



اوگاندا؛ دروازه‌ی ورود آذربایجان شرقی به بازار آفریقا

در جریان حضور سفیر جمهوری اسلامی ایران در اوگاندا، ظرفیت‌های توسعه‌ی همکاری‌های اقتصادی با این کشور و راهکارهای حضور پایدار بخش خصوصی ایران در بازار آفریقا بررسی شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، رضا نوریان، سفیر جمهوری اسلامی ایران در اوگاندا، با تأکید بر ظرفیت‌های گسترده قاره آفریقا برای توسعه همکاری‌های اقتصادی گفت: آفریقا فرصتی کم نظیر برای اقتصاد ایران است و باید نگاه جدی‌تر و بلندمدت‌تری به این قاره داشته باشیم. امروز کشورهایی مانند چین، آمریکا، روسیه، انگلیس و ترکیه با شناخت ظرفیت‌های آفریقا، حضور اقتصادی و سرمایه‌گذاری قابل توجهی در این قاره دارند و ایران نیز باید بتواند با برنامه‌ریزی مناسب از این فرصت استفاده کند.

وی با اشاره به موقعیت اوگاندا افزود: اوگاندا از ثبات و امنیت نسبی برخوردار است و در سال‌های اخیر روند رشد قابل توجهی را تجربه کرده است. اهمیت این کشور تنها به بازار داخلی آن محدود نمی‌شود، بلکه اوگاندا می‌تواند به مسیری برای دسترسی فعالان اقتصادی ایران به بازار گسترده‌تر شرق آفریقا تبدیل شود؛ بازاری با جمعیتی چندصد میلیونی که ظرفیت بالایی برای تجارت، صادرات و سرمایه‌گذاری دارد.

نوریان، کشاورزی و امنیت غذایی را از مهم‌ترین زمینه‌های همکاری دو کشور دانست و گفت: شرایط اقلیمی مناسب، میزان بالای بارندگی و ظرفیت‌های قابل توجه اوگاندا در حوزه کشاورزی، کشت و دامپروری، فرصت‌های مناسبی برای همکاری و سرمایه‌گذاری ایجاد کرده است. با توجه به اهمیت روزافزون امنیت غذایی، این حوزه می‌تواند یکی از محورهای اصلی همکاری اقتصادی ایران و اوگاندا باشد.

وی ضمن استقبال از اخذ مجوز تأسیس مرکز تجاری توسط اتاق تبریز در اوگاندا، از انجام اقدامات لازم جهت پیگیری تحقق این امر خبر داد و افزود: این طرح می‌تواند، فرصت ویژه‌ای برای توسعه فعالیت‌های تجاری در اوگاندا باشد.

وی خاطرنشان کرد: هدف باید این باشد که فعالیت اقتصادی ایران در اوگاندا از اقدامات موقتی و مقطعی خارج شود و بر اساس شناخت بازار، ارتباط مستقیم میان بخش‌های خصوصی دو کشور و یک برنامه بلندمدت ادامه پیدا کند.

مرکز تجاری اوگاندا؛ بستری برای حضور پایدار شرکت‌های ایرانی در بازار آفریقا

مسعود بنابیان، نایب رئیس اتاق بازرگانی تبریز، با اشاره به اهمیت تقویت دیپلماسی اقتصادی و حمایت از حضور بخش خصوصی در بازارهای خارجی گفت: فعالیت در حوزه سفارت و هماهنگ کردن ظرفیت‌های اقتصادی و سیاسی کار آسانی نیست و امیدواریم جنابعالی بتوانید در مأموریت جدید در اوگاندا، زمینه برای توسعه روابط اقتصادی، سرمایه‌گذاری و حضور شرکت‌های ایرانی در بازارهای هدف بیش از گذشته فراهم شود.

بنابیان، با اشاره به موانع حضور فعالان اقتصادی در بازارهای خارجی گفت: یکی از چالش‌های مهم در مسیر توسعه تجارت خارجی، هزینه بالای حضور مستمر در بازارهای هدف است؛ چراکه رفت و آمد، شناخت بازار، برقراری ارتباط با شرکای تجاری و معرفی محصولات و توانمندی‌های شرکت‌ها، هزینه قابل توجهی به بخش خصوصی تحمیل می‌کند.

وی به برنامه اتاق بازرگانی تبریز برای ایجاد مرکز تجاری در اوگاندا در همین راستا اشاره کرد و گفت: یکی از اهداف اصلی ایجاد این مرکز، کاهش هزینه‌های حضور شرکت‌های ایرانی در بازار اوگاندا و فراهم کردن زمینه دسترسی مستمر خریداران به محصولات ایرانی است. اگر محصولات شرکت‌های استان به صورت دائمی در این مرکز معرفی و عرضه شوند، دیگر حضور در بازار اوگاندا صرفاً به نمایشگاه‌ها یا اعزام هیئت‌های تجاری محدود نخواهد شد و فعالان اقتصادی می‌توانند ارتباط مستمر و پایداری با مشتریان و تجار این کشور داشته باشند.

بنابیان ادامه داد: ایجاد چنین مرکزی می‌تواند بستری برای معرفی دائمی توانمندی‌های تولیدی استان، تسهیل ارتباط میان فروشندگان و خریداران و کاهش بخشی از هزینه‌های بازاریابی و حضور در کشور مقصد باشد. در عین حال، دسترسی همیشگی خریداران اوگاندایی به محصولات و اطلاعات شرکت‌های ایرانی، زمینه شناخت بهتر محصولات و شکل‌گیری روابط تجاری بلندمدت را فراهم می‌کند.

وی نقش سفارتخانه‌ها و رایزنی‌های اقتصادی در کاهش این موانع را مهم ارزیابی کرد و افزود: سفارتخانه‌ها می‌توانند با شناخت بازار کشور مقصد، برگزاری ملاقات‌های هدفمند و ایجاد ارتباط میان شرکت‌های ایرانی و مجموعه‌های معتبر خارجی، مسیر ورود فعالان بخش خصوصی به بازارهای جدید را تسهیل کنند.

فرهنگ کار و حضور فعال در بازارهای جهانی باید تقویت شود

قاسم خلیل نژاد قویدل، عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی تبریز، با اشاره به پیشینه تاریخی و تجاری آذربایجان گفت: تبریز و منطقه آذربایجان از پیشینه تاریخی، اجتماعی و تجاری قابل توجهی برخوردارند.

قویدل، با تأکید بر ضرورت بالفعل کردن ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری آذربایجان شرقی گفت: با وجود پیشینه و توانمندی‌های قابل توجه استان در حوزه تولید و تجارت، هنوز نتوانسته‌ایم همه این ظرفیت‌ها را آن گونه که باید معرفی کرده و در مسیر توسعه اقتصادی و صادرات به کار بگیریم.

وی افزود: توسعه اقتصادی بدون تلاش مستمر، سرمایه‌گذاری، تقویت تولید و حضور هدفمند در بازارهای خارجی امکان‌پذیر نیست. در کنار فراهم کردن زیرساخت‌های لازم، باید فرهنگ کار و تلاش و حضور فعال در بازارهای بین‌المللی نیز بیش از گذشته تقویت شود.

ظرفیت بالای صنایع آذربایجان شرقی برای حضور در بازار اوگاندا

یونس اکبریور پایداری، عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی تبریز، با اشاره به ظرفیت‌های اقتصادی و صادراتی آذربایجان شرقی اظهار کرد: این استان در حوزه‌های مختلف از جمله لوازم خانگی، چرم و کفش، قیر، ماشین‌آلات و ادوات کشاورزی، خودرو و قطعات خودرو از توانمندی‌های قابل توجهی برخوردار است و بسیاری از این محصولات قابلیت معرفی و عرضه در بازار اوگاندا را دارند.

وی با تأکید بر ضرورت شناخت و حضور تدریجی بازار اوگاندا افزود: برای ورود به این بازار بهتر است فعالیت ها را در ابتدا به صورت محدود و هدفمند آغاز کنیم و پس از شناخت دقیق تر نیازهای بازار، شرایط تجاری و ظرفیت های موجود، دامنه همکاری ها را به مرور افزایش دهیم. پایدار خاطرنشان کرد: آذربایجان شرقی از تنوع بالایی در حوزه تولید و صنعت برخوردار است و با انتخاب محصولات متناسب با نیاز بازار اوگاندا و ایجاد ارتباط میان تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی دو طرف، می توان زمینه توسعه تدریجی و پایدار مبادلات تجاری را فراهم کرد.

حضور در بازار آفریقا نباید به نمایشگاه ها و هیئت های تجاری محدود شود

جعفر محرم پور، دبیر اتاق بازرگانی تبریز، با اشاره به برنامه های این اتاق برای توسعه حضور تجاری ایران در اوگاندا گفت: یکی از طرح هایی که در اتاق تبریز پیگیری شده، ایجاد مرکز تجاری در اوگاندا با هدف معرفی و عرضه محصولات ایرانی و فراهم کردن زیرساخت لازم برای حضور مستمر فعالان اقتصادی در این بازار است. وی افزود: در طراحی این مرکز، بخش هایی از جمله انبار، فضای معرفی و عرضه محصولات، آمفی تئاتر و امکانات مورد نیاز برای مذاکرات و فعالیت های تجاری پیش بینی شده است تا تجار و خریداران اوگاندایی بتوانند ضمن آشنایی با توانمندی های شرکت های ایرانی، مذاکرات و خریدهای خود را نیز در همین مجموعه انجام دهند. محرم پور، انبارداری و لجستیک را از بخش های مهم این طرح دانست و اظهار کرد: اگر به دنبال حضور بلندمدت در بازار آفریقا هستیم، نمی توانیم فعالیت خود را صرفاً به اعزام هیئت های تجاری یا حضور در نمایشگاه های مقطعی محدود کنیم. باید شرایطی ایجاد شود که محصولات ایرانی به صورت مستمر در بازار مقصد در دسترس باشند و خریدار بتواند در زمان مورد نیاز به آنها دسترسی پیدا کند.

دبیر اتاق بازرگانی تبریز ادامه داد: به همین دلیل در طرح مرکز تجاری، علاوه بر فضای معرفی محصولات، ظرفیت انبارداری، حمل و نقل و سایر زیرساخت های مورد نیاز تجارت نیز مورد توجه قرار گرفته است. چنین مرکزی می تواند ضمن کاهش هزینه های حضور شرکت های ایرانی در اوگاندا، به استمرار ارتباط با مشتریان و تثبیت جایگاه محصولات ایرانی در این بازار کمک کند.

