح نهج البلاغه نامه ۴۷ ترجمه محمد دشتی، دفتر نشر الهادی، ص ۵۵۸، ۱۳۷۹.

جهت تعظیم شعائر به حج می‌رود. (۱)

۸. در فضیلت درک عرفه پیامبر ﷺ فرمودند: «گناهکارترین شخص کسی است که در عرفه وقوف کند و گمان کند که خداوند گناهان او را نبخشیده است.» (۲)

۹. در روایتی امام علی علیه السلام فرمودند: «کسی که حج بجا آورد و مرتکب فسق و گناه نشود از گناهان پاک می‌شود که گویا تازه از مادر متولد شده است.» (۳)

۱۰. در روایتی امام صادق علیه السلام فرمودند: «محبوب‌ترین زمین و بهترین خاک و محبوب‌ترین سنگ و محبوب‌ترین درخت و محبوب‌ترین کوه و محبوب‌ترین آب، در روی زمین مربوطه به مکه است.» (۴)

۱۱. در حدیثی امام صادق علیه السلام از پیامبر نقل فرموده‌اند که پیامبر خدا ﷺ فرمودند: حج و عمره فقر را از بین می‌برند چنانکه آتش زنگ آهن را از بین می‌برد.» (۵)

با توجه به این همه فضائل چگونه می‌شود مسلمانان را به بهانه نبود زیرساخت لازم و عدم ظرفیت شهرهای مکه و مدینه، از این اجر و ثواب و اثرات معنوی و وضعی حج محروم کرد؟!

بطور قطع در صورتی که اقدامات هفت‌گانه و زیرساخت مربوطه فراهم گردد، دولت عربستان محدودیت‌ها را در پذیرش حجاج بر خواهد داشت و حجاج بیشتری را پذیرش خواهد کرد.

از آنجائی که ایجاد این زیرساخت‌ها و بسترهای هفت‌گانه، از نظر مالی بسیار هنگفت است و عربستان به تنهایی توان ایجاد آنها را ندارد، در نتیجه دولت‌های اسلامی باید در ایجاد و فراهم نمودن آن مشارکت کنند. تا بدین طریق محدودیت‌هایی که اعزام حجاج از کشورهای اسلامی برای تشریف به حج را با محدودیت و سهمیه‌بندی مواجه ساخته است، برطرف نمایند.

بدیهی است که دولت عربستان سعودی می‌بایست از امکانات سایر کشورها بهره‌گیرد. از آنجائی که بهره‌گرفتن از دولت‌های غیر اسلامی با روح حج، شرع و قاعده نفی سبیل: ﴿لَنْ يُجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾<sup>(۶)</sup> مغایرت دارد لذا دولت عربستان سعودی، تنها با مشارکت کشورهای اسلامی

۱. الحج عبر الحضارات والامم، ماجده آل مرتضى المومن، نشر مشعر چاپ اول ص ۱۷۲.

۲. وسایل الشیعة، ج ۱۳، ص ۵۴۷، ح ۱۸۰۴۷.

۳. سفینه البحار، ج ۱، ص ۲۱۱.

۴. محجة البیضاء، فیض کاشانی، ج ۲، ص ۱۵۲.

۵. التهذیب، شیخ طوسی، ج ۱، ص ۴۴۸.

۶. ﴿لَا يَتَّخِذُ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاةً وَيُحَذِّرْكُمْ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ﴾ آل عمران: ۲۸.



می‌تواند بسترهای لازم را فراهم نماید.

دولت‌های اسلامی و دولت عربستان سعودی، باید بدانند که اقدامات مورد نیاز برای برگزاری موفق مراسم حج و عمره در دراز مدت، از توان یک یا چند کشور خارج است و لازم است به مشارکت جمعی روی بیاورند. به منظور درک و فهم این موضوع، تعداد حجاج و معتمرین شرکت کننده در سال جاری، و تعداد آنها در طی ده سال آینده را که در جداول زیر برآورد و درج شده، قابل ملاحظه است.

برحسب گزارش اداره آمار عامه و معلومات عربستان سعودی در سال ۱۴۳۱ تعداد حجاج شرکت کننده در مراسم حج تمتع را ۲/۷۸۹/۳۹۹ نفر اعلام کرد که از این تعداد ۱۷۹۹۶۰۱ نفر از خارج عربستان و تعداد ۹۸۹۷۹۸ نفر خارجیان مقیم عربستان بودند.<sup>(۱)</sup>

در سال ۱۴۳۲ این اداره، تعداد حجاج شرکت کننده در موسم حج را ۲/۹۲۷/۷۱۷ نفر اعلام نمود از این تعداد، ۱/۸۲۸/۱۹۵ نفر از خارج عربستان سعودی و تعدادی ۱/۰۹۹/۵۲۲ نفر افراد خارجی مقیم عربستان بودند.<sup>(۲)</sup>

تعداد حجاج در سال ۱۴۳۲، ۵٪ بیشتر از تعداد حجاج سال قبل بوده است. تعداد حجاج در این سال ۱۳۸/۳۱۸ نفر بیشتر از سال گذشته بوده است.

همین اداره تعداد معتمرین، در سال ۱۴۳۲ (۲۰۱۱) را بالغ بر ۵ میلیون نفر ذکر کرد. و در این راستا وزارت حج عربستان سعودی، تعداد معتمرین در سال ۱۴۳۲ را ۴/۹۲۶/۷۹۵ نفر اعلام کرد که ۱/۰۸۸/۸۵۱ نفر بیشتر از سال گذشته بوده است یعنی نسبت به سال گذشته ۳۰٪ بیشتر بوده است. از کل معتمرین، تعداد ۹۱۷/۱۳۸ نفر افراد خارجی مقیم عربستان بوده‌اند.<sup>(۳)</sup>

با توجه به گزارش مسئولین عربستان سعودی در خصوص تعداد حجاج حج تمتع و تعداد معتمرین، انتظار می‌رود در ده سال آینده تعداد حجاج تمتع و عمره، به ارقام زیر که در جدول‌های ۱ و ۳ محاسبه و برآورد شده است، افزایش یابد.

اگر تعداد حجاج حج تمتع ۲/۹۲۷/۷۱۷ باشند و هر سال همانند سال ۱۴۳۲، ۵۰ درصد رشد داشته باشد، انتظار می‌رود این تعداد در سال ۱۳۹۵ به ۳/۶۱۹/۳۰۷ نفر و در سال ۱۴۰۰ به رقم ۴/۳۱۰/۸۹۷ افزایش

﴿الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الْكَاْفِرِينَ أَزْوَاجًا مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ أَلْبَسُوا لَهُمُ الْعُرَةَ فَإِنَّ الْعُرَةَ لِلَّهِ جَمِيعًا﴾ نساء: ۱۲۹ - ﴿وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾ نساء: ۱۴۱

۱. www. Daralhadarah.Com. sa.

۲. www. Alriyadh.com - www. Alanbat.net - www. Arabic . Arabia. msn.com.

۳. www.wahatarab.co - www. Lavsas.com.

یابد. با در نظر گرفتن ارقام فوق اقدامات مورد نیاز در خصوص حمل و نقل حجاج از کشورهای مبدأ به مکه و مدینه در صورتی که یک سوم حجاج با هواپیما جابجا شوند در سال ۱۳۹۰، ۹۷۵۹ صوتی پرواز و در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۱۲۰۶۴ و در سال ۱۴۰۰ به رقم ۱۴۳۷۰ صوتی پرواز خواهد رسید.

برای جابجایی این تعداد حجاج در داخل شهرهای مکه و مدینه، در سال ۱۳۹۰ به تعداد ۱۰/۹۷۸/۹۳۹ سرویس اتوبوس و در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۱۳/۵۷۲/۴۰۲ سرویس و در سال ۱۴۰۰ این تعداد به رقم ۱۶/۱۶۵/۸۶۵ سرویس خواهد رسید.

در مورد اسکان حجاج در سال ۱۳۹۰ تعداد اتاق مورد نیاز ۹۷۵۹۰۶ عدد و در سال ۱۳۹۵ تعداد ۱/۵۰۶/۴۳۶ و در سال ۱۴۰۰ این تعداد به رقم ۲/۶۹۴/۳۱۱ افزایش خواهد یافت.

در مورد تعداد قربانی در سال ۱۳۹۰ تعداد ۳/۰۰۰/۰۰۰ رأس و در سال ۱۳۹۵ تعداد قربانی به ۳/۶۲۰/۰۰۰ رأس و در سال ۱۴۰۰ این تعداد به رقم ۴/۳۱۲/۰۰۰ رأس افزایش خواهد یافت.

در خصوص میزان گوشت قربانی در سال ۱۳۹۰ به مقدار ۹۰/۰۰۰/۰۰۰ کیلو در سال ۱۳۹۵ به رقم ۱۰۸/۵۷۹/۲۱۰ و در سال ۱۴۰۰ این مقدار به رقم ۱۲۹/۳۶۰/۰۰۰ کیلو خواهد رسید.

غذای همراه مسافر در سال ۱۳۹۰ تعداد ۵/۸۵۵/۴۳۴ وعده غذا و در سال ۱۳۹۵ تعداد ۷/۲۳۸/۶۱۴ و در سال ۱۴۰۰ این رقم به ۸/۶۲۱/۷۹۴ وعده غذا افزایش خواهد یافت.

در خصوص بقیه نیازهای مربوط به حج تمتع به جدول شماره ۲ مراجعه شود.

درباره نیازهای حج عمره در صورتی که سال‌های بعد هم همانند سال ۱۴۳۲ رشد ۳۰ درصدی داشته باشد، در آن صورت نیازهای معتمرین در ده سال آینده بر حسب اطلاعات مندرج در جدول ۳ و ۴ خواهد بود.

بر اساس این جدول جهت نقل انتقال حجاج از کشورهای مبدأ به عربستان در سال ۱۳۹۰ تعداد ۱۹۷۸۰ صوتی پرواز در سال ۱۳۹۵ تعداد ۳۷۶۲۸ و در سال ۱۴۰۰ به رقم ۵۵۷۷۵ صوتی پرواز افزایش می‌یابد.

برای حمل نقل حجاج در داخل شهرهای مکه و مدینه در سال ۱۳۹۰ نیاز به تعداد ۱۳/۱۴۸/۸۴۹ و در سال ۱۳۹۵ به ۲۵/۳۹۸/۴۲۳ و در سال ۱۴۰۰ این رقم به ۳۷/۶۴۷/۹۷۷ سرویس نیاز خواهد بود.

در خصوص اسکان در سال ۱۳۹۰ به تعداد ۱/۹۴۷/۹۷۸ اتاق و در سال ۲۳۹۵ به ۳/۷۶۲/۷۲۹ و در سال ۱۴۰۰ به ۵/۵۷۷/۴۱۸ اتاق نیاز خواهد بود.

در مورد تغذیه حجاج در شهرهای مکه و مدینه در سال ۱۳۹۰ تعداد ۲۹/۲۱۹/۶۶۵ وعده غذا در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۲۰۷/۹۶۸/۴۶۰ و در سال ۱۴۰۰ به رقم ۷۵۲/۹۵۹/۹۳۵ افزایش خواهد یافت.

در مورد غذای بین راهی در سال ۱۳۹۰ تعداد غذای همراه مسافر ۱۱/۶۸۷/۸۶۶ عدد و در سال ۱۳۹۵

تعداد ۲۲/۵۷۶/۳۷۶ و در سال ۱۴۰۰ این تعداد به رقم ۳۳/۴۶۴/۸۸۶ خواهد رسید.  
 مواد لبنی مورد نیاز (ماست، دوغ، پنیر در سه نوبت غذا در مدت اقامت) در سال ۱۳۹۰ تعداد ۲۹/۲۱۹/۶۶۵ عدد و در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۵۶/۴۴۰/۹۴۰ و در سال ۱۴۰۰ این رقم به تعداد ۸۳/۶۶۲/۲۱۵ افزایش می‌یابد.  
 برای اطلاعات بیشتر به جدول ۳ و ۴ مراجعه شود.  
 به‌طور کلی اقدامات لازم و مورد نیاز برای حج تمتع و عمره در ده سال آینده در جدول ۵ محاسبه و برآورد شده است.  
 ارقام مندرج در جداول ۱ - ۵ ضرورت مشارکت دولت‌های اسلامی در ایجاد ساختارهای مورد نیاز و زمینه‌های همکاری اقتصادی در خصوص حج را نشان می‌دهد.

جدول ۱: برآورد تعداد حجاج تمتع از ۱۴۰۰ - ۱۳۹۰

سال	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
تعداد	۲/۹۲۷/۷۱۷	۳/۰۶۶/۰۳۵	۳/۲۰۴/۳۵۳	۳/۳۴۲/۶۷۱	۳/۴۸۰/۹۸۹	۳/۶۱۹/۳۰۷
سال	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	
تعداد	۳/۷۵۷/۶۲۵	۳/۸۹۵/۹۴۳	۴/۰۳۴/۴۶۱	۴/۱۷۲/۵۷۹	۴/۳۱۰/۸۹۷	

جدول ۲: تعداد اقدامات مورد نیاز در حج تمتع در ۱۰ سال آینده

ردیف	اقدامات مورد نیاز	۱۳۹۰	۱۳۹۵	۱۴۰۰	توضیحات
۱	تعداد صوتی پرواز	۹/۷۵۹	۱۲/۰۶۴	۱۴/۳۷۰	
۲	تعداد سرویس اتوبوس در ۲۵ روز	۱۰/۹۷۸/۹۳۹	۱۳/۵۷۲/۴۰۲	۱۶/۱۶۵/۸۶۴	
۳	تعداد اتاق مورد نیاز	۹۷۵۹۰۶	۱/۵۰۶/۴۳۶	۲/۶۹۴/۳۱۱	
۴	قربانی مورد نیاز	۳/۰۰۰/۰۰۰	۳/۶۲۰/۰۰۰	۴/۳۱۲/۰۰۰	
۵	میوه مورد نیاز در ۲۵ روز	۷۳/۱۹۲/۹۲۵	۹۰/۴۸۲/۶۷۵	۱۰۷/۷۷۲/۴۲۵	
۶	آب شرب مورد نیاز در ۲۵ روز	۲۱۹/۵۷۸/۷۷۵	۲۷۱/۴۴۸/۰۲۵	۳۲۳/۳۱۷/۲۷۵	
۷	نان مورد نیاز در ۲۵ روز	۷۳/۱۹۲/۹۲۵	۹۰/۴۸۲/۶۷۵	۱۰۷/۷۷۲/۴۲۵	

۸	غذای مورد نیاز در ۲۵ روز	۲۱۹/۵۷۸/۷۷۵	۲۷۱/۴۴۸/۰۲۵	۳۲۳/۳۱۷/۲۷۵
۹	پارچه احرام	۷/۳۱۹/۲۹۳	۹/۰۴۸/۲۶۸	۱۰/۷۷۷/۲۴۳
۱۰	گوشت ذبح شده	۹۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۸/۵۷۹/۲۱۰	۱۲۹/۳۶۰/۰۰۰
۱۱	پوست قربانیان به متر مربع	۳/۰۰۰/۰۰۰	۳/۶۲۰/۰۰۰	۴/۳۱۲/۰۰۰
۱۲	تعداد تخت مورد نیاز	۲/۹۲۷/۷۱۷	۳/۶۱۹/۳۰۷	۴/۳۱۰/۸۹۷
۱۳	کترینگ (بین راهی)	۵/۸۵۵/۴۳۴	۷/۲۳۸/۶۱۴	۸/۶۲۱/۷۹۴
۱۴	تشک	۵/۸۵۵/۴۳	۷/۲۳۸/۶۱۴	۸/۶۲۱/۷۹۴
۱۵	پتو	۵/۸۵۵/۴۳۴	۷/۲۳۸/۶۱۴	۸/۶۲۱/۷۹۴
۱۶	بالش	۵/۸۵۵/۴۳۴	۷/۲۳۸/۶۱۴	۸/۶۲۱/۷۹۴
۱۷	ماست، پنیر، دوغ یا نوشابه	۱۴/۶۳۸/۵۸۵	۱۸/۰۹۶/۸۳۵	۲۱/۵۵۴/۴۸۵

جدول ۳: تعداد معتمرین حج از سال ۱۴۰۰ - ۱۳۹۰

۱	سال	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
۲	تعداد	۵/۸۴۳/۹۳۳	۶/۹۳۲/۷۸۴	۸/۲۱۶/۶۳۵	۹/۱۱۰/۴۸۶	۱۰/۱۹۹/۳۳۷	۱۱/۰۸۸/۱۸۸
۱	سال	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	
۲	تعداد	۱۲/۳۷۷/۰۳۹	۱۳/۴۶۵/۸۹۰	۱۴/۵۵۴/۷۴۱	۱۵/۶۴۳/۵۹۲	۱۶/۷۳۲/۴۴۳	

جدول ۴: اقدامات مورد نیاز در حج عمره در ۱۰ سال آینده

ردیف	اقدامات مورد نیاز	۱۳۹۰	۱۳۹۵	۱۴۰۰	توضیحات
۱	تعداد صوتی پرواز	۱۹/۷۸۰	۳۷/۶۲۸	۵۵/۷۷۵	
۲	تعداد سرویس اتوبوس	۱۳/۱۴۸/۸۴۹	۲۵/۳۹۸/۴۲۳	۳۷/۶۴۷/۹۷۷	
۳	تعداد اتاق مورد نیاز	۱/۹۴۷/۹۷۸	۳/۷۶۲/۷۲۹	۵/۵۷۷/۴۸۱	
۴	تعداد میوه مورد نیاز	۸۷/۶۵۸/۹۹۵	۱۶۹/۳۲۲/۸۲۰	۲۵۰/۹۸۶/۶۴۵	

۵	تعداد غذای مورد نیاز	۲۹/۲۱۹/۶۶۵	۲۰۷/۹۶۸/۴۶۰	۷۵۲/۹۵۹/۹۳۵
۶	مقدار پارچه احرام	۱۴/۶۰۹/۸۳۳	۲۸/۲۲۰/۴۷۰	۴۱/۸۳۱/۱۰۷
۷	تعداد بطری آب مورد نیاز	۲۶۲/۹۷۶/۹۸۵	۲۰۷/۹۶۸/۴۶۰	۷۵۲/۹۵۹/۹۳۵
۸	مقدار نان مورد نیاز	۸۷/۶۵۸/۹۹۵	۱۶۹/۳۲۲/۸۲۰	۲۵۰/۹۸۶/۶۴۵
۹	تعداد کترینگ (غذای بین راهی)	۱۱/۶۸۷/۸۶۶	۲۲/۵۷۶/۳۷۶	۳۳/۴۶۴/۸۸۶
۱۰	تعداد تخت	۵/۸۴۳/۹۳۳	۱۱/۲۸۸/۱۸۸	۱۶/۷۳۲/۴۴۳
۱۱	تعداد تشک	۵/۸۴۳/۹۳۳	۱۱/۲۸۸/۱۸۸	۱۶/۷۳۲/۴۴۳
۱۲	تعداد پتو	۱۱/۶۸۷/۸۶۶	۲۲/۵۷۶/۳۷۶	۳۳/۶۶۴/۸۸۶
۱۳	تعداد بالش	۵/۸۴۳/۹۹۳	۱۱/۲۸۸/۱۸۸	۱۶/۷۳۲/۴۴۳
۱۴	تعداد ماست، پنیر و دوغ یا نوشابه	۲۹/۲۱۹/۶۶۵	۵۶/۴۴۰/۹۴۰	۸۳/۶۶۲/۲۱۵

جدول ۵: اقدامات مورد نیاز عمره و تمتع در طول سال‌های مورد نظر

ردیف	اقدامات مورد نیاز	۱۳۹۰	۱۳۹۵	۱۴۰۰	توضیحات
۱	تعداد صوتی پرواز	۲۹/۵۳۹	۴۹/۶۹۲	۷۰/۱۴۵	
۲	تعداد سرویس اتوبوس	۲۴/۱۲۷/۷۸۸	۳۸/۹۴۰/۸۲۵	۵۳/۸۱۳/۸۶۱	
۳	مقدار میوه مورد نیاز	۱۶۰/۸۵۱/۹۲۰	۲۵۹/۸۰۵/۴۹۵	۳۵۸/۷۵۹/۰۷۰	
۴	میزان غذای مورد نیاز	۲۴۸/۷۹۸/۴۴۰	۴۷۹/۴۱۶/۴۸۵	۱/۰۷۶/۲۷۷/۲۱۰	
۵	مقدار پارچه احرام	۲۱/۹۲۵/۱۲۶	۳۷/۲۶۸/۷۳۸	۵۲/۶۰۸/۳۵۰	
۶	تعداد بطری آب مورد نیاز	۴۸۲/۵۵۵/۷۶۰	۴۷۹/۷۱۶/۴۸۵	۱/۰۷۶/۲۷۷/۲۱۰	



۷	مقدار نان مورد نیاز	۱۶۰/۸۵۱/۹۲۰	۲۵۹/۸۰۵/۴۹۵	۳۵۸/۷۵۹/۰۷۰
۸	غذای مسافر کترینگ (بین راهی)	۱۷/۵۴۳/۳۰۰	۲۹/۸۱۴/۹۹۰	۴۲۰/۰۸۶/۶۸۰
۹	ماست، پتیر، دوغ یا نوشابه	۴۳/۸۵۸/۲۵۰	۷۴/۵۳۷/۴۷۵	۱۰۵/۲۱۶/۷۰۰
۱۰	تعداد تخت و تشک، پتو اتاق همان ارقام عمره می‌باشد			

نحوه برآورد و محاسبه ارقام جداول در پاورقی ذکر شده است.<sup>۱</sup>  
 این همکاری و مشارکت کشورهای اسلامی می‌تواند در قالب سرمایه‌گذاری در حوزه‌های فوق با عناوین زیر، صورت گیرد و محدودیت‌های مراسم حج را بر طرف نماید.  
 - ایجاد شرکت بین المللی هواپیمایی زائر در کوتاه مدت و راه اندازی ساخت و تولید هواپیمای مسافربری در درازمدت.  
 - ایجاد شرکت حمل و نقل زائر جهت جابجایی مسافر در شهرهای مکه و مدینه و در دراز مدت راه اندازی صنعت ساخت اتوبوس، مترو و منوریل.  
 - ایجاد شرکت بین المللی غذای حلال و کترینگ (غذا مسافر) برای حجاج و در دراز مدت غذای حلال در سطح جهان.  
 - ایجاد شرکت بین المللی تولید محصولات باغی و دامی جهت تهیه میوه و قربانی حجاج.  
 - ایجاد شرکت بین المللی تولید دارو و محصولات بهداشتی.  
 - ایجاد بانک اسلامی.  
 - ایجاد شرکت بین المللی کنسروسازی از گوشت قربانیان.

۱. تعداد صوتی پرواز: دو سوم تعداد حجاج تقسیم بر متوسط ظرفیت هواپیما (۴۰۰) ضربدر ۲ (رفت و برگشت) - سرویس اتوبوس: تعداد حجاج تقسیم بر متوسط ظرفیت اتوبوس (۴۰ نفر) ضرب در سه نوبت رفت و برگشت در روز (۶) ضرب در مدت اقامت (در حج تمتع ۲۵ و در عمره ۱۵ روز)؛  
 - تعداد غذا: تعداد حجاج ضرب در سه نوبت غذا ضرب در مدت اقامت؛  
 - تعداد اتاق: تعداد حجاج تقسیم بر ۳؛  
 - مقدار پارچه احرام: تعداد حجاج ضرب در ۲/۵ متر؛  
 - تعداد قربانی: تعداد حجاج + تعداد کفاره‌ها + نیابت‌ها؛  
 - میزان گوشت قربانی: تعداد حجاج ضرب در میانگین وزن قربانی (۳۰ کیلو)؛  
 - میزان میوه و نان: تعداد حجاج ضرب در ۱ کیلو ضرب در مدت اقامت؛  
 آب شرب: تعداد حجاج ضرب در سه بطری ضرب در مدت اقامت؛

- ایجاد شرکت بین المللی تولید پوست و چرم.
- ایجاد شرکت بین المللی تولید کیف و کفش و مشتقات پوست.
- نظر به تفاوت کشورها به لحاظ موقعیت اقلیمی و آب و هوایی، نیروی انسانی ماهر و غیر ماهر، دانش فنی، مواد اولیه، تکنولوژی و به طور کلی بر حسب مزیت‌های نسبی موجود هر کشوری، این سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند در کشورهای اسلامی مختلف صورت گیرد.
- نتایج این مشارکت در سطح کلان موجب ایجاد زمینه:
  ۱. دستیابی کشورهای اسلامی به تکنولوژی ساخت هواپیما و اتوبوس و قطار؛
  ۲. تولید غذای حلال؛
  ۳. ایجاد اشتغال در کشورهای اسلامی؛
  ۴. استفاده از ظرفیت‌های کشورهای در امر تولید مواد غذایی و باغی و دامی؛
  ۵. جلوگیری هدر رفت گوشت قربانیان؛
  ۶. ایجاد زمینه بیشتر وحدت مسلمانان و زمینه اتحادیه کشورهای اسلامی؛
  ۷. شکل‌گیری واحد پول اسلامی؛
  ۸. ایجاد بانک بین المللی اسلامی.

#### ◀ منابع

۱. قرآن کریم
۲. نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی، قم، دفتر نشر الهادی ۱۳۷۹، چاپ اول.
۳. صحیح مسلم بشرح النووی المجلد الخامس، دار الكتاب العربی بیروت.
۴. صحیح البخاری بشرح الکرمانی الجزء الثامن، دار الفکر.
۵. حجة النبی ﷺ واحکام الحج والعمرة والحج فی الاسلام والديانات الاخری، تالیف احمد عبدالغفور عطار، مکه المكرمة، منشورات وزارة الحج و الاوقاف.
۶. جایگاه حج در اندیشه اسلامی، سید علی قاضی عسکر، نشر مشعر ۱۳۷۸.
۷. فروع کافی، کلینی، تصحیح علی اکبر الغفاری، الجزء الرابع، دار الاضواء - بیروت.
۸. الحج عبر الحضارات والامم، ماجدة آل مرتضى المومن، نشر مشعر، ۱۳۸۰.
۹. وسایل الشیعة الی تحصیل الشریعة، الحر العاملی، دار احیاء التراث العربی، بیروت ۱۴۱۲.
۱۰. سفینه البحار، الشیخ عباس القمی، المجلد الثامن، دار الاسوة للطباعة والنشر ۱۴۱۴.
۱۱. تهذیب الاحکام فی شرح المقنعة للشیخ المفید، ابی جعفر محمد بن الحسن الطوسی، دار الاضواء - بیروت ۱۴۰۶.
۱۲. المحجة البيضاء، فیض کاشانی، تصحیح علی اکبر الغفاری، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه.

١٣. صهبای حج، جوادى آملی، مركز نشر اسراء ١٣٧٨.
١٤. تاريخ مكة المشرفة، محمد بن محمد بن احمد بن الضياء المكي ٨٨٥هـ تحقيق سعيد عبدالفتاح، المكتبة التجارية، مكة المكرمة ١٤١٦هـ.
١٥. الحج فى السنة، تحقيق معاونية شؤون التعليم والبحوث الاسلامية فى الحج، مركز تحقيقات الحج، طبع اولی، الناشر مشعر، ١٤١٧ هـ.
١٦. بركات ارض الوحي، محمد الريشهري، تعريب جواد على كسار، دار المشعر، الطبعة الاولى، ١٤٢٣ هـ.
١٧. حج برنامہ تكامل، سيد محمد ضياء آبادی، نشر مشعر، چاپ سوم، ١٣٨٧.
١٨. حج از نگاه حقوق بين الملل، سيد محمد خامنه‌ای، سازمان انتشارات كيهان.
١٩. روح المعاني فى تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، محمود الأوسى البغدادي، دار احياء التراث العربى بيروت - لبنان، الطبعة الرابعة ١٤٠٥ هـ.
٢٠. الميزان فى تفسير القرآن، سيد محمد حسين طباطبايى، منشورات جامعة المدرسين فى الحوزة العلمية فى قم المقدسة.
٢١. تفسير نور الثقلين، عبد على ابن جمعه العروسي الحويزى، تصحيح السيد هاشم الرسول المحلاتى، مؤسسه اسماعيليان قم - الطبعة الرابعة ١٤١٢ هـ.
٢٢. البرهان فى تفسير القرآن، سيد هاشم الحسينى البحرانى، مؤسسه مطبوعاتى اسماعيليان - قم - چاپ سوم.
٢٣. تفسير نمونه، ناصر مكارم الشيرازى و همكاران، دار الكتب الاسلاميه - تهران ١٣٧٤.
٢٤. [www. Dara Lhadarah. Com. Sa](http://www.DaraLhadarah.Com.Sa)
٢٥. [www. ALriyadh. Com](http://www.ALriyadh.Com)
٢٦. [www. Alanbat.net](http://www.Alanbat.net)
٢٧. [www. Arabic. Arabia. msn.com](http://www.Arabic.Arabia.msn.com)
٢٨. [www. L - aYsas.com](http://www.L-aYsas.com)
٢٩. [www. wahataLarab.com](http://www.wahataLarab.com)



## حج و هم‌گرایی اقتصادی

غلامرضا سرآبادانی

### ◀ چکیده

هم‌گرایی و اتحادهای اقتصادی در سطوح مختلف و آزادسازی و آسان‌سازی مبادلات و نقل و انتقال عوامل تولید، به لحاظ آثار و نتایج مثبت در کاهش هزینه‌ها و سالم‌سازی اقتصادی و هموار کردن مسیر رشد و توسعه اقتصادی، امروزه به‌عنوان یک ضرورت اقتصادی پی‌گیری می‌شود. منطقه اسلامی و کشورهای اسلامی ابزارهای مناسب متعددی از جمله اجتماع بزرگ حج را برای رسیدن به هدف فوق در اختیار دارند. فلسفه حج، بیانگر آن است که بخش عمده‌ای از منافع قابل حصول از این فریضه، منافع مادی آن است که به منظور دستیابی به توانمندی اقتصادی و رسیدن به وحدت کلی امت اسلامی مورد توجه قرار گرفته است.

با استناد به ضرورت اقتصادی و فقهی شکل‌گیری بازار مشترک بین‌المسلمین و با استفاده از ظرفیت شگفت‌انگیز حج و اجتماع باشکوه اسلامی در سرزمین وحی، اهدافی که اسلام از این اجتماع وحدت‌آفرین اسلامی دارد، قابل اثبات است که شکل‌گیری همکاری‌های اقتصادی در همه سطوح از جمله در سطح بازار مشترک بین‌المسلمین نه تنها ممکن، بلکه ضروری است.

بنابراین، ظرفیت و شرایط موجود در کشورهای اسلامی نشان می‌دهد که در مراحل ابتدایی، تشکیل «اتحادیه گمرکی بین‌المسلمین» و در مراحل بعد تشکیل «بازار مشترک بین‌المسلمین» می‌تواند در راستای تحقق فلسفه حج و رسیدن به وحدت امت اسلامی، اقدام مناسبی باشد.

کلیدواژه‌ها: حج، منافع حج، منافع اقتصادی حج، آثار اقتصادی بالفعل، آثار اقتصادی بالقوه، هم‌گرایی اقتصادی، اتحادیه گمرکی، بازار مشترک، بازار مشترک بین‌المسلمین، اتحادیه گمرکی بین‌المسلمین، اتحادیه اقتصادی.



## مقدمه

این مقاله درصدد بررسی آثار اقتصادی حج و بکارگیری آن در راستای شکل‌گیری هم‌گرایی و همکاری اقتصادی بین کشورهای اسلامی می‌باشد. بنابراین سوال اساسی این است که آیا حج می‌تواند به‌عنوان ابزاری مناسب در راستای تحقق هم‌گرایی اقتصادی و تشکیل بازار مشترک بین‌المسلمین، مورد استفاده قرار گیرد یا خیر؟

در پاسخ به سوال فوق، این فرضیه مطرح است که حج به لحاظ ظرفیت‌های بالای معنوی و فرهنگی که در جهت ایجاد اتحاد و وحدت بین مسلمین دارد، می‌تواند ابزار بسیار مناسبی در جهت رسیدن به هدف فوق باشد.

امروزه ضرورت تشکیل هم‌گرایی و همکاری اقتصادی بر کسی پوشیده نیست؛ زیرا هم‌گرایی و اتحاد اقتصادی در سطوح مختلف و آزادسازی و آسان‌سازی مبادلات و نقل و انتقال عوامل تولید، به لحاظ آثار و نتایج مثبت در کاهش هزینه‌ها و سالم‌سازی اقتصادی و هموار کردن مسیر رشد و توسعه اقتصادی به‌عنوان یک ضرورت اقتصادی پی‌گیری می‌شود. در بسیاری از مناطق جهان امروز، ایده هم‌گرایی اقتصادی تحقق یافته و بازارهای بزرگ منطقه‌ای در آمریکا، آفریقا و اروپا شکل گرفته است. در مواردی از این نیز فراتر رفته و بازار مشترک به اتحادیه اقتصادی که مدیریت در مورد تمام مراحل تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری، سرمایه‌گذاری، تولید، توزیع و... را شامل می‌شود، مانند اتحادیه اروپا تبدیل شده است. در کشورهای اسلامی نیز به صورتی بسیار محدود اقداماتی صورت گرفته و سازمان‌هایی مثل سازمان «اِکو» همکاری اقتصادی ایران با برخی از کشورهای منطقه مثل پاکستان، شکل گرفته است که فعالیت و تاثیر چندانی در اقتصاد منطقه و کشورهای اسلامی نداشته است. سازمان کنفرانس اسلامی با عضویت تمامی کشورهای اسلامی در زمینه مسایل سیاسی تشکیل شده و در سال‌های اخیر بحث تشکیل بازار مشترک اسلامی در این سازمان مطرح شده است. بنابراین استفاده از ظرفیت‌ها و ابزارهای مناسب در کشورهای اسلامی به منظور شکل‌گیری هم‌گرایی و همکاری‌های اقتصادی در این کشورها ضروری است. بدین جهت بررسی امکان استفاده از حج در این راستا نیز از جمله مباحث ضروری است.

پیشینه: بررسی آثار و منافع حج در جهت تحقق هم‌گرایی اقتصادی به لحاظ نو بودن، دارای پیشینه نمی‌باشد؛ به جز بررسی‌هایی اجمالی در مورد هم‌گرایی و همکاری‌های اقتصادی در جهان و تشکیل بازارهای مشترک مثل «تاریخچه بازار مشترک نوشته ژان فرانسوادونیو و ژرار درونسن» و... و مقاله «بازار مشترک» در مورد ضرورت تشکیل بازار مشترک اسلامی، نوشته احمد مبلغی و برخی موارد دیگر از این قبیل، صورت گرفته است.

## مفاهیم و کلیات

## روش‌های هم‌گرایی

هم‌گرایی اقتصادی بین کشورها به صورت‌های مختلف ممکن است تحقق یابد. کشورها می‌توانند تجارت آزاد را بین خود برقرار کرده و برای کشورهای دیگر محدودیت‌های مشابه یا متفاوتی را اعمال کنند (اخوی احمد، تجارت بین‌الملل، ص ۶۷ - ۷۰). به‌طور کلی همکاری‌های اقتصادی می‌تواند به یکی از صورت‌های زیر تحقق یابد:

۱. منطقه تجارت آزاد<sup>۱</sup>

منطقه تجاری شامل چند کشور است که قاعده تجارت آزاد را بین خود به اجراء می‌گذارند. ولی هریک از اعضاء می‌تواند با کشورهای دیگر غیرعضو دارای حقوق گمرکی متفاوتی باشند.

۲. اتحادیه گمرکی<sup>۲</sup>

نوعی پیوستگی تجاری بین کشورهای عضو است که نه تنها واردات و صادرات بین آنها آزاد و بدون عوارض گمرکی است، بلکه در تجارت با کشورهای غیرعضو نیز از حقوق و عوارض گمرکی مشابهی استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر، اتحادیه گمرکی گامی فراتر از مناطق تجارت آزاد است.

۳. بازار مشترک<sup>۳</sup>

همکاری از طریق بازار مشترک کمی فراتر از همکاری تجاری بین کشورهای عضو است. یعنی علاوه بر آزادی تجاری مذکور در اتحادیه گمرکی، شامل آزادی نقل و انتقال نیروی انسانی و سرمایه بین کشورهای عضو نیز می‌شود.

## ۴. اتحادیه اقتصادی

همگرایی و اتحاد در این مورد نه تنها شامل امتیازات پیش‌گفته می‌شود، بلکه هماهنگی اعضاء در اتخاذ سیاست‌های اقتصادی داخلی و خارجی را نیز شامل می‌گردد.

یکی از موفق‌ترین نمونه‌های اتحادیه گمرکی در کشورهای رو به رشد، اتحادیه گمرکی آمریکای مرکزی معروف به بازار مشترک آمریکای مرکزی است. این اتحادیه مشتمل بر کشورهای السالوادور، هندوراس، گواتمالا، نیکاراگوئه و کاستاریکا و... در سال ۱۹۶۰ تشکیل شد. و بعد از حدود یک ده

۱. Free Trade Area.

۲. Customs Union.

۳. Market Comon.



فعالیت، در سال ۱۹۶۹ منحل شد. و دیگری اتحادیه گمرکی منطقه تجاری ترجیحی کشورهای شرق و جنوب آفریقا است که در سال ۱۹۸۴ تأسیس شد. اما برجسته‌ترین اتحادیه بازرگانی در سطح بازار مشترک، جامعه اقتصادی اروپا معروف به بازار مشترک اروپا است (اخوی احمد، ص ۶۹).

### هم‌گرایی اقتصادی و آثار آن

هدف عمده در هم‌گرایی اقتصادی، هم‌افزایی امکانات و توانایی‌های اقتصادی و دستیابی به امکان رفع نواقص و رسیدن به توسعه اقتصادی و در صورت امکان تبدیل شدن به قدرت واحد اقتصادی به منظور پیش‌برد اهداف است. و چون دستیابی به سطوح بالای هم‌گرایی (تشکیل اتحادیه‌های اقتصادی) نیازمند هم‌گرایی سیاسی نیز می‌باشد، از جهت سیاسی نیز به قدرت واحد تبدیل می‌شوند.

یکی دیگر از اهداف عمده هم‌گرایی اقتصادی، دستیابی به بازارهای بزرگ و تشکیل بازارهای مشترک است که می‌تواند آثار مثبت اقتصادی زیادی داشته باشد. گفتنی است که بازار در گذشته مفهوم ساده‌ای داشت و آن عبارت بود از محلی برای مبادله و داد و ستد کالاها و خدمات که ابعاد آن محصور به یک محله و یا حداکثر یک شهر می‌شد. اما امروزه مفهوم بازار تحول گسترده‌ای یافته و عبارت است از آزادی عام مبادلات که در جهت وحدت اقتصادی منطقه‌ای و یا جهانی، وحدتی که نه تنها گردش آزاد کالا را شامل می‌شود، بلکه گردش آزاد سرمایه و انجام آزادانه سرمایه‌گذاری، مهاجرت نیروی انسانی و بالأخره قابلیت تبدیل ارزها به یکدیگر را نیز فراهم می‌سازد، صورت می‌گیرد. (تاریخچه بازار مشترک، ترجمه محمد اسفندیاری، ص ۱۴ و ۱۳)

از جمله اشکالات بازارهای کوچک آن است که در آن از امکانات مدرن تولید و توزیع کالا استفاده کامل به عمل نمی‌آید و به همین دلیل گرایش عمومی به تأسیس بازارهای بزرگ است. بازارهای بزرگ بر خلاف بازارهای کوچک، دارای مزایای فنی و اقتصادی زیادی هستند. فراهم کردن امکان تولید انبوه، کار دائم ماشین‌آلات، کاهش هزینه‌ها (مانند هزینه‌های مربوط به بازاریابی، قراردادهای، موجودی انبار و هزینه‌های تحقیقات) نمونه‌هایی از مزایای فنی است. مزایایی از قبیل افزایش فروش، توزیع سریع محصولات، افزایش رقابت، کاهش قیمت تمام شده، افزایش قدرت خرید مصرف‌کننده و افزایش مصرف و... نمونه‌هایی از مزایای اقتصادی بازارهای بزرگ است. (همان، ص ۱۵ - ۱۸)

### شرایط هم‌گرایی اقتصادی

یک اتحادیه اقتصادی زمانی آثار مثبت اقتصادی، از جمله افزایش رفاه اقتصادی را بدنبال خواهد داشت که کشورهای عضو از خصوصیات زیر برخوردار باشند (رحیمی بروجردی علیرضا، ص ۲۸۳ - ۲۸۶):



الف: نزدیک بودن اعضاء نسبت به یکدیگر که باعث کاهش هزینه‌های حمل و نقل و کاهش قیمت کالاهای تجاری می‌شود.

ب: اعضاء باید اشتراکاتی در زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، زبانی، تاریخی، دینی و... داشته باشند. در غیر این صورت، وجود اختلافات و نزاع در هر یک از زمینه‌های فوق مانع غیراقتصادی مهمی بر سر راه تشکیل یا عملکرد مناسب این اتحادیه‌ها خواهد بود. «ژان. فرانسوا دونیو» و «ژرار دروئسن» در این زمینه می‌گویند:

در راستای تأسیس بازارهای بزرگ و یا به تعبیری بازار مشترک، تاریخ نشان می‌دهد که [دو فاکتور مهم یعنی] همبستگی و هم‌گرایی سیاسی و همبستگی اقتصادی لازم و ملزوم یکدیگرند و هر کدام شرط وجود دیگری است. در حقیقت حصول همبستگی سیاسی به تنهایی و بدون برنامه‌های منظم اقتصادی غیرعملی است، و برنامه‌های اقتصادی در صورتی شکل واقعی به خود می‌گیرند که دولت‌ها برای تحقق آن اقدامات سیاسی را انجام دهند. و نمونه‌های تاریخی برای هر یک وجود دارد. (تاریخچه بازار مشترک، ص ۱۹ - ۲۹)

وجود رقابت بین کشورهای داوطلب که به تخصیصی شدن تولید در این کشورها کمک می‌کند. زیاد بودن و بزرگ بودن کشورهای متقاضی، گستردگی سطح روابط اقتصادی و موانع تجاری بین این کشورها قبل از اتحاد و... خصوصیات دیگری است که این کشورها باید داشته باشند. بنابراین همه عوامل اقتصادی و غیراقتصادی که ممکن است موجب اختلاف و تفرقه بین کشورها باشند، باید برطرف شوند.<sup>۱</sup>

۱. برخی از اندیشمندان معتقدند که، به خاطر وجود عوامل متعددی، اتحادیه‌های اقتصادی در کشورهای در حال توسعه موفقیت چندانی نداشته‌اند. (رحیمی بروجردی علیرضا، ص ۲۸۳-۲۸۶) برخی از این عوامل عبارتند از:

الف. ناهمگونی شدید اقتصادی در این کشورها که باعث سرازیر شدن منافع حاصل از اتحاد به کشورهای دارای قدرت اقتصادی برتر می‌شود.

ب. وجود اختلافات اساسی ارضی، عقیدتی، مذهبی، سیاسی و ... که باعث تزلزل این اتحادیه‌ها می‌شود.

ج. وجود سیستم‌های ضعیف حمل و نقل و ارتباطات و بعد مکانی این کشورها از یکدیگر، مانع ادغام‌های اقتصادی بین این کشورها می‌شود.

د. عدم وجود رقابت اقتصادی بین این کشورها.

بنابراین ابتدا و قبل از هر اقدامی باید روابط سیاسی بین کشورها و اوضاع اقتصادی آنها از منظر شرایط فوق مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد و در صورت وجود مانع یا موانعی، با مذاکره و گفتگو آن را مرتفع کرد و یا به حداقل رساند. البته به نظر می‌رسد که بسیاری از این موانع در خصوص کشورهای اسلامی منتفی است و موانع احتمالی موجود نیز از طریق گفتگو قابل رفع است.



### شرایط موجود در کشورهای اسلامی

بررسی این موضوع در کشورهای اسلامی نشان می‌دهد که به خاطر وجود شرایط مشابه از ابعاد مختلف در این کشورها، ادغام‌های اقتصادی آسانتر بوده و می‌تواند به عنوان یک هدف جدی اقتصادی پی‌گیری شود. ویژگی‌ها و شرایط مشابه در این کشورها به شرح زیر است:

#### مشترکات فرهنگی

بسیاری از کشورهای اسلامی در منطقه، دارای فرهنگ و تمدن مشترک می‌باشند. به لحاظ اینکه امپراطوری‌های بزرگی همچون امپراطوری ایران، سرزمین‌های اسلامی تحت امر خلیفه و... وجود داشته است که هم اتحاد سیاسی و هم اتحاد اقتصادی داشته‌اند. به عبارت دیگر اتحاد سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و به تبع آن رشد و شکوفایی اقتصادی در حافظه تاریخی این کشورها در دوره‌های متمادی به خصوص در دوره اسلامی وجود دارد. این امر باعث شده که علاوه بر دین مشترک، از لحاظ اجتماعی و فرهنگی نیز اشتراکات زیادی بین این کشورها وجود داشته باشد. بنابراین این کشورها از یک پیشینه تاریخی و فرهنگی مشترکی برخوردار هستند.

#### دین مشترک

دین مشترک به خصوص دین اسلام، قدرت فوق‌العاده‌ای در ایجاد اتحاد و همگرایی بین کشورهای اسلامی دارد. از جمله دستورات اسلام فریضه حج است که همه ساله اجتماع عظیم و کنگره بزرگ حج را ترتیب می‌دهد. میلیون‌ها انسان با یک لباس و یک صدا و یک شعار و با یک قصد و نیت (رضای خداوند متعال) در سرزمین وحی گرد هم جمع می‌شوند. در ادامه در مورد اینکه حج می‌تواند این کشورها را در جهت تحقق هم‌گرایی یاری کند، گفتگو خواهیم کرد.

#### مشترکات اقتصادی

از نظر اقتصادی نیز وجوه مشترک در این کشورها زیاد است. غالب این کشورها نفت‌خیز و تولیدکننده نفت، دارای نیروی کار فراوان و ارزان بوده، به لحاظ جغرافیایی اکثر این کشورها در آسیا و به خصوص منطقه خاورمیانه قرار دارند که به صورت نسبی از مزیت قرب مسافت برخوردارند. فاصله کم این کشورها از یکدیگر تاثیر مثبت در کاهش هزینه‌های حمل و نقل و کاهش قیمت تمام شده دارد. مزیت‌های نسبی زیاد دیگری از نظر شرایط جغرافیایی و استعدادهای کشاورزی و همچنین مزیت‌های نسبی در مورد نیروی انسانی نیز در این کشورها وجود دارد.

بیش از یک سوم منابع جهان و ۷۰ درصد منابع نفتی دنیا در کشورهای اسلامی قرار دارد. و نیز با توجه به اینکه تعداد ۲۲ کشور از ۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) را کشورهای با

درجه توسعه یافتگی پایین تشکیل می‌دهد، در صورت تحقق بازار مشترک اسلامی، چنین بازاری می‌تواند دسترسی آسان آنان را به سرمایه و فناوری موجود در کشورهای توسعه یافته‌تر اسلامی نظیر مالزی، ترکیه، ایران و اندونزی امکان‌پذیر کند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، سایت مرکز).

#### نتیجه

وجود پیش‌فرض‌های مذکور در کشورهای اسلامی، حرکت در مسیر هم‌گرایی را آسانتر می‌کند، زیرا مشترکات فرهنگی و دینی تأثیر بسیار مهمی در رفع برخی نواقص موجود دارند. البته تحقق برخی از مراتب همگرایی اقتصادی مثل اتحادیه اقتصادی کشورهای اسلامی نیازمند پیش‌فرض‌هایی از جمله همگرایی سیاسی است که در شرایط فعلی کمی دشوار به نظر می‌رسد و یا حداقل نیازمند مذاکرات و توافقاتی بین کشورها در زمینه مسایل مختلف است. با این وجود مراتب پایین‌تر آن یعنی همگرایی گمرکی و تجاری، آسان‌تر محقق می‌شود.

#### منافع و آثار اقتصادی حج

خداوند حج را آزمونی بزرگ و سبب رحمت خویش و وسیله رسیدن به بهشت و موجب آمرزش مردم قرار داد» (محمدی ری شهری، ص ۱۹۳). و انفاق در آن دارای ارزش بالابوده به طوری که انفاق کردن برای آن، نسبت به انفاق در موارد دیگر برتر شمرده شده است. (همان، ص ۲۰۷) تعطیل کردن حج و خالی شدن کعبه از طواف‌کننده سزاوار نیست. و در صورت تحقق، وظیفه زمامدار است که مردم را به حج و اقامت نزد خانه خدا وادار کند... و اگر پول نداشته باشند از بیت‌المال مسلمین خرج آنان را بپردازد. (همان، ص ۲۵۵)

حج در حقیقت دارای ابعاد مختلفی است که هر یک از دیگری ریشه‌دارتر و پرسودتر است: مهم‌ترین فلسفه حج، دگرگونی اخلاقی است که در مؤمنین به وجود می‌آورد. امام صادق علیه السلام در این باره می‌فرماید: «کسی که حج را به طور کامل انجام دهد، از گناهان خود بیرون می‌آید همانند روزی که از مادر متولد شده». (بحارالانوار، ج ۹۹، ص ۲۶).

بنابراین، مراسم حج با ویژگی‌هایی که دارد، باعث ایجاد انقلاب اخلاقی عمیق در درون انسان‌ها می‌گردد. (تفسیر نمونه، ج ۱۴، ص ۸۹ و ۹۰)

در بعد سیاسی نیز، حج می‌تواند عامل وحدت و پرهیز از تعصبات ملی و نژادی و وسیله‌ای برای انتقال اخبار سیاسی کشورهای اسلامی از نقطه‌ای به نقطه دیگر باشد. روی این جهت امیرمؤمنان علی علیه السلام به هنگام بیان فلسفه فرائض و عبادات، درباره حج فرمود: «خداوند مراسم حج را برای تقویت



آئین اسلام تشریح کرد. (نهج البلاغه، کلمات قصار، ش ۲۵۲).

زیرا انتشار اخبار سیاسی از کشوری به کشور دیگر و نشر آثار پیامبر گرامی و خاندان مطهرش علیهم السلام مردم را با دستورات ناب اسلام آشنا می‌کند و از این طریق اسلام تقویت می‌گردد. (نهج البلاغه) در بعد فرهنگی نیز، اجتماع شکوهمند حج، نماینده طبیعی و واقعی قشرهای مختلف مسلمانان جهان است. بنابراین زوآر خانه خدا می‌تواند اخبار و آثار رسول الله صلی الله علیه و آله را به تمام نقاط جهان اسلام منتشر کند. «هشام بن حکم» می‌گوید، از امام صادق علیه السلام درباره فلسفه حج و طواف کعبه سؤال کردم، فرمود: خداوند این بندگان را آفرید... و فرمان‌هایی در طریق مصلحت دین و دنیا به آنها داد، از جمله اجتماع مردم شرق و غرب را (در آئین حج) مقرر داشت تا مسلمانان به خوبی یکدیگر را بشناسند و از حال هم آگاه شوند، و هر گروهی سرمایه‌های تجاری را از شهری به شهر دیگر منتقل کنند... و برای این که آثار پیامبر صلی الله علیه و آله و اخبار او شناخته شود، مردم آنها را به خاطر آورند و هرگز فراموش نکنند. (وسائل الشیعه ج ۸، ص ۹).<sup>۱</sup>

یکی از بدبختی‌های بزرگ مسلمین این است که مرزهای جغرافیایی و سیاسی در کشورهای اسلامی سبب جدایی فرهنگی آنها شود و مسلمانان هر کشور تنها به خود بیندیشند که در این صورت جامعه واحد اسلامی، پاره پاره و نابود می‌گردد.

یکی دیگر از ابعاد مهم حج، بعد اقتصادی آن است که از دیدگاه اسلام مورد توجه جدی است و بر خلاف تصور برخی، استفاده از کنگره عظیم حج برای تقویت پایه‌های اقتصادی کشورهای اسلامی نه تنها با روح حج منافات ندارد، بلکه طبق روایات اسلامی، بهره‌برداری اقتصادی از آن یکی از فلسفه‌های اصلی آن است. (تفسیر نمونه، ج ۱۴، ص ۹۴)

و حضرت صادق علیه السلام در بیان دیگری در تفسیر آیه «لَیْسَ عَلَیْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ» (بقره: ۱۹۸) فرمود: «منظور از این آیه کسب روزی است.» و در ادامه فرمود: «هنگامی که انسان از احرام بیرون آمد و مناسک حج را بجا آورد در همان موسم حج خرید و فروش کند (و این موضوع نه تنها گناه ندارد بلکه دارای ثواب است)». (تفسیر عیاشی طبق نقل تفسیر المیزان، ج ۲، ص ۸۶) در ادامه به بررسی بیشتر آثار اقتصادی حج در متون دینی می‌پردازیم.

### آثار اقتصادی حج در متون دینی

خداوند در سوره حج می‌فرماید: «و در میان مردم برای [ادای] حج بانگ برآور تا [زائران] پیاده و [سواره] بر هر شتر لاغری - که از هر راه دوری می‌آیند - به سوی تو روی آورند.» (سوره حج، آیه ۲۷) در آیه بعد می‌فرماید: «تا شاهد منافع خویش باشند، و نام خدا را در روزهای معلومی بر دام‌های زبان

۱. (جلد ۱۱، ص ۱۴، انتشارات آل‌البیت).

بسته‌ای که روزی آنان کرده است ببرند. پس، از آنها بخورید و به درمانده مستمند بخورائید.» (سوره حج، آیه ۲۸)

قرآن در این آیات می‌فرماید که در بین مردم حج را اعلام کن تا مردم بیابند و فریضه حج را انجام دهند و از منافع آن بهره‌مند گردند. و همچنین با قربانی کردن و اطعام آن به فقراء در رفع فقر نیز موثر واقع شوند.

اینک باید دید مقصود از منافع که در آیه شریفه برای حج ذکر شده چیست؟ براساس روایات، منافی که از حج نصیب مردم می‌شود دو نوع مادی و معنوی به شرح زیر است:

#### ۱. منافع دنیوی

منافی است که در راستای رفع نیازهای مادی زندگی انسان به کار گرفته می‌شود. و البته منحصر به مسایل اقتصادی نیست بلکه مسایل سیاسی، حکومتی، مشکلات و مسایل اجتماعی و به عبارت دیگر تمامی ابعاد مادی زندگی انسان را شامل می‌شود.

#### ۲. منافع معنوی

تمامی راه‌های تقرب به خدا در حج که به‌عنوان عبادت مطرح می‌شوند، مشتمل بر تمامی اقسام گفتاری و فعلی عبادات، یعنی عبادات لفظی و عبادات عملی و فعلی، به‌عنوان منافع معنوی حج محسوب می‌شوند.

امام صادق علیه السلام نیز در مورد حج و منافع آن فرموده است: «از خداوند شنیده‌ام که می‌فرماید: ﴿لِيشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ﴾ [تا شاهد منافی که برای آنهاست باشند] راوی گوید، از امام علیه السلام پرسیدم: منافع دنیا یا منافع آخرت؟ فرمود: همه». (محمّدی ری شهری، ص ۱۹۷)

امام علی بن موسی الرضا علیه السلام نیز در بیان فلسفه‌های حج ضمن استناد به قرآن می‌فرماید: ﴿لِيشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ﴾ [تا شاهد منافی که برای آنهاست باشند] (بحارالانوار، ج ۹۹، ص ۳۲).

از این بیان هم استفاده می‌شود که آیه شریفه، هم منافع معنوی و هم منافع مادی را شامل می‌شود. زیرا حضرت در استناد به آیه تفصیلی نداده‌اند که چه نوع منفعتی منظور است. بنابراین حج ابعاد مختلفی دارد و منافع حاصل از آن، هم شامل منافع مادی و هم شامل منافع معنوی می‌شود. اینک نگاه دقیق‌تری به منافع و آثار اقتصادی حج خواهیم داشت.

#### دیدگاه مفسرین

تفسیر نمونه در این باره می‌گوید:

کوتاه سخن این که این عبادت بزرگ اگر به‌طور صحیح و کامل مورد بهره‌برداری قرار گیرد و



زوار خانه خدا در آن ایام که در آن سرزمین مقدس حضور فعال دارند و دل‌هایشان آماده است از این فرصت بزرگ برای حل مشکلات گوناگون جامعه اسلامی با تشکیل کنگره‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و اقتصادی استفاده کنند، این عبادت می‌تواند از هر نظر مشکل‌گشا باشد. (تفسیر نمونه، ج ۱۴، ص ۹۴)

و شاید به همین دلیل است که امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «لا يزال الدين قائما ما قامت الكعبة» «مادامی که خانه کعبه بر پا است اسلام هم بر پا است» (وسائل الشیعه ج ۸، ص ۱۴).  
یعنی وقتی که مسلمانان از بلاد مختلف اسلامی به زیارت خانه خدا آمدند و منافع (مادی و معنوی) خود را در حج کسب کردند، اسلام تقویت شده و ادامه حیات آن با قدرت بیشتر تضمین می‌شود.  
بنابراین حج، استراتژی اساسی و مهمی است که اسلام آن را برای ایجاد و تقویت وحدت بین مسلمین و حل مشکلات جامعه اسلامی و در نتیجه حفظ دین طراحی کرده است. طبیعی است که انجام ناقص حج چنانچه امروزه انجام می‌گیرد، و یا ترک این فریضه چنانچه بیشتر گفتیم، نتیجه معکوس داشته و پراکندگی مسلمین باعث هلاکت آنان خواهد شد. و این امر امروزه که جوامع اسلامی تکه تکه و پراکنده هستند اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. و به خاطر اهمیت این موضوع، در روایات اسلامی عنوان شده است که اگر در یک سال مسلمانان بخواهند حج را تعطیل کنند بر حکومت اسلامی واجب است که با زور آنها را به مکه بفرستد (وسائل الشیعه ج ۸، ص ۱۵ «باب وجوب اجبار الوالی الناس علی الحج»).

مرحوم علامه در تفسیر جمله «لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ» از آیه ۲۸ سوره حج، بیان بسیار دقیقی دارد که آن را مستقیماً نقل می‌کنیم. ایشان می‌فرماید:

در این جمله "منافع" مطلق ذکر شده، و اختصاص به منافع دنیایی یا اخروی نیافته، چون منافع دو نوع است. یکی دنیوی که در همین زندگی اجتماعی دنیا سود بخشیده، و زندگی آدمی را صفا می‌دهد و حوائج گوناگون او را بر آورده، نواقص مختلف آن را بر طرف می‌سازد، مانند تجارت، سیاست، امارت، تدبیر، و اقسام رسوم و آداب و سنن، و عادات، و انواع تعاون و همکاری‌های اجتماعی، و غیر آن.

پس وقتی که اقوام و امت‌های مختلف از مناطق مختلف زمین با همه تفاوت‌ها که در انساب و رنگ و سنن و آداب آنها هست در یک جا جمع شده، یکدیگر را شناختند، و معلوم شد که کلمه همه واحده، و آن کلمه حق است، و معبود همه یکی است و او خدای عز و جل است، و جهت‌گیری همه یکی است و آن کعبه است، اتحاد روحی، آنها را به اتحاد جسمی و وحدت کلمه، ایشان را به تشابه در عمل می‌کشاند. هر فرد از دیگری آنچه می‌پسندد اخذ می‌کند، و به او عطا می‌کند آنچه را که او را راضی می‌کند. و قومی به کمک قوم دیگر می‌شتابد و در حل

مشکلات آن قوم کمر می‌بندد و به اندازه توان خود یاریش می‌دهد. در نتیجه جامعه‌های کوچک به صورت یک جامعه بزرگ مبدل می‌شوند، آن وقت مجتمع‌های کوچک با نیروهای جزئی به مجتمعات نیرومند مبدل می‌شوند که کوه‌های بلند و استوار هم در مقابل آن نمی‌توانند مقاومت کنند، و هیچ دشمن نیرومندی حریف آن نمی‌شود. و [جان کلام اینکه:] هیچ راهی به سوی حل مشکلات مانند تعاضد و تعاون نیست، و هیچ راهی به سوی تعاون چون تفاهم نیست و هیچ راهی به سوی تفاهم مانند تفاهم دینی نیست» (ترجمه المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۱۴، ص: ۵۲۲).

بنابراین اشتراکات معنوی و اعتقادی موجب اتحاد و اتفاق معنوی و دینی شده و اتفاق روحی و معنوی باعث گرایش به اتحاد و همگرایی و تعاون و همکاری مادی و در نتیجه بهره‌گیری از منافع عظیم مادی حج می‌شود. مرحوم علامه در ادامه می‌فرماید:

نوع دیگر منافع، یعنی منافع اخروی همان انواع وجوه تقرب به خدا است.... پس، آمدن مردم به سوی ابراهیم، یعنی حضور آنها در خانه خدا و زیارت آن، باعث می‌شود که منافع اخروی و دنیوی آن را مشاهده کنند [درک کنند]، و با مشاهده منافع، علاقمند به آن خانه شوند، چون خلقت انسان به گونه‌ای است که منفعت را دوست دارد. (همان)

#### فقرزدایی

جنبه دیگر منافع اقتصادی حج این است که حضور در حج و رسیدن به منافع آن، باید با فقرزدایی همراه باشد. اجتماع اغنیاء در حج نباید آنان را از فقراء غافل کند. ﴿أَطْعَمُوا الْبَائِسَ الْفَقِيرَ﴾ (محسن قرائتی، تفسیر نور، ج ۸، ص ۳۷) بلکه یک بعد اساسی منافع مورد بحث، همین دست‌گیری از فقراء است!

همگرایی و همکاری اقتصادی در سطح اتحادهای منطقه‌ای و بازار مشترک با تسهیل جابجایی سرمایه، عامل کار و سایر عوامل تولید در کشورهای اسلامی راه حلی مثمر ثمر در رهایی از دور فقر

۱. بخصوص که یکی از موانع اصلی توسعه در کشورهای اسلامی وجود دورهای باطل فقر در این کشورها است. دور باطل فقر در زمینه‌های عرضه، تقاضا و نیروی انسانی اگرچه مانع تحقق توسعه می‌شود اما نفی وجود مزیت‌های نسبی در زمینه‌های مختلف در کشورهای اسلامی نمی‌کند. به عبارت دیگر می‌توان با شناسایی این مزیت‌ها در این کشورها و ارایة آنها در کنگره عظیم حج و مبادله پایاپای آن باعث رفع قطعی نواقص و موانع توسعه در جوامع اسلامی شد. بنابراین آنچه در ادبیات توسعه اقتصادی توسط نورکس و دیگران القاء شده که: «فقر در کشورهای فقیر مادرزادی است، و این کشورها به علت نداشتن اعتماد به نفس، هرگز قادر به رفع فقر و دستیابی به توسعه نیستند و این امر باعث می‌شود که فقر همچنان به عنوان بزرگ‌ترین مانع توسعه در این کشورها با برجا باقی بماند» (لشکری محمد، توسعه اقتصادی و برنامه‌ریزی، ص ۳۴-۳۷)، کاملاً بی‌اساس است.

است. با چنین اتفاقی می‌توان با تعدیل و توزیع درآمد در کشورهای اسلامی، قدمی بسیار مفید در راستای تحقق عدالت در این کشورها برداشت.

### آثار اقتصادی حج در وضعیت موجود

آثار و منافع اقتصادی حج بطور کلی در دو سطح خرد و کلان به شرح زیر قابل ترسیم است:

#### آثار اقتصادی در سطح خرد

منظور از آثار خرد اقتصادی حج، آثاری است که انجام حج روی رفتار اقتصادی افراد دارد. اجمالاً معلوم است که در رفت و برگشت حجاج و عمره گزاران توسعه‌ای در مصرف به صورت خرید برخی اقلام کالاها و خرید برخی خدمات مثل حمل و نقل، هتل‌داری و غیره بوجود می‌آید. اما خرید خدمات و کالاها از کشور مقصد باعث خروج مبالغ بسیار زیادی ارز سالانه از کشور می‌شود. ضمن اینکه خرید مقادیر زیادی کالا از کشور مقصد و وارد کردن آن به کشور باعث افزایش قابل توجهی در واردات سالانه می‌شود. افزایش مصرف و فعالیت‌های خدماتی در کشور مبدأ (مثل ایران) می‌تواند اثر مثبت در افزایش سرمایه‌گذاری و تولید در زمینه‌های فوق داشته باشد. اما متأسفانه هیچ آمار مشخصی در این زمینه (میزان آثار منفی و مثبت در سطح خرد) در دست نیست و نمی‌توان راجع به نحوه تاثیر اقتصادی سفر حج و عمره در سطح خرد، اظهار نظر جدی و مشخصی نمود.

#### آثار اقتصادی حج در سطح کلان

منظور از آثار کلان اقتصادی، آثاری است که بر روی متغیرهای کلان اقتصادی مثل درآمد ملی، اشتغال، مصرف، تراز پرداخت‌ها و... دارد. آثار کلان اقتصادی حج و عمره در دو قسمت آثار بالقوه (یعنی آنگونه که باید باشد) و آثار بالفعل (کارکرد امروزی) باید مورد توجه قرار گیرد که هر یک از این دو قسم را جداگانه بحث خواهیم کرد. آثار کلان بالفعل در کشور مبدأ و کشور مقصد متفاوت بوده و در برخی موارد منفی و در مواردی نیز مثبت است، که درباره هر یک باید مجزا بحث شود.

#### الف) آثار کلان در اقتصاد ایران (کشور مبدأ)

در این قسمت با اشاره به برخی آمارها و چند محاسبه ساده نشان می‌دهیم که این سفر روحانی (حج) تمتع و یا عمره مفرده) روی اقتصاد ایران چه تاثیر شگرف و البته منفی دارد. تا پایان ایام عمره (طی چند سال اخیر) تعداد افراد اعزام شده به عمره به حدود ۳ میلیون نفر خواهد رسید. یعنی سالانه حدود ۸۰۰ هزار نفر به عمره اعزام شده‌اند. اگر تعداد افراد اعزام شده به حج تمتع را نیز در این سال‌ها مد نظر قرار داده و به رقم فوق اضافه کنیم، تعداد افراد اعزام شده به عربستان در این



سال‌ها سالانه به حدود ۹۰۰ هزار نفر خواهد رسید.

هزینه سفر عمره برای هر نفر در سال ۸۹ حداقل ۸۰۰ هزار تومان و در سال ۹۰ حدود ۱۰۰۰۰۰۰ تومان، برای سفر حج در سال ۸۹ حداقل ۲/۵ میلیون تومان و در سال ۹۰ سه میلیون تومان بوده است.

\* جدول هزینه‌های سفر حج و عمره در سال‌های (۹۰ - ۸۹)

سال ۱۳۹۰			سال ۱۳۸۹			
تعداد افراد	هزینه هر فرد	هزینه کل (تومان)	تعداد افراد	هزینه هر فرد	هزینه کل (تومان)	
۸۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰	۸۰۰۰۰۰۰۰	۸۰۰۰۰۰	۸۰۰۰۰۰	۶۴۰۰۰۰۰۰۰	سفر عمره
۱۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰	۲/۵	۲۵۰۰۰۰۰۰۰	سفر حج
-	-	۹۰۰۰۰۰	-	-	۸۹۰۰۰۰۰۰۰	جمع کل

منبع: سایت سازمان حج و زیارت (www.hajj.ir)

بنابراین در سال ۱۳۸۹ حداقل حدود ۸۹۰ میلیارد تومان هزینه اعزام مجموع ۹۰۰ هزار نفر به سفر حج و عمره شده است. و در سال ۱۳۹۰ برای اعزام همان تعداد، حدود ۱۱۰۰ میلیارد تومان هزینه خواهد شد. در مجموع دو سال، کل هزینه اعزام به حدود ۲۰۰۰ میلیارد تومان بالغ می‌گردد. نکته مهم این است که بخش عمده مبلغ فوق به‌عنوان هزینه هواپیما، هتل‌داری، ویزا و غیره به‌صورت ارز از کشور خارج شده و به عربستان منتقل می‌شود. این در حالی است که اگر حداقل هزینه‌ای را که هر فرد بابت خرید کالا از عربستان پرداخت می‌کند ۱۰۰۰ دلار در نظر بگیریم، کل هزینه خرید در مجموع دو سال ۱۸۰۰ میلیون دلار (معادل حداقل ۱۸۰۰ میلیارد تومان) خواهد شد.

بنابراین ملاحظه می‌شود که سالانه چه مبالغ هنگفتی به‌صورت ارز از طریق این سفر و توسط حاجیان و عمره‌گزاران از کشور خارج می‌شود. بنابراین اگرچه به لحاظ نداشتن آمار دقیق، مبلغ دقیق ارزی که سالانه از کشور خارج می‌شود معلوم نیست ولی به طور قطع مبالغ بسیار زیادی است که در بالا به آن اشاره شد. و این مطلب گویای این است که آثار اقتصادی سفر حج و عمره در سطح کلان در اقتصاد ایران منفی است. و باعث خروج سرمایه‌هایی از کشور می‌شود.

تانگیان<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) در پژوهشی به بررسی تاثیر حج بر اقتصاد نیجریه پرداخته است. در این مطالعه ابعاد اقتصادی مختلف مثبت و منفی حج بر اقتصاد نیجریه مورد بررسی قرار گرفته است. وجه پرداختی به

۱. Tangban.



دولت عربستان سعودی برای صدور ویزا، کمک هزینه سفر اهدایی به زائران و بودجه سالیانه پرداختی به هیأت حج به عنوان تأثیر اقتصادی منفی حج بر اقتصاد نیجریه تلقی شده است. اما از طرفی حج آثار مثبتی بر اقتصاد نیجریه داشته است؛ زیرا حج به عنوان محرک باعث تسهیل فعالیت‌های اقتصادی معینی در مدت مشخصی از سال می‌گردد؛ و بخش حمل و نقل زمینی و دریایی، صنایع غذایی، صنایع نساجی و صنایع داروسازی نیجریه در زمان حج با رونق مواجه می‌شوند. نتیجه تحقیق نشان داد که تأثیرات منفی حج بیشتر از تأثیرات مثبت آن بر اقتصاد نیجریه است.

#### (ب) آثار کلان در کشور مقصد

مطالعات انجام شده توسط ترنر و کوهن اثر مثبت حج و عمره بر اقتصاد کلان عربستان و رونق-بخشی بر آن را تایید می‌کند.

ترنر<sup>۱</sup> (۱۹۷۳) به بررسی تأثیر حج بر رشد اقتصادی عربستان پرداخت. ترنر با اشاره به طبیعت واجب حج و مشقت‌ها و سختی‌هایی که زائران در این سفر متحمل می‌شوند، حج را کاملاً متمایز با سفر توریستی دانسته، اظهار می‌دارد: «مشکل است که بگوییم زائران مانند گردشگران به دنبال لذت بردن هستند یا حتی انتظار لذت بردن را دارند. از این رو، در این مطالعه تنها تعداد عمره‌گزاران مورد توجه قرار گرفته و به بررسی نقش آن در رشد اقتصادی عربستان پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که حج باعث رونق اقتصاد عربستان شده است. (زراء نژاد، ص ۵)

کوهن<sup>۲</sup> (۱۹۷۹) در مطالعه خود حج را علاوه بر انجام مناسک واجب، به عنوان شکلی از گردشگری در نظر گرفت و به بررسی نقش حج بر رشد اقتصادی کشور مقصد یعنی عربستان پرداخته است. این مطالعه براساس مطالعه‌ی رابینسون<sup>۳</sup> (۱۹۷۲) است که در آن گردشگران در کشورهای نظیر هند و آسیای جنوبی منابع درآمدی برای رشد این کشورها بوده‌اند. کوهن همچون نونز<sup>۴</sup> (۱۹۷۷) مکه را به عنوان مقصد گردشگری بی‌همتایی در طول زمان‌های مختلف معرفی کرده است. از دید کوهن حج همانند سفری توریستی است که در آن زائران همانند گردشگران سفری ارادی و موقتی انجام می‌دهند و هدف و انتظار آنان کسب مطلوبیت است. نتایج این تحقیق نشان داد که حج مانند توریسم باعث تسهیل فعالیت‌های اقتصادی می‌شود (زراء نژاد، ص ۵).

۱. Turner.

۲. Cohen.

۳. Robinson.

۴. Nunez.

### حج آثار کلان برای امت اسلامی

بررسی روایات اسلامی نشان می‌دهد که آثار اقتصادی حج در سطح کلان برای امت اسلامی و نه برای یک کشور خاص می‌باشد. در حقیقت از جمله فلسفه‌های حج و اجتماع بزرگ مسلمانان در سرزمین وحی، سامان دادن به زندگی مادی و اقتصادی جامعه اسلامی (امت اسلامی) است. اسلام خواسته است که از طریق حج، نواقص و مشکلات اقتصادی در بلاد اسلامی مرتفع شده، عدالت اقتصادی تحقق یافته و راه برای رشد و توسعه اقتصادی هموار گردد. و این نکته بسیار دقیقی است که محققین اسلامی و غیراسلامی در تحقیقات خود درباره حج، آن را مورد بی‌توجهی قرار داده‌اند. بر این اساس آن چه طی سال‌های گذشته اتفاق افتاده و امروز نیز متولیان حج در جهان اسلام آن را تعقیب می‌کنند، نتیجه‌اش بهره‌برداری اقتصادی یک کشور خاص یعنی کشور مقصد (عربستان سعودی) از حج است به طور کلی با اهداف تعیین شده در حج و فلسفه آن تعارض جدی دارد. دلیل این ادعا مطلبی است که در فرمایش امام صادق علیه السلام آمده است. در روایت «هشام بن حکم»، «امام صادق علیه السلام فرموده است:

خداوند این بندگان را آفرید... و فرمان‌هایی در طریق مصلحت دین و دنیا به آنها داد، از جمله اجتماع مردم شرق و غرب را (در آئین حج) مقرر داشت تا مسلمانان به خوبی یکدیگر را بشناسند و از حال هم آگاه شوند، و هر گروهی سرمایه‌های تجاری را از شهری به شهر دیگر منتقل کنند... و برای این که آثار پیامبر صلی الله علیه و آله و اخبار او شناخته شود، مردم آنها را به خاطر آورند و هرگز فراموش نکنند. (وسائل الشیعه، ج ۸ ص ۹)

بهره‌گیری از منافع اقتصادی حج آنقدر اهمیت دارد که امام صادق علیه السلام در ادامه می‌فرماید:

ولو كان كل قوم انما يتكلمون علي بلادهم و ما فيها هلکوا، و خربت البلاد، و سقطت الجلب و الارباح و عمیت الاخبار....

اگر هر قوم و ملتی در شهر و کشور خود مانده و برای مراسم حج از آن خارج نگردند (تنها از کشور و بلاد خویش سخن بگویند و تنها به مسائلی که در آن است بیندیشند) همگی نابود می‌گردند و کشورهایشان ویران می‌شود، منافع آنها ساقط می‌گردد و اخبار واقعی در پشت پرده قرار می‌گیرد. (همان)

بی‌توجهی به حج و عدم بهره‌برداری مناسب از آن نتیجه‌اش تفرقه و نتیجه تفرقه ضعف و ناتوانی و سرانجام سقوط و هلاکت است.

جابجایی و انتقال سرمایه‌ها و منابع تولید و تجارت محصولات و کالاهای تولید شده در هر یک از بلاد اسلامی باعث می‌شود که نیازها و کمبودهای مختلف در سرزمین‌های گوناگون اسلامی مرتفع شده و شرایط برای تحقق رشد و توسعه اقتصادی فراهم شود. و برعکس، عدم جابجایی کالاها و منابع



در ایام حج و عدم برخورداری از منافع اقتصادی حج، در کوتاه مدت باعث تضعیف و در بلند مدت باعث نابودی امت اسلامی خواهد شد.

نتیجه؛ بنابراین فلسفه اصلی حج و رمز حیات آن و بالتبع حیات اسلام و حیات مسلمانان در این است که همه مسلمانان از منافع حج بهره‌مند شوند. به عبارت دیگر منافع اقتصادی و غیراقتصادی حج باید نصیب همه مسلمانان و همه بلاد اسلامی شود؛ در غیر این صورت نتایج مورد انتظار از آن یعنی اصلاح امور اساسی امت اسلامی و رسیدن به وحدت کلی اسلامی حاصل نخواهد شد.

### هم‌گرایی اقتصادی بین‌المسلمین و ضرورت آن

#### ۱. ضرورت اقتصادی

هدف عمده در شکل‌گیری بازار مشترک، همگرایی در مسایل اقتصادی (تجاری، مبادله‌ای و جایجایی منابع) از نظر اهداف، روش‌ها و نتایج آن است. بنابراین استفاده از ابزارها، روش‌ها و اقدامات مناسب برای ایجاد همگرایی بین کشورها ضروری است. به عبارت دیگر پارامترهای فرهنگی، ملی، زبانی، اقتصادی، جغرافیایی و غیره ایجاد‌کننده اتحاد و همگنی از حیث میزان تاثیر، بسیار مهم است. این همگرایی باعث گسترش بازار مصرف برای تولیدات داخلی شده، قدرت چانه‌زنی آنها را نسبت به کالاهای وارداتی و صادراتی افزون می‌کند.

پیش‌تر نیز گفتیم که کشورهای اسلامی ویژگی‌های مهمی دارند که به آسانی می‌تواند این یکپارچگی و هم‌سویی را پذیرا باشد. وجود پیوندها و علایق مشترک فرهنگی و مذهبی میان کشورهای اسلامی، داشتن دین مشترک، دینی که بر تمام ساختارها و عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی زندگی آنان تاثیرگذار است و تعالیم عالیّه آن در خصوص لزوم وجود وحدت امت اسلامی، عامل مهمی در همگرایی کشورهای اسلامی و تشکیل بازار مشترک اسلامی به حساب می‌آید.

از جانب دیگر تحقق این بازار که هدف اصلی و اساسی آن ایجاد همگرایی و یکپارچگی بین کشورهای اسلامی است، یکی از پیش‌نیازهای اصلی وحدت امت اسلامی به شمار می‌رود. زیرا همکاری و تعاون اقتصادی و تلاش در جهت رفع مشکلات بخش‌های مختلف امت اسلامی می‌تواند همفکری و همدلی و اتحاد را بین مسلمین بوجود آورد.

#### ۲. ضرورت فقهی

در جهان امروز که نقش اقتصاد جدی و پیش‌رونده است، تشکیل بازار مشترک اسلامی به منظور تقویت بنیه اقتصادی و رسیدن به استقلال اقتصادی در این کشورها از جمله اقدامات و سیاست‌های ضروری است. این موضوع ضروری اقتصادی دارای نتایج گسترده غیراقتصادی به واسطه ضرورت

فقهی که با استفاده از قواعد فقهی قابل اثبات است، نیز تاکید می‌گردد. (مبلغی احمد، سایت [www.shareh.com](http://www.shareh.com))

### قاعده لزوم برپاداشتن بازار مسلمین

الف) اولاً مفهوم بازار که یک مفهوم عرفی است، همراه با تحول و تطور در روابط اقتصادی و عوامل اقتصادی دستخوش تحول گردیده و می‌گردد. بنابراین وقتی صحبت از بازار می‌شود، فقط همان مفهوم ساده و محدود پیشین آن مد نظر نیست. بلکه امروزه مفهوم بازار از حیث کیفیت و ابعاد و شرایط آن بسیار گسترش یافته به طوری که تعاملات و روابط اقتصادی بین کشورهای اسلامی را نیز در بر می‌گیرد.

ب) ثانیاً در روایت «حفص بن غیاث» از امام صادق علیه السلام آمده است: «شخصی از امام صادق علیه السلام پرسید: اگر شی (متاعی) را در دست کسی دیدم می‌توانم شهادت دهم که مال اوست؟ امام علیه السلام پاسخ دادند: بلی. او گفت: شهادت می‌دهم در دستان اوست و شهادت نمی‌دهم که از اوست؛ چراکه شاید به غیر او مربوط باشد. حضرت پاسخ دادند: آیا جایز است آن را از او بخری؟ گفت: آری. امام علیه السلام فرمود: شاید از غیر او باشد، از کجا جایز شده که آن را بخری و ملک تو گردد؛ آن‌گاه بعد از تحقق ملکیت بگویی آن (متاع) مال من است و بر آن سوگند بخوری و جایز نشده که آن را به او که ملکش پیش از این به تو منتقل شده، نسبت دهی؟ بعد امام علیه السلام فرمود: اگر این جایز نباشد، برای مسلمین بازاری برپا نمی‌ماند. (وسائل الشیعه، ج ۱۸، ح ۲۱۵۰)

در این روایت امام علیه السلام به ذکر علت پرداخته و فرموده اگر «بد» اماره ملکیت نباشد بازاری برای مسلمانان باقی نخواهد ماند. از این تعلیل می‌توان قاعده «ضرورت قوام و برپایی بازار مسلمانان» را استنباط کرد.

با توجه به مطلب نخست یعنی تحول مفهوم بازار و با استفاده از قاعده فوق می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که ضرورت شکل‌گیری و تداوم بازار برای تداوم و تقویت حیات اقتصادی مسلمانان، نباید محدود به دوره‌ای خاص یعنی صدر اسلام و یا زمان صدور این روایت شود. بنابراین امروزه که بازار مفهومی فراملی در قالب همگرایی اقتصادی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای یافته، و مفهوم بازار مسلمانان، شامل بازار مشترک بین کشورهای اسلامی که تأثیری فوق‌العاده در تداوم و تقویت حیات اقتصادی امت اسلامی دارد، نیز می‌گردد و ضرورت تشکیل بازار مسلمانان منحصر به بازارهای محلی یا شهری و امثال آن که تأثیر چندانی در تقویت حیات اقتصاد امت اسلامی ندارد، نیست. بنابراین ضرورت تشکیل و تداوم آن ثابت می‌شود. (همان)



### قاعده نفی سبیل

این قاعده مستنبط از آیه شریفه ﴿لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾ (نساء: ۱۴۱) است. براساس این آیه، خداوند هر گونه سلطه و تسلطی را از طرف کافرین بر مؤمنین نفی کرده است که به معنای نهی از چنین سلطه‌ای است. و به معنای نهی از هر گونه اقدام، سیاست و یا تصمیمی است که منتج به چنین نتیجه‌ای شود. و همچنین به معنی لزوم پی‌گیری و توجه به هر اقدامی و به کارگیری هر نوع ابزاری است که مانع این سلطه بشود و یا زمینه‌ جلوگیری از تحقق این سلطه را فراهم کند. بنابراین استدلال به این قاعده را می‌توان در دو برهان زیر خلاصه کرد (همان):

#### برهان (۱)

الف) خداوند جعل هر گونه سبیل و سلطه را نسبت به مسلمانان برای کافرین نفی کرده است.  
 ب) سلطه اقتصادی کافران بر مسلمانان از مصادیق سبیل، بلکه بدترین آن می‌باشد.  
 نتیجه: پس سلطه اقتصادی نیز نفی شده است.

#### برهان (۲)

الف) چون جلوگیری از تحقق سلطه واجب است پس فراهم کردن شرایط و مقدمات جلوگیری از آن نیز واجب می‌باشد.  
 ب) جلوگیری از سلطه جز با توانمند شدن مسلمانان و فراهم کردن ابزار و نیروی انسانی کارآمد امکان‌پذیر نیست (انفال: ۶۰).  
 نتیجه: بنابراین همگرایی و هم‌افزایی توان اقتصادی و توانمند شدن در عرصه اقتصاد از طریق تشکیل بازار مشترک بین‌المسلمین به‌عنوان یکی از مصادیق و اسباب عقلایی توانمندی، واجب و ضروری است.

### قاعده علو اسلام

قاعده دیگری که می‌تواند ضرورت همگرایی و همکاری اقتصادی از طریق تشکیل بازار مشترک بین‌المسلمین را ثابت کند، قاعده «علو اسلام» برگرفته از روایت «الاسلام یعلو و لایعلی علیه» است که تقریباً شبیه همان قاعده قبلی است و به همین جهت از دوباره گویی پرهیز می‌کنیم.  
 در هر صورت حاصل بحث این شد که تشکیل نهادهایی مثل بازار مشترک و همکاری و هم‌گرایی اقتصادی که بتوانند بنیه اقتصادی مسلمانان را تقویت کنند، ضروری است.

#### کارکرد حج در همگرایی اقتصادی

پیش‌فرض‌ها و شرایط لازم و کافی همگرایی پیش‌گفته وقتی در عبادت بزرگ و کنگره عظیم حج

و اجتماع باشکوه مسلمین در سرزمین وحی (مکه و مدینه) حاصل می‌شود، شرایطی بسیار مناسب برای شکل‌گیری بازار مشترک بین‌المسلمین را فراهم می‌کند. تفسیر نمونه در این باره می‌گوید:

چه مانعی دارد که مسلمانان در آن اجتماع بزرگ، پایه یک بازار مشترک اسلامی را بگذارند، و زمینه‌های مبادلاتی و تجاری را در میان خود به گونه‌ای فراهم سازند که نه منافعیان به جیب دشمنانشان بریزد، و نه اقتصادشان وابسته به اجانب باشد، که این دنیا پرستی نیست، عین عبادت است و جهاد. (تفسیرنمونه، ج ۱۴، ص ۹۴)

بیشتر پیرامون جنبه‌های اقتصادی حج و امکان بهره‌برداری از آن در راستای همگرایی اقتصادی و تقویت بنیه اقتصادی کشورهای اسلامی به تفصیل بحث کردیم. گفته شد که:

منافع اقتصادی حج باید در راستای رفع فقر و تحقق عدالت و تقویت بنیه و توان اقتصادی امت اسلامی به کار گرفته شود. اجتماع بی‌نظیر مسلمانان در ایام حج در سرزمین وحی، فضای معنوی دلنشینی برای امت اسلامی بوجود آورده و دل‌ها را به هم نزدیک می‌کند و شرایط را برای تحقق همکاری و تعاون اقتصادی در بین امت اسلامی فراهم می‌نماید.

اما آنچه امروزه و بالفعل از حج بهره‌برداری می‌شود، منافع یکطرفه و درآمد سرشاری است که از این طریق به جیب سعودی‌ها سرازیر می‌شود.

بنابراین با توجه به ضرورت اقتصادی شکل‌گیری اتحاد و هم‌افزایی اقتصادی و تشکیل بازار مشترک بین‌المسلمین و ضرورت فقهی شکل‌گیری این بازارها و ظرفیت بسیار بالای کنگره عظیم حج در تحقق این هدف بزرگ، بر اندیشمندان مسلمان در سراسر جهان اسلام لازم است که با تلاش‌های پی‌گیر، شرایطی را فراهم کنند تا کنگره عظیم حج بتواند آثار و منافع اقتصادی و غیراقتصادی بالقوه خود را ارائه کرده و امت اسلامی از آن بهره‌مند شوند.

و اینک اشارات کاربردی در راستای تحقق این هدف در پی خواهد آمد.

#### اشارات کاربردی در همگرایی اقتصادی بین‌المسلمین

چنانچه در ابتدا گذشت، باید در نظر داشت که همگرایی اقتصادی در مراتب مختلفی چون «منطقه تجارت آزاد»، «اتحادیه گمرکی»، «بازار مشترک» و «اتحادیه اقتصادی» قابل تحقق است که هر یک شرایط و ویژگی‌های خاص خودش را دارد. به نظر می‌رسد که در شرایط فعلی با کمی مذاکره و برنامه‌ریزی بتوان «اتحادیه گمرکی بین‌المسلمین» و «بازار مشترک بین‌المسلمین» را تأسیس و راه‌اندازی کرد.

#### اتحادیه گمرکی بین‌المسلمین

این نوع همکاری از نظر شرایط نسبت به «بازار مشترک» آسان‌تر و نسبت به «منطقه تجارت آزاد» آثار مطلوب اقتصادی بیشتری دارد.



در این اتحادیه، فعالیت‌های تجاری، واردات و صادرات بین کشورهای اسلامی آزاد و بدون عوارض گمرکی است. ضمناً هر یک از اعضاء در تجارت با کشورهای غیرعضو نیز از حقوق و عوارض گمرکی مشابهی استفاده می‌کنند.

بر اساس ضوابط اتحادیه، حجاج می‌توانند بدون پرداخت عوارض گمرکی و به صورت آزادانه محصولات تولید شده در کشور اسلامی خود را وارد عربستان کرده و هنگام بازگشت محصولات تولیدی عربستان و یا کشور اسلامی دیگری را به کشور خود وارد کنند. البته برای اینکه تجارت آزاد روی تولید کشورهای عضو، تاثیر مثبت داشته باشد باید با دقت کافی جلوی قاچاق احتمالی کالاهای تولید شده در کشورهای غیرعضو گرفته شود. این تجارت آثار مثبتی چون تقویت رقابت بین تولیدکننده‌ها در کشورهای اسلامی به منظور یافتن بازار مناسب و به دنبال آن افزایش تولید به منظور صادرات به هر یک از کشورهای اسلامی را خواهد داشت.

در ایام حج به خصوص حج واجب، اتحادیه می‌تواند با وضع تسهیلات ویژه‌ای، کالاهای خود را با قیمتی ارزانتر در اختیار حجاج قرار دهد تا اگر تاجری مثلاً کالای ساخت ایران را از عربستان خرید می‌کند و به کشور خود مثلاً عراق می‌برد، بتواند با قیمت مناسبی در بازار عراق بفروشد. اتحادیه می‌تواند به منظور تسهیل در امر تجارت حجاج، مکان‌های وسیعی را در عربستان برای عرضه کالاهای تجاری در هنگام حج تأسیس کند تا حجاج بدون هیچگونه نگرانی تجارت خود را انجام دهند و به اعمال حج آنها صدمه‌ای وارد نشود.

این امر به طور جدی می‌تواند به سامان دادن زندگی فقراء و رفع فقر در کشورهای اسلامی کمک کند. و از این طریق شرایط برای تحقق فرمان خداوند در قرآن که فرمود: ﴿وَأَطِيعُوا الْبَائِسَ الْفَقِيرَ﴾ فراهم می‌شود، چرا که کلام خداوند در مورد اطعام فقراء، منحصر به اطعام گوشت قربانی به فقراء مسلمین نیست. بلکه هر نوع کمکی از طرف حجاج به فقراء صورت بگیرد، مصداق این کریمه خواهد بود زیرا ممکن است که این جمله یعنی ﴿وَأَطِيعُوا الْبَائِسَ الْفَقِيرَ﴾ از آیه شریفه را جمله‌ای مستقل در نظر بگیریم.

فعالیت اتحادیه گمرکی در طول سال و در ایام عمره مفرده و در بلندمدت و به صورت پایدار ادامه خواهد یافت و با دستیابی مردم به منافع حج، رغبت آنها به حج بیشتر می‌شود.

#### تحقق بازار مشترک بین المسلمین

چنانچه پیش‌تر گذشت، ویژگی‌های مازاد «بازار مشترک» نسبت به «اتحاد گمرکی» در این است که علاوه بر آزادی مبادله کالاهای و خدمات، آزادی نقل و انتقال سرمایه و جابجایی نیروی کار را نیز شامل می‌شود و بازارهای بزرگ، امتیازات و ثمرات زیادی نیز در زمینه‌های فنی و اقتصادی دارند و تأثیر آنها



در تحقق توسعه و رشد اقتصادی پایدار بیشتر است.

بنابراین در زمینه تاسیس «بازار مشترک اسلامی»، علاوه بر آنچه در مورد «اتحادیه گمرکی بین المسلمین» گفتیم، فراهم کردن شرایط دیگری به منظور تسهیل در امر نقل و انتقال سرمایه و نیروی کار از نظر نرخ بازدهی سرمایه، نرخ دستمزد و نرخ مبادله ارز، لازم است که تحقق آن نیازمند مذاکرات بین مسئولان اجرائی و اقتصادی در کشورهای اسلامی است.

در مورد تاسیس بازار مشترک بین المسلمین نیز، اجتماع عظیم حج بهترین فرصتی است که هم می‌توان صحبت‌ها و مذاکرات مربوط به تاسیس بازار را در این ایام انجام داد و هم بعد از تاسیس، بخش عمده مبادلات کالاها در این ایام صورت گرفته و مردم از منافع آن بهره‌مند می‌شوند.

### نتایج و پیشنهادات

منافعی که از حج نصیب مردم می‌شود دو نوع مادی و معنوی است. عمده منافع اقتصادی حج، در راستای رفع فقر، تحقق عدالت اقتصادی و تقویت بنیه و توان اقتصادی امت اسلامی است. فلسفه اصلی حج و رمز حیات آن و بالتبع حیات اسلام و حیات مسلمانان در این است که منافع اقتصادی و غیراقتصادی حج نصیب همه مسلمانان و همه بلاد اسلامی شود. در غیر این صورت نتایج مورد انتظار از آن یعنی اصلاح امور اساسی امت اسلامی و رسیدن به وحدت کلی اسلامی حاصل نخواهد شد.

اما در عمل، آنچه طی قرن‌های گذشته اتفاق افتاده و امروز نیز متولیان حج در جهان اسلام آن را تعقیب می‌کنند، نتیجه‌اش بهره‌برداری اقتصادی یک کشور خاص یعنی کشور مقصد (عربستان سعودی) و بی‌نصیب ماندن (بلکه متضرر شدن) کشورهای مبدأ از منافع اقتصادی حج است و به طور کلی با اهداف تعیین شده در حج و فلسفه آن تعارض جدی دارد.

ضرورت اقتصادی و فقهی شکل‌گیری اتحاد و هم‌افزایی اقتصادی و تشکیل بازار مشترک بین المسلمین و ظرفیت بالای کنگره عظیم حج در تحقق این هدف، تلاش‌های پی‌گیر اندیشمندان مسلمان در سراسر جهان اسلام را در راستای تحقق این مقصود مهم، الزامی می‌کند.

بنابراین، راهکار اساسی برای اینکه حج به شرایط کارآمدی خود برسد و آثار مثبت آن در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و... برای امت اسلامی حاصل شود، حرکت به سمت هم‌گرایی اقتصادی بین کشورهای اسلامی است.

پیشنهاد مشخص این است که در مرحله اول «اتحادیه گمرکی بین المسلمین» تشکیل شود و در ایام حج واجب و همچنین در بقیه ایام سال یعنی در ایام عمره مفرده مبادلات کالاها با تسهیلات ویژه در سرزمین وحی انجام گیرد تا منافع حاصل از آن به کشورهای اسلامی سرازیر شده و از آن بهره‌مند

شوند. البته کشورهای عضو به صورت مستقیم نیز می‌توانند بر طبق شرایط اتحادیه با یکدیگر مبادله کنند.

همزمان مذاکرات مربوط به آزادسازی نقل و انتقال سرمایه و نیروی کار صورت گیرد و در صورت فراهم شدن شرایط لازم، اتحادیه گمرکی به بازار مشترک تبدیل شود. در ضمن، تشکیل نمایشگاه‌های دائمی کالاهای مختلف تولید شده در کشورهای اسلامی می‌تواند دستیابی به هدف فوق را آسان‌تر کند. حجاج می‌توانند سفارش تولید کالا را نیز قبول کرده و در ایام دیگر سال آن را با قیمت اتحادیه برای مشتری ارسال کنند. در این نمایشگاه می‌توان ابداعات و اختراعات و نوآوری‌ها در زمینه‌های مختلف را عرضه کرد و برای این نوآوری‌ها سفارش ساخت دریافت نمود.

#### ◀ منابع

۱. قرآن کریم
۲. نهج البلاغه
۳. رحیمی بروجردی علیرضا، اقتصاد بین الملل (تجارت و ماله بین الملل)، تهران، سمت، ۱۳۹۰.
۴. اخوی احمد، تجارت بین الملل، استراتژی بازرگانی و توسعه اقتصادی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۳۷۳.
۵. شریفی احمد حسین، آیین زندگی، قم: دفتر نشر معارف، چ ۶۵، ۱۳۸۹.
۶. آیت‌الله مکارم شیرازی، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ویرایش جدید، چ ۴۰، ۱۳۸۶.
۷. امام خمینی، تحریر الوسیله، ص ۳۷۰، قم: موسسه دارالعلم، بی تا.
۸. الکلینی محمدبن یعقوب، الاصول من الکافی، طهران: دارالکتب الاسلامیه، چ ۴، ۱۳۶۵.
۹. الشیخ الحر العاملی، وسائل الشیعه، قم: انتشارات آل البیت، ط اولی، ۱۴۱۱.
۱۰. مبلغی احمد، بازار مشترک، سایت: [www.shareh.com](http://www.shareh.com)، ۱۳۹۰/۱۰/۲۲.
۱۱. علامه طباطبایی، المیزان فی تفسیرالقرآن، ترجمه، چ ۱۴.
۱۲. ژان فرانسوادونیو و ژرار دروئسن، تاریخچه بازار مشترک، ترجمه محمد اسفندیاری، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، چ اول، ۱۳۷۵.
۱۳. [www.hajj.ir](http://www.hajj.ir)
۱۴. زراء نژاد منصور، بررسی تأثیر حج بر اقتصاد عربستان سعودی، ۱۳۹۱.