



سهام اندک ما از بازار بزرگ افریقا

• رضا طهماسبی

قاره افریقا با تمام وسعت و پهناوری اش، با تعدد کشورها و ملت‌هایش، با وجود بازار بزرگ مصرف‌کننده و معادن و منابع زمینی و زیرزمینی اش برای ما شریک تجاری بزرگ و خوبی نبوده است. ما هیچ‌گاه با کشورهای قاره سیاه نه آن گونه که در قابلیت خود ماست و نه حتی در اندازه پتانسیل بازارهای ممکنه این قاره رفتار نکرده‌ایم. به جای اینکه قدر این بازار بزرگ پر از مصرف‌کننده را بدانیم و سعی کنیم محصولات و کالاهای مصرفی را که توسط بخش خصوصی تولید و عرضه می‌شود، به این قاره بفرستیم به فرستادن نفت و محصولات پتروشیمی، آن هم در اندازه‌های کم به این قاره بزرگ بسنده کرده‌ایم. از این روست که نه ما از منابع افریقا سودی برده‌ایم و نه افریقایی‌ها از قطع مراوده ما با ما به مشکل خاصی برمی‌خورند. طی سال‌های گذشته افزایش صادرات ما به کشورهای افریقایی صعود شاخصی نداشته و روی همان روند آهسته خودش جلو می‌رود و صعودهایش هم نه از سر تلاش و کوشش، که از جبر زمانه و لازمه ادامه روابط بوده است. ما به افریقایی چیزی جر نفت و قیر و متانول و با حداکثر فسفات ندادیم و آنها هم کالایی جز توتون و تنباکو و پرتقال نفرستاده‌اند.

صادرات ایران به افریقا

در میان کالاهای صادراتی ایرانی به افریقا بارزترین کالاها مربوط به محصولات پتروشیمی است که این خود البته جای بسی تأسف است. در حالی که بازار افریقا با جمعیت زیاد و فقر محصولات مصرفی پتانسیل بالایی برای جذب این نوع کالاها دارد، ایران سهم چندانی از این کالاها ندارد. اگر به سال‌های اخیر و کالاهای صادراتی ایران به کشورهای افریقایی نیم‌نگاهی داشته باشیم، می‌بینیم برای مثال در دو ماهه ابتدای سال جاری اولین کالا از نظر صادرات ما به افریقا مربوط به متانول است که به مقصد کشور مصر فرستاده شده است. پس از آن نیز قیر، نفت، اوره و آمونیاک قرار دارند. در سال گذشته نیز باز هم این قیر و نفت است که بیشتر صادرات ما به کشورهای افریقایی را تشکیل می‌دهد. شمش حاصل از ذوب ضایعات و سایر مواد نفتی و پتروشیمیایی نیز بیش از سایر کالاها در میان

صادرات ما به کشورهای افریقایی دیده می‌شود. این در حالی است که تنها کالای مصرفی عمده ما برای صادرات به این قاره پسته تازه و یا خشک است که البته رقم چندان قابل توجهی ندارد و در بین سایر کالاهای نفتی گم می‌شود. اگر چه در سال‌های اخیر مذاکرات قابل توجهی بین فعالان بخش خصوصی و مقامات کشورهای افریقایی صورت گرفته، این مذاکرات هنوز به نتیجه نرسیده است و بخش‌های خصوصی ایران و کشورهای افریقایی هنوز مناسباتی در خور توجه ندارند. سفیران کشورهای افریقایی در سال گذشته به دفعات در اتاق‌های بازرگانی ایران و تهران حاضر شدند و درباره گسترش روابط و باز شدن پای فعالان بخش خصوصی ایران به افریقا گفت‌وگو کردند، اما هنوز نه افریقا از حضور فعالان بازرگانی ایران منتفع شده و نه صاحبان صنایع ایران از فروش محصولات خود به افریقایی‌ها سودی برده‌اند. البته این خلاء

را اروپایی‌ها برای کالاهای و خدمات باکیفیت و دست اول و چینی‌ها با صادرات محصولات بی‌کیفیت و مصرفی ساده پر کرده‌اند و طبیعی است که ایرانی‌ها اگر بخواهند در این بازار سهمی داشته باشند، باید با رقبای سرسختی مواجه شوند.

واردات ایران از افریقا

همان اندازه که ارسال کالا از ایران به افریقا محدود و در سطوح پایین بوده است، افریقایی‌ها هم برای ما کالای خاصی نفرستاده‌اند. بارزترین کالا در این میان واردات ما از کشورهای افریقایی مربوط به فولاد نورد شده است. در حالی که بسیاری از تولیدکنندگان فولاد در کشور با مشکل فروش نرفتن محصولاتشان و رکود بالا مواجه هستند، ما از کشور افریقایی جنوبی که به نوعی از شرکای اول تجاری ما در بین کشورهای افریقایی محسوب می‌شود، فقط فولاد نورد شده

اگر به رتبه کشورهای آفریقایی، چه در صادرات و چه در واردات با ایران، نگاهی بیندازید، متوجه می‌شوید آفریقایی‌ها شریک قابل توجهی برای ما در تجارت بین‌الملل نیستند که این خود البته ضررهایی را متوجه ما کرده است، چرا که آفریقا بازاری است که قابلیت جذب بالایی در حوزه‌های مختلف دارد.

وارد می‌کنیم. سوپر فسفات‌ها نیز از دیگر کالاهای وارداتی ما از آفریقا و بخصوص کشور تونس هستند. نکته قابل توجه اما به جایی برمی‌گردد که می‌بینیم باثبات‌ترین کالاهای وارداتی ما از آفریقا کاملاً مصرفی است. انواع توتون و تنباکو برای مقاصد و استفاده‌های گوناگون، چه در دود کردن پیپ و چه در پیچاندن سیگار، عمده‌ترین و مشخص‌ترین کالای وارداتی ما از آفریقا هستند. همچنین پرتقال مصری که سال‌هاست در بازار ایران حضور دارد و حتی در بین مردم طرفداران خاص خود را دارد. این دو کالای آفریقایی آن قدر اهمیت دارد که بتوان در مبحثی جدا به آن پرداخت.

توتون و تنباکو و پرتقال مصری در بازار ایران
ایران با اینکه باید خود از صادرکنندگان عمده کالاهای مصرفی باشد، بیشتر بازار خوبی برای جذب این کالاها بوده است و شاید این خود بهترین دلیل برای اقبال کالاهای ارزان‌قیمت و بی‌کیفیت چینی باشد، اما در بازار قیمت یکی

از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده برنده رقابت است. شاید به همین دلیل است که در کنار وجود توتون و تنباکوی مرغوب آمریکایی و امریکای لاتین ما همچنان عمده مصرف خود را از این ماده دخانی به تنباکوهایی با طعم میوه اختصاص داده‌ایم که از مصر برایمان ارسال می‌شود و به گفته بسیاری از صاحب‌نظران نه خود توتون و تنباکو، که تفاله آن به همراه عصاره میوه است. شاید ورود همین کالای ارزان و بی‌کیفیت را بتوان یکی از عمده دلایل ازدیاد قاچ‌گونه سفره‌خانه‌ها و قلیان‌خانه‌ها دانست که طی سال‌های اخیر مشتریان زیادی را از میان نسل جوان جذب کرده‌اند.

در کنار این کالا اما کالای دیگری از کشور مصر به عنوان یکی از کالاهای اصلی وارداتی ما مطرح بوده که در سال‌های اخیر نیز روند رو به رشد و جهش قابل توجهی یافته است. پرتقال مصری اگر چه کیفیت قابل قبولی دارد، در برابر پرتقال ایرانی قطع به یقین یک درجه پایین‌تر قرار می‌گیرد، اما سیاست‌های باز اقتصادی دولت

واردات از پنج کشور اول آفریقایی بر اساس ارزش در سال ۸۹ (فرودین و اردیبهشت)				
کشور	رتبه در بین تمام کشورها	ارزش واردات	اولین کالای وارداتی	ارزش اولین کالا
مصر	۳۰	۲۷۷۰۷۷۵۱	پرتقال تازه و خشک، توتون و تنباکو	۲۳۹۶۵۳۰۰
تونس	۵۱	۹۴۶۹۳۶۲	سوپر فسفات‌ها	۹۰۱۲۹۰۹
آفریقای جنوبی	۵۸	۴۹۲۳۲۸۸	فولاد نورد شده	۲۲۱۰۵۹۲
موزامبیک	۸۷	۵۶۵۳۵۶	موز سبز، تازه و خشک شده	۵۶۵۳۵۶
آندورا	۹۰	۵۲۰۷۱۵	اکستروود برای کار کردن روی کائوچو	۳۴۳۳۷۰

صادرات به پنج کشور اول آفریقایی بر اساس ارزش در سال ۸۹ (فرودین و اردیبهشت)				
کشور	رتبه در بین تمام کشورها	ارزش صادرات	اولین کالای صادراتی	ارزش اولین کالا
مصر	۲۹	۱۵۷۹۲۳۳۲	متانول	۹۴۴۷۸۰۵
آفریقای جنوبی	۳۴	۱۳۲۶۸۲۵۸	قیرنفت	۶۰۷۳۳۲۹
موزامبیک	۴۰	۹۲۳۱۸۳۲	آوره حتی به آب	۹۰۹۶۸۸۳
مراکش	۴۳	۷۸۰۹۵۸۰	آمونیاک بدون آن	۷۴۹۸۳۱۰
موریتانی	۴۴	۷۶۸۹۱۷۷	وسایل حمل‌ونقل موتوری برای حمل ده نفر و بیشتر	۷۵۸۱۵۴۵

واردات از پنج کشور اول آفریقایی بر اساس ارزش در سال ۸۸				
کشور	رتبه در بین تمام کشورها	ارزش واردات	اولین کالای وارداتی	ارزش اولین کالا
آفریقای جنوبی	۴۷	۸۰۲۴۴۳۳۰	فولاد نورد شده	۱۲۷۰۶۴۹۳
تونس	۵۰	۶۷۴۸۹۱۹۰	سوپر فسفات	۵۶۲۷۹۲۲۱
مصر	۵۵	۴۷۱۳۹۴۴۰	پرتقال، توتون و تنباکو	۳۱۲۶۱۶۱۳
مراکش	۶۵	۲۶۰۲۸۴۳۳	سوپر فسفات	۲۰۲۳۶۵۱۲
زامبیا	۸۸	۴۰۰۵۳۵۳	توتون و تنباکو	۴۰۰۵۳۵۳

صادرات به پنج کشور اول آفریقایی بر اساس ارزش در سال ۸۸				
کشور	رتبه در بین تمام کشورها	ارزش صادرات	اولین کالای صادراتی	ارزش اولین کالا
آفریقای جنوبی	۴۳	۴۵۶۷۴۶۵۶	قیرنفت	۱۱۵۴۹۹۳۴
سودان	۴۷	۴۱۹۶۸۴۲۵	شمش حاصل از رسوب مجدد ضایعات	۷۶۵۲۸۲۳
مصر	۵۱	۳۸۸۵۱۳۲۹	پسته تازه و خشک	۱۶۳۴۸۳۰۷
کنیا	۵۴	۳۰۷۸۰۹۴۲	قیرنفت	۱۹۰۲۶۲۱۵
جیبوتی	۵۶	۲۵۳۹۶۴۲۹	قیرنفت	۲۳۰۶۶۶۹۴



در زمینه واردات میوه باعث شده تا طی همین دو، سه سال گذشته که بسیاری از کشاورزان از فروش نرفتن محصولات خود و ماندن میوه‌ها بر درخت گلایه داشتند و متضرر می‌شدند، پرتقال‌های خوش آب و رنگ مصری راه بازار ایران را پیدا کنند و بخصوص در شب عید و بازار صفر تعرفه راهی فروشگاه‌ها و مغازه‌های ایرانی شوند. در حالی که در سال ۸۴ واردات پرتقال مصری به کشور رقمی معادل ۷۲۰ هزار کیلو داشت، در سال ۸۶، یعنی تنها دو سال بعد، این رقم به بیش از ۷۶ میلیون کیلو رسید. در این سال ایران برای خرید پرتقال مصری بیش از ۳۲ میلیون دلار هزینه کرد. اگر چه میزان واردات پرتقال در سال‌های پس از آن، یعنی ۸۷ و ۸۸، کمی کاهش پیدا کرد، جالب است بدانید این رقم در تنها دو ماه اول امسال از ۴۰ میلیون کیلو، یعنی بیش از ۲۳ میلیون دلار، فراتر رفته است. شاید تا پایان امسال رکورد جدیدی از واردات این محصول کشاورزی در ایران رقم بخورد.

سطح روابط ایران و افریقا

اگر به رتبه کشورهای افریقایی، چه در صادرات و چه در واردات با ایران، نگاهی بیندازید، متوجه می‌شوید افریقایی‌ها شریک قابل توجهی برای ما در تجارت بین‌الملل نیستند که این خود البته ضررهایی را متوجه ما کرده است، چرا که همان طور که پیش از آن نیز گفته شده، افریقا بازاری است که قابلیت جذب بالایی در حوزه‌های مختلف دارد. همان طور که سفیران این کشورهای افریقایی به تناوب خواستار حضور ایران در بخش‌هایی چون مسکن، صادرات تکنولوژی و بهره‌برداری از منابع و معادن افریقا بوده‌اند و هستند. این خود به دیپلماسی اقتصادی دولت و بخش خصوصی برمی‌گردد که می‌تواند مکمل یکدیگر باشد. تاکنون بخش خصوصی برای رسیدن به این هدف تلاش‌های بسیاری کرده، اما دولت هنوز نتوانسته از پس این مهم برآید. دلیل این مدعا نیز گسترده‌تر بودن رابطه بخش خصوصی با کشوری چون مصر و افریقای جنوبی است که از منظر سیاسی مراودات و مذاکرات بالایی بین دولت جمهوری اسلامی و این کشورها نیست و در عوض کشوری چون زیمبابوه که رئیس‌جمهورش به هر بهانه‌ای به تهران می‌آید، نه خریدار خوبی است و نه قدرتی دارد که فروشنده کالایی خوب به ما باشد. ناامید کننده است که قدرت دیپلماسی کشور در جایی صرف شود که سود اقتصادی چندانی نداشته باشد و بخش خصوصی نیز خود با اتکای روابط محدودش نمی‌تواند سطح روابط با کشورهای مطرح را آن‌چنان که باید و شاید ارتقا دهد. رسیدن به تراز تجاری افتخارآمیز برای کشور با افریقا میسر نمی‌شود، مگر در سایه همکاری دولت و بخش خصوصی برای پیشرفت و ارتقای اقتصادی که تولید محور باشد؛ آن هم نه تولیدی که تنها بازار داخل را نشانه رفته باشد، تولیدی برای کسب سهم در بازارهای بزرگ جهانی چون قاره سیاه. ■