

استاندار یزد: ظرفیت‌های صنعتی و معدنی یزد بستری طلایی برای توسعه روابط با آفریقا است

استاندار یزد در اختتامیه نشست تخصصی «هم‌اندیشی توسعه همکاری‌های اقتصادی استان یزد با آفریقا» با بیان اینکه ظرفیت‌های صنعتی و معدنی یزد، بستری طلایی برای توسعه روابط با آفریقا است گفت: این نشست در راستای ایده «دیپلماسی استانی» مطرح شده توسط وزیر امور خارجه در مجلس شورای اسلامی برگزار می‌شود. محمدرضا بابایی افزود: هدف اصلی این طرح، شکستن انحصار تجارت و بازرگانی از دست عده‌ای خاص و گسترش آن به تمامی...

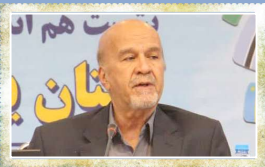


روزنامه اجتماعی و اقتصادی استان یزد | سال دهم | شماره پیاپی ۶۱۷ | دوره جدید | شماره ۲۷۷ | یکشنبه | ۴ مرداد ماه ۱۴۰۵ | ۴ صفحه | قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان



مدیر پل صنایع غذایی و کشاورزی:

«یزد» می‌تواند پل ورود صنایع غذایی ایران به بازار آفریقا باشد



مدیر پل نساجی، پوشاک، پلیمر و پلاستیک در نشست همکاری‌های یزد و آفریقا:

ورود به بازار آفریقا بدون شناخت بازار و فرهنگ مصرف امکان‌پذیر نیست



مدیر پل خدمات فنی مهندسی:

تأمین مالی، خدمات بانکی بیمه‌پشتوانه توسعه صادرات به آفریقا است



نشست هم‌اندیشی توسعه همکاری‌های اقتصادی استان یزد با قاره آفریقا

۳۰ تیر ماه ۱۴۰۵

پل اول:	پل دوم:	پل سوم:	پل چهارم:
مصالح ساختمانی، صنایع معدنی و فولاد	نساجی و پوشاک، پلیمر و پلاستیک	صنایع غذایی، کشاورزی	خدمات فنی مهندسی ساختمان و انرژی خورشیدی، دانش بیدان



درخواست رئیس اتاق بازرگانی یزد:

یک مرجع واحد برای برنامه‌ریزی و حمایت از صادرات در کشور ایجاد شود



رئیس کمیسیون تسهیل تجارت و توسعه صادرات اتاق بازرگانی یزد اعلام کرد:

پتانسیل بالای یزد در صادرات مصالح ساختمانی و محصولات معدنی



دبیر اجلاس دائمی همکاری‌های ایران و آفریقا:

نباید آفریقا به سرزمین فرصت‌های از دست رفته تبدیل شود

رئیس نمایندگی وزارت امور خارجه در یزد:

دیپلماسی استانی؛ مسیر هوشمند ورود استان یزد به بازار بزرگ آفریقا



آفریقایی با برگزاری رویدادهای مشترک، در بلندمدت به تقویت روابط اقتصادی نیز منجر خواهد شد.

زمان تصمیم‌های بزرگ

آفریقا امروز نه یک انتخاب بلکه یک ضرورت راهبردی است. برای استان یزد این قاره می‌تواند به یکی از مهم‌ترین مقاصد توسعه بازار تبدیل شود. هرچه زودتر اقدامات مقتضی به برنامهریزی بلندمدت تغییر کند، واقعیت این است که آینده اقتصاد جهانی در حال بازتعریف است و سهم آن، به کسانی خواهد رسید که زودتر، هوشمندانه‌تر و جسورانه‌تر وارد میدان شوند. امروز، زمان عبور از تردیدها و ورود به میدان‌های جدید است. آینده متعلق به کسانی است که «فرصت‌ها را زودتر از دیگران می‌بینند و برای آن اقدام می‌کنند». یزد می‌تواند پیشگام این مسیر باشد، اگر به ظرفیت‌های خود باور داشته باشد و افق نگاهش را فراتر از مرزها تعریف کند. در اقتصاد جهانی، فرصت‌ها منتظر نمی‌مانند. این ما هستیم که باید به استقبال آن‌ها برویم و آفریقا، یکی از همان فرصت‌هایی است که اگر امروز به آن پاسخ داده نشود، فردا در اختیار دیگران خواهد بود.

دیپلماسی اقتصادی تبدیل شده‌اند «دیپلماسی استانی» این امکان را فراهم می‌کند که با امطاف بیشتر و سرعت بالاتر، مسیرهای همکاری بین‌المللی شکل گیرد. یزد با برخورداری از صنعتی متنوع، نیروی انسانی متخصص و پیشینه تاریخی در تجارت، ظرفیت آن را دارد که به یکی از پیشگامان این رویکرد تبدیل شود. ایجاد دفاتر تجاری در کشورهای هدف، برقراری ارتباط با اتاق‌های بازرگانی آفریقایی و استفاده از ظرفیت ایرانیان مقیم، از جمله ابزارهای این مسیر است. طی سال‌های گذشته تجارت آفریقایی نیز سفرهای متعددی به استان یزد داشته و علاقمندی خود به تولیدات صنعتی استان را نشان داده‌اند. سالی دیگر تولیدکنندگان و بازرگانان یزدی در طول سال‌های متبادی برای ورود به قاره آفریقا اقدامات خوبی انجام داده و نتایج مثبتی اندوختند.

واقعیت‌های غیرقابل چشم‌پوشی

با وجود فرصت‌ها، ورود به بازار آفریقا با چالش‌هایی نیز همراه است. مسائل بانکی و نقل و انتقال مالی، ضعف شناخت بازار، رقابت شدید و تفاوت‌های حقوقی از جمله این موانع هستند. همچنین در برخی کشورها، مشکلات لجستیکی و زیرساختی نیز وجود دارد. **از حضور مقطعی تا ماندگاری در بازار** برای موفقیت در این مسیر، تغییر رویکرد از «صادرات کوتاه‌مدت» به «حضور پایدار» ضروری است. ایجاد شبکه‌های محلی، همکاری با شرکای بومی، تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی و طراحی «قشه بازار آفریقا» برای استان، از جمله اقدامات کلیدی است. همچنین، توسعه همکاری‌های فرهنگی و علمی، می‌تواند به اعتمادسازی و شناخت متقابل کمک کند. جذب دانشجویان

به‌عنوان یکی از سریع‌ترین مناطق در حال رشد، با کشورهای مانند کنیا، اتیوپی و تانزانیا، به دروازه ورود به بازارهای نوظهور تبدیل شده است. توسعه باندر و زیرساخت‌ها در این منطقه، فرصت مناسبی برای صادرات کالاهای صنعتی و حضور در پروژه‌های عمرانی فراهم کرده است. غرب آفریقا با کشورهای مانند نیجریه و غنا، بازاری پرجمعیت و روایتی است که موفقیت در آن نیازمند شبکه‌سازی محلی و شناخت دقیق بازار است. شمال آفریقا به دلیل نزدیکی جغرافیایی و اشتراکات فرهنگی، بستری مناسب برای همکاری‌های تجاری، علمی و فرهنگی فراهم کرده و می‌تواند پلی به بازار اروپا باشد. جنوب آفریقا نیز با اقتصاد پیشرفته‌تر، بستری مناسب برای برتریدگی و ورود به بازارهای حرفه‌ای محسوب می‌شود.

وجه اشتراک آفریقا و استان یزد

میان استان یزد و بسیاری از مناطق آفریقا، اشتراکات قابل توجهی وجود دارد که می‌تواند مبنای همکاری قرار گیرد. اقلیم گرم و خشک در بخش‌هایی از آفریقا، مشابه شرایط یزد است و این موضوع امکان انتقال دانش در حوزه مدیریت آب، معماری بومی و فناوری‌های سازگار با کم‌آبی را فراهم می‌کند. سوری دیگر، بازار بزرگ آفریقا، ظرفیت‌های آفریقایی به توسعه زیرساخت‌ها، با تولیدات صنعتی یزد در حوزه‌هایی مانند مصالح ساختمانی، صنایع معدنی و خدمات فنی هم‌راستا است. برای نمونه، صادرات کاشی و سرامیک با مشارکت در پروژه‌های عمرانی می‌تواند از مزایای همکاری باشد.

دیپلماسی استانی؛ مسیر هوشمند ورود

در ساختار جدید اقتصاد جهانی، استان‌ها به بازیگران فعال در

کوتاه‌مدت‌ترین بازیگران اقتصادی، در حال ورود به مرحله‌ای جدید از توسعه و نقش‌آفرینی در اقتصاد بین‌الملل است. بر اساس داده‌های بانک جهانی و نهادهای بین‌المللی، آفریقا با شاخص‌های پیش‌گفته، تا سال ۲۰۵۰ به یکی از بزرگ‌ترین بازارهای مصرفی جهان تبدیل خواهد شد. همچنین اجرای «منطقه تجارت آزاد قاره آفریقا» (AfCFTA) که بزرگ‌ترین توافق تجارت آزاد جهان از نظر تعداد کشورها محسوب می‌شود، زمینه ایجاد بازاری یکپارچه‌تر را فراهم می‌کند. این تحول نشان می‌دهد که آفریقا نه یک گزینه، بلکه یک ضرورت استراتژیک برای کشورهای است که به دنبال توسعه‌ی پایدار و بازاری صادراتی خود هستند.

ظرفیت‌های کلان آفریقا؛ فرصت‌های

پیش‌روی ایران

رشد سریع جمعیت و شکل‌گیری بازار مصرف گسترده افزایش شهرنشینی و نیاز به زیرساخت‌های شهری، تمایل دولتهای آفریقایی به توسعه‌ی بخش‌های تجاری، وجود منابع طبیعی گسترده در کنار نیاز به فناوری و دانش، شکل‌گیری طبقه متوسط و افزایش تقاضا برای کالاهای خدمات و ظرفیت‌های فرصت‌های پیش‌رو استان و ویژگی‌ها نشان می‌دهد که آفریقا تنها یک بازار صادراتی نیست، بلکه یک شریک بلندمدت برای همکاری‌های اقتصادی و توسعه‌ای محسوب می‌شود.

آفریقا؛ یک بازار واحد نیست

یکی از خطاهای رایج در نگاه به آفریقا، تصور یکپارچگی آن است؛ در حالی که این قاره از مناطق متنوع با ویژگی‌های متفاوت تشکیل شده و منطقه استراتژیک خاص خود را می‌طلبد. شرق آفریقا

سیدالغزلای موسوی در یادداشتی عنوان کرد: قاره آفریقا در دهه‌های اخیر از یک جغرافیای کمتر مورد توجه در نظام اقتصاد جهانی، به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های رقابت قدرتهای اقتصادی و تجاری تبدیل شده است. رشد سریع جمعیت، توسعه شهرنشینی، افزایش تقاضای مصرفی و نیاز گسترده به زیرساخت‌ها، این قاره را به بازاری پویا و آینده‌دار بدل کرده است. بسیاری از کشورها از جمله چین، ترکیه، هند و کشورهای اروپایی با درک این ظرفیت، حضور گسترده و برنامه‌ریزی‌شده‌ای در آفریقا ایجاد کرده‌اند. این قاره رو به رشد با جمعیتی بیش از یک میلیارد نفر و نرخ رشد بالای جمعیت جوان، یکی از بزرگ‌ترین بازارهای مصرفی جهان به شمار می‌رود. بسیاری از کشورهای این قاره در حال تجربه رشد اقتصادی پایدار هستند و نیاز گسترده‌ای به واردات کالا، خدمات فنی و مهندسی، زیرساخت‌های عمرانی و محصولات فرهنگی دارند. همچنین، توسعه طبقه متوسط در برخی کشورها، موجب افزایش تقاضا برای کالاهای کیفیت‌تر شده است. از سوی دیگر، بسیاری از کشورهای آفریقایی به دلیل محدودیت‌های تولید داخلی، وابستگی بالایی به واردات دارند. این موضوع فرصتی ارزشمند برای صادرکنندگان ایجاد می‌کند. در عین حال، رقابت در این بازار نیز جدی است و کشورهای واردکننده، به برنامه‌ریزی بلندمدت، حضور میدانی و شناخت دقیق بازار و فرهنگ محلی نیاز دارند. هرچه زودتر نظم نوین اقتصادی جهانی، جغرافیای قدرت در حال تغییر است. دیگر تنها اروپا، آمریکا یا شرق آسیا تعیین‌کننده مسیر اقتصاد جهانی نیستند. بلکه مناطق نوظهوری در حال تبدیل شدن به گان‌های جدید رشد هستند. در این میان، قاره آفریقا به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و در عین حال