

ضرورت نگاه جدی به سرمایه گذاری در بخش کشاورزی آفریقا



مهندس حسن خسروچردی
رئیس شورای همکاری های اقتصادی ایران و آفریقا

قاعدا در تمامی جای آفریقا شرایط کشاورزی مناسب نیست و در بعضی مناطق که به مناطق حاره ای یا چهار فصل معروف هستند، شرایط مساعدتر است. در این زمین ها، هم آب فراوان وجود دارد و هم خاک مستعد برای کشاورزی. البته بعضی از مناطق به علت بارندگی زیاد خاکشان مورد تایید نیست. یکی دیگر از عوامل مثبت پایین بودن هزینه تولید کالا، کم بودن نرخ نیروی انسانی است که یکی از پرهزینه ترین بخش ها می باشد. (یک پنجم هزینه در ایران) با توجه به اینکه تنها در بخش کوچکی از مناطق جنوبی کشورمان قادر به تولید محصولات مناطق حاره ای هستیم و عمدتاً در زمینه این گونه محصولات واردکننده می باشیم، می توان با سرمایه گذاری در این مناطق محصولات مورد نظر را تولید کرده و وارد کنیم؛ در این صورت می توان هم سود تولید، هم سود صادرات و هم سود واردات را برد. اگر این محصولات را برای ایران بخواهیم بهتر است، با توجه به مساله گرانی، هزینه سوخت و حمل و نقل در آفریقا، اقتصادی تر است کشورهای را که ساحل دارند انتخاب کنیم بخصوص کشورهایی که در شرق آفریقا قرار دارند.

در حال حاضر سه میلیارد دلار بودجه برای سرمایه گذاری در آفریقا در نظر گرفته شده، اما یکی از مشکلات برای جذب این اعتبارات، که تاکنون بیش از ۵ درصد این اعتبارات از اول انقلاب تا کنون جذب نشده، علی رغم تایید بازده اقتصادی از سوی دولت، ارجاع دادن آنها به بانک ها و کارشناسان آنها می باشد. کارشناسانی که به اندازه ای کافی اشراف به آفریقا و مسایل مربوط به آن ندارند و با توجه به بالا بودن میزان تسهیلات و مشکلات شرایط نظارت، بهترین و ساده ترین راه برای کارشناسان بانک ها، گرفتن وثیقه های سنگین است که اکثر سرمایه گذاران مجربان طرحها آن را ندارند در نتیجه از ادامه راه منصرف می شوند و به نوعی شرکت هایی موفق به اخذ این تسهیلات می شوند که تحت پوشش دولت باشند. در این جا بانک به عنوان یک ابزار مورد استفاده قرار می گیرد که ابزار کارآمدی نیست و بهتر است دولت اصلاحاتی در این روش صورت دهد. در اتاق ایران طرحی پیشنهاد شده و در دست بررسی می باشد و امید به اجرا شدن آن داریم. در این طرح یک شرکت سرمایه گذاری در آفریقا ثبت می شود که ۸۰ درصد آن را بخش خصوصی و ۲۰ درصد آن را بخش دولتی به عنوان چشم و نماینده دولت تشکیل می دهد و اعتبارات آفریقا از طریق این شرکت به پروژه ها تزریق می شود. در این سیستم وقتی طرحی ارابه می شود پس از آن که تایید شد، شرکت سرمایه گذاری در اجرای آن مشارکت می کند. با این کار شخصی را در داخل هیات مدیره به عنوان ناظر قرار می دهد تا از روند پیشروی پروژه مطلع گردد و مطمئن باشد اعتبارات در قسمت مربوطه سرمایه گذاری می شود. در این روند دیگر نیازی به وثیقه نیست و خود طرح حکم ضمانت دارد و در پایان می توان پس از برگشت اعتبار اهدایی به پروژه مورد نظر به شرکت سرمایه گذاری آفریقا، در صورت تمایل شریک تجاری یا همان طراح و متقاضی اعتبار می تواند سهام شرکت سرمایه گذاری را دریافت دارد.



با برند آن که از سال ۱۹۹۷ توسط کشور مالزی آغاز شد، به منظور توسعه صادرات محصولات غذایی ایران به کشورهای مسلمان و غیرمسلمان در ایران نیز آغاز به کار کرد.

وی تصریح کرد: برندسازی برای غذای حلال که نماد کیفیت و سلامت محصولات غذایی است، از سال ۱۳۸۵ در کشور آغاز شده و تلاش برای دستیابی به یک برند واحد توسط موسسه استاندارد در حال انجام است.

دکتر حسینی با حیاتی خواندن برند حلال برای محصولات غذایی کشورهای اسلامی گفت، شرکت های داخلی یا از اتاق ایران برند می گیرند و یا اینکه آن را خودشان بر روی محصولاتشان می زنند اما چون برند گرفتن از اتاق ایران سبب پرداخت هزینه های نسبتاً زیادی برای آنها می شود، تمایل چندانی برای گرفتن آن از اتاق ایران ندارند. آرم برند حلال برگرفته از سیب است که بنده به عنوان استاد دانشگاه امیرکبیر آن را بهترین میوه برای حفظ سلامتی و نشاط انسان می دانم. حلال نیز یک کلمه اسلامی است که هیچ مشکل و یا اختلافی از نظر ایرانی یا عربی بودن ایجاد نمی کند.

در ادامه این نشست مهندس شافعی نیا، مدیر کل توسعه بازار وزارت جهاد کشاورزی گفت: از نقطه نظر اقتصادی موضوع غذای حلال می تواند رشد بسیار سریعی داشته باشد و اگر این مساله بهتر تبیین شود، محصول بهتر با بهره روری بالاتری نیز در کشاورزی و صنعت غذا خواهیم داشت که باید از این منظر به سمت گسترش غذای حلال پیش برویم.

وی افزود: برند حلال فقط یک آرم نیست بلکه باید برند حلال یک پروسه و ممیزی مشخصی را داشته باشد. در این زمینه افراد متخصص و علمی باید باشند و برند حلال از لحاظ پشتوانه ملی باید محکم باشد.

شافعی نیا سپس گفت: در ضمن کار ممیزی انجام شده در این رابطه باید توسط یک نظام نامه مشخص انجام گردد که در سال ۱۳۸۷ در مالزی این عنوان بررسی شد.

وی در ادامه گفت: برند حلال توجه خیلی از محافل را به خود اختصاص داده و تا آن جا پیش رفته که حتی کشورهای غیراسلامی نیز خواهان محصولاتی با برند حلال هستند.