

رشد ۴۷ درصدی تجارت ایران در بازار آفریقا

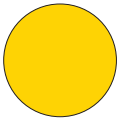
افزایش مبادلات ایران با ۳۹ کشور آفریقایی به حدود یک میلیارد دلار رسیده است؛ رشدی که ظرفیت‌های جدید صادراتی را نشان می‌دهد اما برای پایداری به برنامه‌ریزی راهبردی و زیرساخت‌های مالی نیاز دارد



رامین بیات

روزنامه نگار

نکته
P 0 1 N T



مسعود برهمن

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و شرق آفریقا

فرصت بزرگ ایران در بازار آفریقا

برآوردها نشان می‌دهد مجموع نیاز مسکونی کشورهای آفریقایی بیش از ۹۷ میلیون واحد است؛ ظرفیتی عظیم که می‌تواند افق تازه‌ای برای ورود شرکت‌های ایرانی به بازار ساخت‌وساز این قاره باشد.

در همین راستا، توسعه همکاری‌های عمرانی با کشور کامرون در دستور کار قرار گرفته است. به تازگی نشست مشترک اعضای اتاق بازرگانی ایران و شرق آفریقا با گروهی از فعالان حوزه ساخت‌وساز، سرمایه‌گذاری و پیمانکاری برگزار شد که در آن پروژه شهرک هوشمند مسکونی-تجاری-اجتماعی کامرون معرفی شد. این طرح در شرق پایتخت این کشور، در حوالی شهر یانونده، پیش‌بینی شده و شامل واحدهای مسکونی، مراکز تجاری، اداری، فرهنگی و تفریحی خواهد بود. هدف از اجرایی آن ایجاد الگوی توسعه پایدار شهری با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و انتقال دانش مهندسان ایرانی است.

در نشست مورد اشاره، پیشنهادهایی درباره مدل‌های سرمایه‌گذاری، طراحی مهندسی، تأمین مصالح و اجرای پروژه مطرح شد. قرار است کمیته‌ای ویژه برای پیگیری مراحل اجرایی و جذب سرمایه‌گذاران ایرانی تشکیل شود. پروژه شهرک هوشمند کامرون می‌تواند پالوی حضور مهندسان و شرکت‌های سازنده ایرانی در بازار آفریقا باشد و راه را برای پروژه‌های عمرانی بعدی هموار کند. سالانه بیش از ۱۵۰۰ میلیارد دلار مبادله اقتصادی در آفریقا انجام می‌شود و حدود هزار میلیارد دلار پروژه عمرانی در حوزه سدسازی، انرژی‌های تجدیدپذیر و ساخت‌وساز در جریان است. استقبال کشورهای آفریقایی از توان فنی ایران در حوزه‌های معدن، طلا و انرژی نشان‌دهنده اعتماد به ظرفیت‌های مهندسی و صنعتی کشور است.

در حالی که آفریقا از نظر زیرساختی عقب‌مانده‌ترین قاره محسوب می‌شود، نرخ رشد اقتصادی آن از میانگین جهانی بالاتر است. این ویژگی فرصت استراتژیک برای ایران جهت گسترش روابط تجاری و صادراتی ایجاد می‌کند. یکی از مهم‌ترین مدل‌های همکاری میان ایران و کشورهای آفریقایی «نهار» است؛ بدین معنا که در ازای صدور کالا و خدمات فنی، مواد اولیه مورد نیاز صنایع کشور تأمین می‌شود. ایران سالانه حدود ۱۲۵۰ تن پنبه مصرف دارد که تنها بخشی از آن در داخل تولید می‌شود. همکاری مستقیم با کشورهای آفریقایی تولیدکننده پنبه، دانه‌های روغنی و مواد خام می‌تواند زنجیره تأمین صنایع نساجی و غذایی کشور را تقویت کند.

علاوه بر ظرفیت‌های صنعتی، ایران در حوزه گردشگری سلامت نیز می‌تواند جایگاه ویژه‌ای در آفریقا به دست آورد. اکنون در یکی از کلینیک‌های فعال کشورهای همسایه، سالانه بیش از ۱۷ هزار بیمار از آفریقا پذیرش می‌شوند که نشان‌دهنده اعتماد مردم آن منطقه به خدمات درمانی ایرانی است. ایجاد شعب کلینیک‌های ایرانی در کشورهای آفریقایی و جذب بیماران برای درمان در ایران، می‌تواند مسیر افزایش تبادلات پزشکی و انسانی را بگشاید. کارشناسان تأکید دارند برای حضور مؤثر در بازارهای آفریقایی، باید مدیریت صادرات با همکاری بخش خصوصی تشکیل شود.

آفریقا دیگر حاشیه اقتصاد جهانی نیست؛ قاره‌ای است که به تدریج به یکی از کانون‌های اصلی رشد، مصرف و سرمایه‌گذاری در قرن بیست‌ویکم تبدیل می‌شود. جمعیت جوان و رو به گسترش، شهرنشینی سریع، نیاز فزاینده به زیرساخت‌ها و دگرگونی سبک زندگی، این قاره را از قلمرو خام و ناشناخته توسعه به میدانی راهبردی بدل کرده است. آنچه زمانی صرفاً

در نگاه سیاست‌گذاران جهانی یک منطقه پریسک تلقی می‌شد، امروز به مقصدی جذاب برای قدرت‌های اقتصادی و شرکت‌های سرمایه‌گذار بدل شده است. در چنین فضایی، کشورهایی که زودتر و هوشمندانه‌تر وارد قلمرو اقتصادی آفریقا می‌شوند، نه تنها بازارهایی تازه به دست می‌آورند، بلکه در نظم اقتصادی آینده جایگاهی پایدار می‌سازند. ایران نیز در سال‌های اخیر، هم‌زمان با تلاش برای تنوع‌بخشی به بازارهای صادراتی، رویکرد جدی‌تری نسبت به این قاره در پیش گرفته است. آمارهای رسمی از رشد قابل توجه تجارت با کشورهای آفریقایی خبر می‌دهد؛ رشدی که اگر چه امیدوارکننده است، اما هنوز نیازمند استراتژی جامع، هماهنگی نهادی و نگاه بلندمدت است تا جایگاه ایران در این بازار نوظهور تثبیت گردد.

قاره جوان سرمایه‌پذیر

آفریقا با جمعیتی بیش از یک میلیارد نفر و میانگین سنی جوان، سرشار از ظرفیت‌های اقتصادی نهفته است. توسعه سریع شهرها و افزایش قدرت خرید مصرف‌کنندگان در کشورهای آفریقایی، این قاره را به یکی از نقاط مورد توجه شرکت‌های بین‌المللی تبدیل کرده است. در کنار این واقعیت، مواد خام متنوع، انرژی ارزان و زمین‌های حاصل خیز، بستر کم‌ظہیری برای سرمایه‌گذاری در کشاورزی، صنایع غذایی و معدن ایجاد کرده‌اند. بسیاری از کشورهای آفریقایی امروز در آستانه جهش صنعتی قرار دارند و به دنبال الگوهای نو برای توسعه پایدار هستند؛ فرصت‌هایی که برای کشوری چون ایران، با تجربه صنعتی و دانش فنی قابل توجه، راه‌های تازه‌ای برای همکاری و تجارت می‌گشایند.

جهش تجارت ایران

براساس آمار رسمی، حجم تجارت ایران با ۳۹ کشور

آفریقایی در ده‌ماه نخست سال جاری به حدود ۹۹۱ میلیون دلار رسیده است؛ رقمی که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴۷ درصد افزایش نشان می‌دهد. این رشد چشمگیر نه فقط در حجم، بلکه در ترکیب کالاهای صادرشده نیز معنا دارد. بخش‌هایی چون پتروشیمی، مصالح ساختمانی، قیر، فراورده‌های فلزی و مواد غذایی از جمله اقلام غالب در سید صادراتی ایران به آفریقا هستند. این افزایش تعاملات بازتابی از تلاش برای عبور از مرزهای سنتی تجارت و دستیابی به بازارهای جدید محسوب می‌شود؛ حرکتی که اگر با راهبرد بلندمدت و شناخت دقیق از نیازهای این بازار همراه شود، می‌تواند یکی از ستون‌های پایدار صادرات غیرنفتی کشور را شکل دهد.

محرك‌های رشد صادرات

رشد کنونی تجارت ایران با آفریقا محصول مجموعه‌ای از عوامل هماهنگ است: نخست، رویکرد سیاستی کشور در متنوع‌سازی بازارهای هدف؛ دوم، افزایش فعالیت بخش خصوصی در دستیابی به بازارهای غیرسنتی؛ و سوم، توسعه دیپلماسی اقتصادی با کشورهای در حال رشد. در حالی که بازارهای سنتی صادراتی ایران با چالش‌هایی مانند اشباع تقاضا یا محدودیت‌های سیاسی مواجه‌اند، آفریقا با رشد اقتصادی بالا و نیازهای زیرساختی گسترده، گزینه‌ای طبیعی برای گسترش روابط تجاری به‌شمار می‌رود. افزایش تقاضا برای کالاهای صنعتی، مواد غذایی و تجهیزات زیرساختی در کشورهای آفریقایی، فرصت‌های ویژه‌ای برای صادرات کالاهای ایرانی فراهم کرده است.

ارتقای ارزش صادرات

یکی از شاخص‌های مهم در ارتقای ساختار صادرات، ارزش هر تن کالای صادرشده است. بررسی آماری نشان می‌دهد این شاخص از ۴۴۲ دلار در ده‌ماه نخست سال ۱۴۰۳ به حدود ۵۵۴ دلار در سال جاری رسیده؛ افزایشی نزدیک به ۲۵ درصد. این تغییر بیانگر جهش کیفی در سب‌صادراتی ایران است. وقتی ارزش کالاهای صادراتی رشد می‌کند، معنایش گذار تدریجی از صادرات مواد اولیه کم‌ارزش به کالاهای فراوری‌شده و صنعتی است. چنین روندی در صورت استمرار می‌تواند به افزایش

بهره‌وری، درآمد ارزی بالاتر و تثبیت برندهای ایرانی در بازارهای جهانی منجر شود.

رقابت در بازار آفریقا

در عین حال، بازار آفریقا عرصه رقابتی شدید میان قدرت‌های اقتصادی است. چین و ترکیه دو نمونه شاخص از کشورهایی هستند که طی دهه گذشته با برنامه‌ریزی دقیق توانسته‌اند حضور گسترده‌ای در این قاره رقم بزنند. این رقابت نه تنها در سطح حجم تجارت، بلکه در ساختار همکاری، نوع سرمایه‌گذاری و نفوذ فرهنگی نیز جریان دارد. ایران اگر می‌خواهد سهم پایدار در این بازار داشته باشد، باید از الگوهای موفق آنان درس بگیرد و مدل خاص خود را طراحی کند؛ مدلی که بر پایه هم‌افزایی اقتصادی، انتقال فناوری و حضور مستمر شکل گیرد.

مدل چینی حضور

چین با رویکرد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی توانسته است به بازیگر اصلی اقتصاد آفریقا تبدیل شود. پروژه‌های عظیم ساخت جاده، بندر، نیروگاه و راه‌آهن نه تنها وابستگی اقتصادی کشورها به چین را افزایش داده‌اند، بلکه اعتماد سیاسی را نیز تقویت کرده‌اند. پکن در واقع از مسیر اقتصاد، دیپلماسی خود را عمیق کرده است. این مدل اگر چه در مقیاس ایران قابل تکرار نیست، اما منطق آن - تمرکز بر پروژه‌های زیربنایی و ایجاد منافع مشترک بلندمدت - می‌تواند الهام‌بخش راهبرد اقتصادی ایران در آفریقا باشد.

الگوی ترکیه‌ای نفوذ

ترکیه حضور خود در بازار آفریقا را بیشتر از مسیر بخش خصوصی شکل داده است. تکیه بر کارآفرینی، نمایشگاه‌های تخصصی، پروازهای مستقیم، و توسعه روابط تجاری میان شرکت‌های کوچک و متوسط، هسته نفوذ اقتصادی ترکیه را تشکیل می‌دهد. آنکارا با تشویق شرکت‌های صادرات محور و اعزام هیئت‌های تجاری، توانسته در کمتر از دو دهه، به یکی از پنج شریک اصلی اقتصادی آفریقا بدل شود. این مدل برای ایران درس‌هایی دارد؛ خصوصاً در توانمندسازی بخش خصوصی، حمایت‌دهی قویتر از صادرکنندگان و توسعه روابط بین‌بنگایی.

نیاز به استراتژی

تجربه چین و ترکیه نشان می‌دهد بدون استراتژی بلندمدت و هماهنگی نهادی، حضور اقتصادی در آفریقا دوام نمی‌آورد. ایران نیز باید به جای اقدامات پراکنده، مسیر هدفمند و سیستماتیک را برای حضور در این قاره طراحی کند. تدوین سند راهبردی تجارت با آفریقا، تشکیل کارگروه‌های مشترک و ایجاد بانک اطلاعات بازارهای هدف از جمله ابزارهایی است که می‌تواند مسیر توسعه صادرات را پایدار سازد. استمرار رشد تنها زمانی معنا دارد که با تفکر راهبردی همراه شود.

تجارت فراتر از صادرات

نگاه ایران به آفریقا نباید محدود به فروش کالا باشد؛ بلکه باید بر ایجاد ارزش افزوده مشترک استوار گردد. سرمایه‌گذاری مشترک در صنایع سبک، تولید محصولات در داخل کشورهای آفریقایی و انتقال فناوری ایرانی می‌تواند به شکل گیری روابط اقتصادی پایدار بیانجامد. در واقع، ایران با ارائه مدل‌های همکاری بلندمدت و با تمرکز بر تولید مشترک، می‌تواند شریک واقعی توسعه در آفریقا شود نه صرفاً صادرکننده کالا.

سرمایه‌گذاری و زیرساخت

پروژه‌های زیرساختی یکی از زمینه‌های مهم همکاری هستند. مشارکت در ساخت بندر، نیروگاه و جاده، هم فرصت صادرات مهندسی ایران را توسعه می‌دهد و هم بستر تجارت آینده را فراهم می‌سازد. شرکت‌های خدمات فنی مهندسی ایرانی می‌توانند با حضور در این پروژه‌ها علاوه بر درآمدزایی ارزی، برند ملی ایران را در عرصه فناوری و ساخت تقویت کنند. این هم‌افزایی، پلی می‌شود میان دیپلماسی اقتصادی و دیپلماسی فرهنگی.

مواد اولیه راهبردی

آفریقا سرشار از منابع معدنی و انرژی است، از طلا و مس گرفته تا اورانیوم، زغال سنگ و نفت. همکاری در بخش استخراج و فرآوری این مواد می‌تواند منافع دوجانبه‌ای برای ایران داشته باشد؛ دسترسی پایدار به مواد اولیه مورد نیاز صنایع داخلی و ایجاد منافع مشترک با کشورهای میزبان. این حوزه اگر با سازوکارهای مالی شفاف و مدیریت دولتی - خصوصی تلفیقی همراه شود، ظرفیت بسیار بالایی برای توسعه اقتصادی و امنیت انرژی ایران خواهد داشت.

آفریقا در اسناد پژوهشی

مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی در گزارش اخیر خود آفریقا را بازاری مطمئن برای خروج از محدودیت‌های اقتصادی کشور دانسته است. این مرکز تأکید دارد که فرصت‌های تجاری با ریسک اندک و بازده معقول در دسترس است، اما به دلیل فقدان برنامه‌ریزی و نگاه پایدار، ظرفیت‌های آن مغفول مانده‌اند. براساس این سند، حجم تجارت ایران با قاره سیاه در سال ۲۰۲۳ حدود ۱.۲ میلیارد دلار گزارش شده که به‌رغم رشد، هنوز در مقیاس امکانات موجود ناچیز است. بخش عمده صادرات ایران شامل نفت، قیر، پتروشیمی، آهن، سیمان و مصالح ساختمانی بوده و مقصدهای اصلی شامل مصر، کنیا، سودان، آفریقای جنوبی، موزامبیک، تانزانیا، سومالی، ساحل عاج و تونس هستند.

سه کشور کلیدی

اتاق بازرگانی سه کشور نجریره، کنیا و آفریقای جنوبی را به‌عنوان محورهای اصلی همکاری آینده معرفی کرده است. این انتخاب از منظر جغرافیای اقتصادی هوشمند است؛ زیرا هر سه به‌عنوان مرکز نفوذ منطقه‌ای عمل می‌کنند و می‌توانند حلقه اتصال ایران به غرب، شرق و جنوب آفریقا باشند. هر کدام از این کشورها دروازه ورود به بازارهای پیرامونی خود هستند و ایران باید با تمرکز بر آن‌ها، مسیر نفوذ اقتصادی را مرحله‌بندی کند.

گفته‌او، همین ظرفیت مازاد می‌تواند زمینه توسعه صادرات محصولات غذایی ایران را نیز فراهم کند.

دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران همچنین توضیح داد که به دلیل فسادپذیر بودن مواد اولیه در این صنعت، تأمین به‌موقع آن اهمیت زیادی دارد. با این حال بخش قابل توجهی از مواد اولیه مورد نیاز تولید از قبل تأمین شده و برنامه‌ریزی لازم برای ماه‌های آینده نیز انجام گرفته است.

سال‌های گذشته نقش مهمی در تأمین پایدار مواد غذایی ایفا کرده است. به گفته وی، حتی از ابتدای جنگ تحمیلی تاکنون نیز کشور با کمبود محصولات غذایی مواجه نبوده و انواع محصولات صنایع غذایی با تنوع مناسب در سراسر کشور در دسترس مردم قرار داشته است.

عزیزپور این وضعیت را نتیجه سرمایه‌گذاری‌های گسترده بخش خصوصی در دهه‌های گذشته دانست و گفت زیرساخت‌های تولیدی ایجادشده در این صنعت باعث شده ظرفیت تولید کشور در سطح مطلوبی قرار گیرد. به

مازاد تولید صنایع غذایی ایران

ظرفیت تولید صنایع غذایی ایران فراتر از نیاز داخلی است و امکان توسعه صادرات نیز فراهم شده است

دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران اعلام کرد ظرفیت تولید این صنعت در کشور بیش از نیاز بازار داخلی است و در حال حاضر هیچ نگرانی درباره تأمین مواد غذایی وجود ندارد. به گفته رشید عزیزپور، توان بالای تولیدات کشاورزی و حضور فعال بخش خصوصی طی سال‌های گذشته موجب شده صنایع غذایی ایران از ظرفیت قابل توجهی برای تأمین نیاز بازار برخوردار باشد.

او تأکید کرد که بخش خصوصی همواره در کنار مردم بوده و در تمامی