

بررسی فرصت‌ها و چالش‌های عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی

محمدصابر قیومی*

چکیده

پس از سال ۲۰۰۱، با ورود نیروهای بین‌المللی در افغانستان و با کمک جامعه جهانی، روند بازسازی ساختارهای فروریخته این کشور در جریان جنگ‌های درونی دوباره آغاز شد. در این میان، برقراری روابط بازرگانی با کشورها و عضویت در سازمان‌های گوناگون اقتصادی، مهم‌ترین نقطه عطف در تاریخ افغانستان شناخته شده است. این کشور پس از سال‌ها گفت‌وگو و با پشتیبانی جوامع بین‌المللی، به تاریخ ۱۸ دسامبر ۲۰۱۵، عضویت بزرگ‌ترین نهاد بازرگانی جهان‌گستر، یعنی سازمان بازرگانی جهانی، را به دست آورد. سازمان بازرگانی جهانی، تنها نهاد بازرگانی بین‌المللی است که به تنظیم، تفسیر، تطبیق و بازرسی قواعد و موافقت‌نامه‌ها پرداخته که آرمان مهم و نخستین آن، گسترش آزادسازی تجاری میان کشورها است؛ بنابراین، پرسش اساسی پژوهش حاضر این است که عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی چه فرصت‌ها و تهدیدهایی را برای این کشور می‌تواند ایجاد کند؟ برای پاسخ به پرسش مطروحه و ارزیابی فرضیه‌ها

* دانشجوی ماستری رشته روابط بین‌الملل، دانشگاه فردوسی مشهد.

با استفاده از تحلیل SWOT و به کمک روش توصیفی-تحلیلی، این پژوهش مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: افغانستان، چالش، سازمان بازرگانی جهانی، فرصت، نقاط قوت، نقاط ضعف، SWOT.

مقدمه

توسعه روابط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی میان کشورها موجب دادوستد بیش‌تر کالاها و خدمات گردیده است. از آنجایی که تنوع در کالاها، خدمات و مصرف‌گرایی یکی از دستاوردهای عصر نوین است، رفع نمودن این نیازمندی‌ها از توان یک کشور به‌تنهایی بیرون است؛ بنابراین، سازمان بازرگانی جهانی در زمان کنونی چنین وظیفه مهم و خطیری را بر دوش گرفته و در صدد است با یافتن شیوه‌ها، ابزارها و سیاست‌های پسندیده، شرایطی را فراهم کند تا همه کشورها بتوانند ضمن دادوستد کالاها و خدمات، در فضای مبتنی بر مبارزه عادلانه در راستای پیشینه‌نمودن منافع و مطلوبیت خویش بکوشند (شیرکوند، ۱۳۷۹: ۸۹). با بررسی مواد موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) که چارچوب اصلی و دستور کارهای سازمان بازرگانی جهانی را تشکیل می‌دهد، مشخص می‌گردد که روح کلی حاکم بر این آیین‌نامه‌ها و توافق‌نامه‌ها، آزادسازی تجاری و تجارت منصفانه میان اعضا است؛ طوری که همه اعضا در یک فضای باز، برابر، عادلانه، رقابتی و با تعرفه‌های پایین بتوانند کالاهای موردنظر را شتابان و آسان وصول و صادر نمایند (کلانتری، ۱۳۸۸: ۱۲۳). متقاضیان عضویت در این سازمان امیدوارند که با ادغام در نظام بازرگانی بین‌المللی، به ثبات سیاسی و توسعه اقتصادی بیش‌تری دست پیدا کنند؛ اما با مطالعه عملکرد کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه عضو این سازمان، به این نتیجه می‌توان دست پیدا کرد که عضویت این کشورها در سازمان بازرگانی جهانی دربرگیرنده مجموعه‌ای از فرصت‌ها و چالش‌ها بوده است؛ بنابراین، تقویت نقاط قوت اقتصادی، ارائه راه‌کارهای مناسب برای کاهش چالش‌های بیرونی و سرانجام، شناخت مزیت نسبی، مهم‌ترین زمینه‌هایی است که می‌تواند به توسعه اقتصادی این کشورها کمک کند.

افغانستان با درخواست عضویت به این سازمان از ۲۱ نوامبر ۲۰۰۴ به‌حیث عضو ناظر بود و در دسامبر ۲۰۰۴ گروه کاری این کشور از سوی سازمان تجارت جهانی ایجاد گردید. در این

مدت، گروه کاری افغانستان که در رأس آن «مزمّل شینواری»، رئیس تجارت بین‌الملل افغانستان، قرار داشت، ناچار بودند تا از رژیم تجاری که شامل اصلاحات قانونی، یکسان‌سازی قوانین، وضعیت بازارهای درونی و تولیدات می‌شود، به WTO گزارش دهند. در این مدت، WTO از حکومت افغانستان خواستار پاسخ به ۶۶۰ پرسش گردید که اولین بسته پاسخ‌ها که شامل ۱۶۸ پرسش بود، در سال ۲۰۱۰ به سازمان سپرده شد؛ دومین بسته پاسخ‌ها که شامل ۱۵۳ پرسش بود، در سال ۲۰۱۱ به سازمان سپرده شد و سومین بسته پاسخ‌ها که شامل ۱۳۹ پرسش بود، به تاریخ ۲۰۱۲ به سازمان تسلیم داده شد. گروه کاری افغانستان با سازمان مجموعاً پنج جلسه به تاریخ‌های مختلف برگزار کردند که آخرین آن ۱۱ نوامبر ۲۰۱۵ بود و در نشستی که اعضای سازمان به تاریخ ۱۵ تا ۱۸ دسامبر ۲۰۱۵ در «نایروبی»، پایتخت کنیا، داشتند، افغانستان به‌عنوان عضو دائمی پذیرفته شد.^۱

بررسی فرصت‌ها و چالش‌های عضویت کشورها در سازمان تجارت جهانی از موضوعاتی است که به کرات در کشورهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته است؛ اما از جهت این‌که افغانستان به تازگی عضویت این سازمان را به‌دست آورده است، پژوهش‌های زیادی صورت نگرفته است؛ اما با آن‌هم منابع موجود در پیشینه این پژوهش را به دو دسته تقسیم‌بندی نمودیم؛ دسته اول شامل پژوهش‌هایی می‌شود که به‌صورت مستقیم به موضوع این پژوهش پرداخته است (Mobariz, 2015؛ Adam Van Lie, 2011، رحیمی، ۱۳۹۴، ایثار، ۱۳۹۴) و دسته دوم پژوهش‌هایی است که به‌طور غیرمستقیم به بررسی جایگاه و اهمیت سازمان تجارت جهانی و کشورهای در حال توسعه پرداخته است (امیدبخش و دیگران، ۱۳۸۵؛ کمیجانی، ۱۳۷۴؛ موحد، ۱۳۸۷). مقاله احمدشاه مبارز با موضوع «عضویت افغانستان در WTO: هزینه‌ها، مزایا و چالش‌های پس از عضویت ۲»، منتشره توسط مجله اقتصادی آسیای جنوبی، چشم‌انداز فراخ و گسترده‌ای است از عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی. بخش اول این مقاله بحث مختصر و مفیدی است درباره بازرگانی و اوضاع اقتصادی افغانستان؛ بخش دوم به روند عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی و بخش سوم به بررسی هزینه‌ها و مزایای عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی پرداخته است. به همان سان که این مقاله از مزیت‌هایی برخوردار است، نداشتن چارچوب نظری مشخص، کاستی این پژوهش را نشان می‌دهد؛ اما پژوهش حاضر

۱. برگرفته شده از سایت سازمان تجارت جهانی (www.wto.org).

2. WTO Accession of Afghanistan: Costs, Benefits and Post Accession Challenges.

علاوه بر پرداختن به مباحث فرصت‌ها و چالش‌ها، با استفاده از چارچوب نظری مشخص، به نقاط ضعف و قوت اقتصادی افغانستان پرداخته و بر این اساس پیشنهادهایی را ارائه خواهد کرد؛ لذا با توجه به چنین پیشینه‌ای، محور اصلی پژوهش حاضر را این سؤال تشکیل می‌دهد که عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی، چه فرصت‌ها و تهدیدهایی را برای این کشور می‌تواند ایجاد کند؟

با توجه به پرسش مطروحه، می‌توانیم دو فرضیه را پیشنهاد کنیم.

فرصت: عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی موجب آزادسازی تجاری، جذب سرمایه‌گذاری‌های بیرونی، کاهش هزینه‌های زندگی، افزایش درآمد، افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی و سبب حل‌وفصل اختلافات تجاری و دسترسی شتابان و آسان به بازارهای جهانی می‌گردد.

چالش: عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی موجب می‌شود تا کشورهای عضو، کالاهای باکیفیت خود را آسان، شتابان و با تعرفه‌های پایین به بازارهای درونی عرضه نموده که موجب تهدید صنعت و خدمات گردیده و در نتیجه عوارض اقتصادی، سیاسی و اجتماعی؛ هم‌چون: بیکاری، تعطیلی صنایع و کارگاه‌های بومی و کاهش درآمدهای دولتی گردد.

هدف از نگارش مقاله حاضر، شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی، نقاط قوت و ضعف اقتصاد افغانستان و پیشنهاد راه‌کارهای مؤثر برای استفاده بهتر از فرصت‌ها در سازمان بازرگانی جهانی است و در کنار آن، هدف دیگر این مقاله، پاسخ به سؤال مطرح‌شده و بررسی صحت و سقم فرضیه پژوهش به شیوه توصیفی - تحلیلی و با استفاده از ابزار کتابخانه‌ای و اسنادی است. برای پاسخ به پرسش، ابتدا چارچوب نظری مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ سپس شکل‌گیری سازمان تجارت جهانی و در ادامه فرصت‌ها و چالش‌های عضویت افغانستان در WTO ذکر گردیده و بر اساس آن و با توجه به نقاط قوت و ضعف اقتصاد افغانستان، راهبردهای مدل SWOT طرح گردیده است.

۱. چارچوب نظری (تحلیل SWOT)

دولت‌ها و سازمان‌ها پیوسته در حال تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی‌اند؛ از این رو، لازم است

برای هرگونه تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی راهبردی برای دولت‌ها، به شناخت وضع موجود از راه بررسی عوامل محیط درونی و بیرونی در دستگاه نظام حکمرانی ملی اقدام شود. این وظیفه بر دوش تحلیلگران محیطی است که برای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات به‌دقت اثر متغیرهای محیطی بر همه بخش‌ها و ارکان دولت‌ها را بررسی کنند و بر آن بنیاد و با توجه به شناسایی که پیش از آن از نقاط قوت و ضعف درونی نظام حکمرانی ملی باید به‌دست‌آمده باشد، هدف‌های درازمدت را گزینش کرده و سیاست‌های مشخصی را اتخاذ کنند؛ از این‌رو، برای نگارش استراتژی‌ها و شناخت فرصت‌ها و چالش‌های موجود در محیط درونی و بیرونی یک سازمان، نهاد و دولت معمولاً از تحلیل SWOT استفاده می‌کنند.

SWOT دارای چهار پندارهٔ کلیدی (نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات) است که در دو محیط (درونی، بیرونی) مورد بحث قرار می‌گیرد. این تحلیل سرواژه‌های شناخته‌شده در مدیریت راهبردی است که برای ارزیابی محیط درونی (نقاط قوت و ضعف) و محیط بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدات) که ارتباط به خدمات و تولیدات یک سیستم و یا سازمان می‌گیرد، می‌باشد (Alshomrani, Qamar, 2012: 1). در این تحلیل، فرصت‌ها و چالش‌ها مجموعه‌عوامل بیرونی‌اند که در نقطه مقابل مجموعه‌عوامل درونی (نقطه قوت‌ها و ضعف‌ها) نسبت به یک سازمان، نهاد و دولت مطرح می‌شوند (Kahraman, Demirel, Cetin Demirel, 2007: 285).

بر اساس این تحلیل و بر بنیاد ارزیابی که قبلاً توسط این تحلیل صورت می‌گیرد، راهبردهایی طرح می‌شود که هدف از طرح این راهبردها کم‌کردن نقاط ضعف، تقویت نقاط قوت و به‌دست‌آوردن فرصت‌های جدید با کاهش تهدیدات بیرونی است و بدان وسیله مدیران داده‌ها، منابع و شایستگی‌های دولت و یا سازمان را با دیگر دولت‌ها و رقیبان هم‌سنجی می‌کنند و به هماوردی و یا به‌دست‌آوردن فرصت‌های موجود تازه می‌پردازند.

نقاط قوت درونی (S)	نقاط ضعف درونی (W)	
SO: راهبرد (بیشینه- بیشینه)	WO: راهبرد (کمینه- بیشینه)	فرصت‌های بیرونی (O)
ST: راهبرد (بیشینه- کمینه)	WT: راهبرد (کمینه- کمینه)	تهدیدات بیرونی (T)

منبع: (Alshomrani et al, 2012: 1).

۲. سازمان تجارت جهانی چیست؟

در سال ۱۹۴۴ به دعوت رئیس‌جمهور وقت آمریکا (روزولت)، کنفرانسی با شرکت نمایندگان ۴۴ کشور در «برتن وودز»^۱ تشکیل گردید و در آن موافقت‌نامه تأسیس صندوق بین‌المللی پول (IMF2) و هم‌چنین بانک بین‌المللی ترمیم و توسعه (IBRD3) امضا شد (امیدبخش و دیگران، ۱۳۸۵: ۶). هم‌چنین در راستای این تلاش‌ها جنبش‌هایی برای برپایی یک نهاد بازرگانی بین‌المللی برای زدودن تنگناهای تجاری، دادوستد آزاد کالاها میان کشورها و کاهش حقوق گمرکی صورت گرفت که با پیشنهاد دیگری از سوی دولت آمریکا کنفرانسی مرکب از نمایندگان کشورها برای دستیابی به موارد نامبرده و به‌طور کلی راه‌اندازی یک سازمان بازرگانی بین‌المللی (ITO4) از ۱۸ اکتبر تا ۲۶ نوامبر ۱۹۴۶ در لندن برگزار شد و به سبب مخالفت کشورهای شرکت‌کننده بدون دستیابی به هیچ نتیجه‌ای پایان یافت؛ اما شورای اقتصادی و اجتماعی سازمان ملل متحد، اندیشه تشکیل کنفرانس دیگری را درباره تجارت بین‌المللی پیش برد و کمیته‌ای متشکل از نمایندگان کشورها تشکیل داد که این کمیته کارگزار تهیه مقدمات پیش‌نویس منشور تجارت جهانی بود و سرانجام کنفرانس هاوانا از ۲۱ نوامبر ۱۹۴۷ تا ۲۴ مارس ۱۹۴۸ با رودرویی نمایندگان ۵۶ کشور تشکیل شد. در این کنفرانس بسیاری از کشورها، از جمله کشورهای در حال توسعه، به مخالفت برخاستند و به سبب گفت‌وگوهای بسیاری که میان آنها پیش آمد، پیشنهادی به منشور افزوده شد. یکی از بخش‌های منشور یک پیمان ۳۴ ماده‌ای بود که میان ۲۴ کشور بیش‌تر صنعتی امضا شد. این پیمان همان موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات5) است (ایران‌زاده، ۲۰۱۰: ۱۹۶). از میان ۵۳ کشور که در هاوانا گردهم جمع شده بودند، تنها دو کشور «لیبریا» و «استرالیا» توانستند منشور را از تصویب مجلس‌های خود بگذرانند؛ زیرا کشورهای در حال توسعه منشور را به سود کشورهای صنعتی می‌دانستند و کشورهای توسعه‌نیافته برعکس؛ بنابراین، سازمان بین‌المللی بازرگانی شکل نگرفت؛ اما (گات) که در فصل چهارم منشور آمده بود، به راه خود ادامه داد. نکته بنیادین موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) حذف و یا کاهش موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای میان کشورها بود که توجه همه را

1. Bretton woods.
2. International Monetary Fund.
3. International Bank for Reconstruction and Development.
4. International trade organization.
5. General Agreement on Tariffs and Trade.

بیش‌تر به خود جلب کرد و کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه عضویت این موافقت‌نامه را داشتند. تا زمان تشکیل سازمان بازرگانی جهانی در سال ۱۹۹۴، هشت دور گفت‌وگو میان کشورهای عضو موافقت‌نامه صورت گرفت و این گفت‌وگوها در کشورهای گوناگون و در سال‌های ناهمگون و روی موضوعات مشخصی برگزار شد.

دور اروگوئه واپسین دور مذاکرات (گات) است که نام خود را از کنفرانس وزیران گرفته است. این دور در سال ۱۹۸۶ در شهر «پونتادل استه» اروگوئه آغاز شد. سند پایانی دربردارندهٔ گفت‌وگوهایی است که از ژانویه ۱۹۹۵ به اجرا درآمد. این سند پایانی شامل یکی از درازترین گفت‌وگوهایی است که گسترهٔ آن شامل خدمات بازرگانی، حقوق مالکیت معنوی، کشاورزی، منسوجات، پوشاک و روش‌های سرمایه‌گذاری در تجارت می‌باشد (ایران‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۹۶). با امضای این سند، سازمان بازرگانی جهانی به‌عنوان نهاد تازه‌بنیاد و ناظر بر همهٔ موافقت‌نامه‌های منعقدشده در دوره‌های (گات) شکل گرفت. این سازمان از اول ژانویه ۱۹۹۵ کار خود را با ۱۲۵ عضو آغاز کرد. دبیرخانهٔ آن در ژنو هست. بالاترین رکن تصمیم‌گیرندهٔ آن کنفرانس وزیران است که هر دو سال یک‌بار تشکیل گردهمایی می‌دهند. شورای عمومی رکن دیگر از سازمان است که برای اجرای تصمیمات کنفرانس وزیران هر دو ماه یک‌بار تشکیل گردهمایی می‌دهد. سازمان بازرگانی جهانی سه هدف بزرگ و بنیادی را دنبال می‌کند:

۱. گسترش آزادسازی تجاری: فلسفهٔ پیدایی سازمان بازرگانی جهانی برمی‌گردد به لیبرالیسم اقتصادی «اسمیت»، «ریکاردو» و «کینز»؛ از همین رو، آزادسازی تجاری در دستور اصلی کار این سازمان قرار دارد تا جایی که روند پیوست کشورهای در سازمان طوری طراحی شده است که کشور پیوست‌شونده تا پیوست کامل این فرایند را تکمیل کند.

۲. دومین هدف سازمان بازرگانی جهانی زمینه‌سازی عقد موافقت‌نامه‌های تازهٔ تجاری است. سازمان بازرگانی جهانی این فضا را مهیا می‌کند تا کشورها و سران آن در کنفرانس‌های بین‌المللی، زمینهٔ چانه‌زنی موافقت‌نامه‌های تازه را به‌دست آورند.

۳. سومین هدف سازمان بازرگانی جهانی حل و فصل اختلافات پیش‌آمده میان اعضا است. با توجه به این‌که امروزه موافقت‌نامه‌های تجاری بسیاری وجود دارد که اکثراً بر سر تفسیر مواد این موافقت‌نامه‌ها پیچیدگی‌هایی میان کشورها پیش می‌آید؛ بنابراین، رکن حل و فصل اختلافات

سازمان بازرگانی جهانی یگانه مرجع تفسیرکننده و تصمیم‌گیرنده اختلافات میان کشورها است (ایروانی، ۱۳۸۱: ۴). سازمان بازرگانی جهانی علاوه بر اهداف نامبرده، اهداف دیگری را نیز دنبال می‌کند که در مقدمه موافقت‌نامه عمومی، تعرفه و تجارت نکته‌هایی هم‌چون بالابردن سطح زندگی مردم کشورهای عضو، کارآفرینی، افزایش درآمدهای حقیقی و بالابردن سطح تقاضا و بهره‌برداری مؤثر از منابع جهانی و گسترش تولید و تجارت ذکر رفته است. با توجه به موارد نامبرده، عضویت کشورهای در حال توسعه و توسعه‌نیافته شامل فرصت‌ها و چالش‌های فراوانی است. بر بنیاد تقسیم‌بندی سازمان بازرگانی جهانی، افغانستان از جمله کشورهای توسعه‌نیافته و محصور در خشکی است که عضویت این کشور در سازمان نامبرده شامل مجموعه فرصت‌ها و چالش‌های زیر می‌باشد.

۳. فرصت‌ها

فرصت مجموعه عوامل بیرونی و تأثیرگذار بر دولت‌ها، نهادها و سازمان‌ها است که در حد بالایی قابل بازرسی توسط دولت‌ها و نهادها است.

۳-۱. آزادسازی تجاری

آزادسازی تجاری می‌تواند سبب دسترسی به طیفی از کالاها با قیمت‌های پایین‌تر و کاهش دادن هزینه‌های تولید شود. هم‌چنین موجب هم‌آوردی بیش‌تر اقتصاد درونی با بنگاه‌های بیرونی گردیده که خود نیز ممکن است به بهبود کارایی تولید درونی بیانجامد. آزادسازی تجاری می‌تواند به طرق گوناگون بر آهنگ رشد اقتصادی تأثیر بگذارد. استدلال متعارف درباره آزادسازی تجاری این است که آزادسازی تجاری میانگین کارایی در یک کشور را بهبود می‌بخشد و در درازمدت به تغییر نرخ رشد در یک کشور و واردات کالاها موجب گردیده تا صنایع دیرینه خود را آماده هم‌آوردی با صنایع بیرونی کند (کرباسیان، ۱۳۸۷: ۵۰). در این زمینه شواهد تجربی نیز درباره کشورهای در حال توسعه وجود دارد که آزادسازی تجاری موجب افزایش میانگین رشد سالیانه صادرات از ۶۰۸۲ درصد پیش از آزادسازی تجاری به ۱۰۰۰۳ درصد پس از آزادسازی تجاری افزایش یافته است (ابریشمی، ۱۳۸۵: ۱۵۳). به‌طور فراگیر، هدف از برگزاری دوره‌های گوناگون (گات)، کاهش نرخ تعرفه‌ها و از میان برداشتن موانع بر سر راه واردات و دستیابی به تجارت آزاد میان کشورها بوده است. اصولاً موازین رفتاری (گات) بر

دو اصل استوار است: اصل اول چندجانبگی و حذف امتیازات ترجیحی در تجارت بین‌الملل و اصل دوم محکومیت همهٔ محدودیت‌های کمی مربوط به تجارت بین‌الملل. مطابق اصل دومی، در دوره‌های گوناگون (گات) از کشورهای گفت‌وگوکننده خواسته می‌شود تا تدریجاً نسبت به کاهش تعرفه‌های گمرکی خود اقدام کنند. به‌موجب این اصل، تعرفه و کاهش آن تنها راه پشتیبانی از تولیدات درونی شمرده می‌شود و کشورها در مرحله‌های گوناگون پیوست معتقد می‌شوند تا همهٔ حمایت‌های غیر تعرفه‌ای را شامل حمایت‌های تعرفه‌ای کنند و نرخ تعرفه‌های گمرکی خود را به میزان تعیین‌شدهٔ آن برسانند (کميجانی، ۱۳۷۴: ۱۵۶).

در زمینه می‌توان ادعا نمود که عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی که آزادسازی را نیز در پی دارد، در آیش مستقیمی بر رشد صادرات، در درازمدت به تولیدات کشاورزی، صنعت، خدمات و تولیدات درونی گذاشته و موجب کاهش سطح عمومی قیمت‌ها، هزینه‌های زندگی و همچنین افزایش رفاه اقتصادی و تولیدات بیش‌تر می‌گردد. شواهد تجربی در افغانستان نشان می‌دهد که هم‌زمان با درخواست عضویت این کشور در سازمان بازرگانی جهانی و آزادسازی تجاری آن، نرخ رشد در برخی حوزه‌ها شکل صعودی خود را پیموده است؛ به‌طور نمونه و بر بنیاد پیش‌بینی‌ها، تولید ناخالص داخلی و درآمد سرانه پس از عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی افزایش را نشان می‌دهد.

تولید ناخالص داخلی و درآمد سرانه پس از سال ۲۰۱۴ افزایش را نشان می‌دهد										
سال	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۶	۲۰۱۵	۲۰۱۴	۲۰۱۳	۲۰۱۲	۲۰۱۱
درآمد سرانه (دلار)	۶۷۹	۶۳۸	۶۰۲	۵۷۶	۵۶۱	۶۱۵	۶۵۰	۶۶۰	۶۸۰	۶۱۴
GDP (میلیارد دلار)	۲۴.۲	۲۲.۳	۲۰.۶	۱۹.۲	۱۸.۴	۱۹.۶	۲۰.۳	۲۰.۱	۲۰.۳	۱۷.۸

منبع: (www.statista.com).^۱

1. Retrieved from: <https://www.statista.com/search/?q=Afghanistan>.

۲-۳. جذب سرمایه‌گذاری بیرونی

عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی بدین معناست که این کشور بسترهای حقوقی برای تجارت آزاد و زمینه‌سازی سرمایه‌گذاری‌های بیرونی در کشور را فراهم کرده است. فرض بنیادین استدلال که از موافقت‌نامه سرمایه‌گذاری چندجانبه پشتیبانی می‌کند، این‌که: شکل‌گیری موافقت‌نامه‌های تجاری و عضویت در پیمان‌نامه‌های تجاری سازمان بازرگانی جهانی، روند سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه را افزایش خواهد داد و موافقت‌نامه‌هایی که پشتیبانی از سرمایه‌گذار را افزایش بدهد، می‌تواند سرمایه‌گذاری درونی را نیز تشویق کرده و از نگرانی‌های سرمایه‌گذاران بیرونی بکاهد (کریاسیان، ۱۳۸۷: ۳۳۹). عضویت این کشور در سازمان بازرگانی جهانی، زمینه‌هایی را مساعد می‌سازد تا روندهای سرمایه‌گذاری بیرونی را تشویق کرده و با کشش سرمایه‌های بیرونی، فرصت‌های بیش‌تر سرمایه‌گذاری در کشور افزایش یافته و مایه کارآفرینی و درآمدهای مالیاتی بالقوه می‌گردد و لذا در افزایش درآمدهای مالی کشور مؤثر خواهد بود. بیش‌ترین عواملی که مایه جذب سرمایه‌گذاری بیرونی در افغانستان می‌شود، وجود نیروی کار ارزان، جاذبه‌های گردشگری، فراوانی منابع، پایین بودن نرخ تعرفه‌های گمرکی و برتری نسبی افغانستان در تولیدات کشاورزی است. تا هم‌اکنون در بخش‌های گوناگون منابع طبیعی، شرکت‌های گوناگون بیرونی سرمایه‌گذاری کرده‌اند و علاقه‌مندی برای سرمایه‌گذاری روی معادن و منابع زیرزمینی افغانستان از سوی شرکت‌های معدن‌کاری بیرونی در حال افزایش است. هم‌اکنون بیش‌تر از چهل شرکت معدن‌کاری بیرونی خواهان سرمایه‌گذاری روی معادن مس شیدا، بلخاب، طلای بدخشان، زرکشان غزنی می‌باشند (معدن، ۱۳۹۱: ۱۳). هم‌چنین عوامل دیگری که زمینه سرمایه‌گذاری در افغانستان را افزایش می‌دهد، عضویت این کشور در سازمان‌ها و پیمان‌نامه‌های گوناگون اقتصادی است.

در مدتی که افغانستان عضویت ناظر سازمان بازرگانی جهانی را داشت، اصلاحات بسیاری را در زمینه‌های حقوقی، مالی و بانکی برای جذب سرمایه‌گذاری انجام داده است. یکی از نمونه‌های برجسته آن، اصلاحات مالیاتی است که در سال ۲۰۰۶ افغانستان از دید قوانین مالیاتی دارای رتبه هفتم بین ۱۵۵ کشور جهان بود؛ و در مقرره‌ها و قوانین کار نیز پیشرفت‌های فراوان دیده می‌شود. هم‌اکنون افغانستان از لحاظ تسهیلات اقتصادی در رتبه بیست و پنجمین کشور در فهرست بانک جهانی قرار دارد (نجفی و دیگران، ۱۳۸۹: ۸۱).

۳-۳. افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی

سومین فرصتی که سازمان بازرگانی جهانی برای افغانستان مهیا می‌کند، افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی است. دسترسی به بازارهای جهانی و افزایش سهم اعضا در آن، از جمله مفاهیم و اهداف بنیادین است که موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات) و هم‌اکنون سازمان بازرگانی جهانی آن را دنبال کرده و می‌کند. چارچوب نظام تجارت جهانی چنان طراحی شده است که به کشورها در ارتقای توسعه اقتصادی آن‌ها از راه گسترش تجارت کمک می‌کند؛ و حذف تعرفه‌ها و دیگر موانع تجارت در خلال مذاکرات میان اعضا به‌عنوان راه‌کار گسترش تجارت مورد پذیرش واقع شده است (امینی، ۱۳۸۵: ۹۹). دسترسی پیوسته و مطمئن به بازارهای جهانی و گسترش روابط بازرگانی میان کشورهای عضو سازمان بازرگانی جهانی، از مزایایی است که به توسعه صادرات افغانستان کمک می‌کند. افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی از چند راستا قابل پژوهش است: اول این که عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی، فضای رقابتی را برای واحدهای تولیدی و خدماتی کشور ایجاد خواهد کرد که آنان را وادار می‌کند تا فرایند تولید و نظام‌های خود را کارا سازند. هم‌اوردی در بازارهای جهانی و ترس از رقبا، جنبش بیش‌تری را در بخش‌های گوناگون تولیدی ایجاد خواهد کرد و موجب خواهد شد هرگونه سرمایه‌گذاری با مطالعه ریزبین و فنی صورت گیرد (کميجانی، ۱۳۷۴: ۵۴۷). در کنار آن، افغانستان زمانی می‌تواند سهم خود را در تجارت جهانی ادا نماید که کیفیت و حجم تولیدات درونی خود را بالا برده و برتری نسبی خود را در زمینه تولیدات تقویت کند.

۳-۳-۲. افزایش صادرات کشمش

هنگامه و منبع اصلی پیدایش انگور را آسیای مرکزی می‌دانند و گونه‌های مهم انگور که در افغانستان ارزش تجاری دارد، «شندوخانی»، «کشمشی»، «حسینی»، «تایفی»، «قندهاری»، «لعل»، «منقه»، «توران»، «آبجوش»، «غله‌دان»، «خلیلی» و «فخری» است که از آن میان کشمش، شندوخانی، توران و منقه در تولید کشمش بیش‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرند (وزارت کشاورزی، ۱۳۹۲: ۶). مطابق احصائیه (آمارهای) مرکزی افغانستان، میزان فروش سالیانه انگور ۲۱٫۸ میلیون دلار بوده که این میزان ۹۱۶۹۳۸۰ کیلوگرم کشمش را در سال ۲۰۱۱ دربرداشته است. بر بنیاد منبع دیگر، صادرات انگور تازه افغانستان ۲۲ میلیون دلار بوده که ۰٫۱ درصد صادرات انگور جهان را تشکیل می‌دهد.

تولیدات انگور در سال‌های ناهمگون افزایش را نشان می‌دهد (متریک تن)

سال	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۲۱	۲۰۲۲
متریک تن	۳۶۵	۳۶۵	۳۶۵	۳۶۵	۳۶۵	۳۶۰	۳۵۰	۳۴۵	۳۴۹	۳۶۵	۳۶۵	۷۴۴

منبع: (www.factfish.com).^۱

مهم‌ترین کشورهایایی که افغانستان به آن کشمش صادر می‌کند، بلژیک، دانمارک، چین، آلمان، قرقیزستان، هلند، پاکستان، هند، روسیه، لهستان، اسپانیا، ترکیه، انگلستان و امریکا می‌باشند؛ به‌طور نمونه: هزینه یک کیلوگرم انگور افغانستان ۰۰۴۵ دلار توسط شرکت‌ها خریداری می‌شود تا فروش آن در پاکستان ۳۵ درصد تعرفه گمرکی وضع می‌گردد که بهای آن ۰۰۷۵ دلار می‌شود. هم‌چنین هزینه‌های دیگری که از سوی دولت افغانستان وضع می‌گردد، بهای آن به ۰۰۸۱ دلار می‌رسد و بهای فروش آن در پاکستان به ۱۰۱۵ دلار می‌رسد (اسلم‌پور، ۱۳۹۰: ۱۵-۱۲). آمریکا و ترکیه از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان جهانی کشمش به‌شمار می‌روند. این دو کشور نزدیک به ۸۰ درصد مجموع تولیدات کشمش جهان را تشکیل می‌دهند. بر بنیاد آمار سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، افغانستان نزدیک به ۲۰۳ درصد تولیدات جهانی را تشکیل می‌داد؛ اما بر بنیاد منبع دیگری، سهم تولیدات کشمش افغانستان در جهان ۲٫۸ درصد بوده که ۰٫۴ درصد آن کاربرد درونی داشته و ۴ درصد سهم تجارت جهانی را تشکیل می‌داده است. ۲ در سال‌های نامبرده، ترکیه بزرگ‌ترین صادرکننده کشمش که به‌دنبال آن آمریکا در رده دوم و افغانستان هفتمین کشور بزرگ صادرکننده کشمش در جهان بوده که صادرات آن ۳٫۴ درصد مجموع صادرات جهانی را تشکیل می‌داد و ارزش مجموعی صادرات آن ۱۵۰ میلیون دلار بوده است (بانک جهانی، ۱۳۹۰: ۵۳). این صادرات میان‌سال‌های یادشده با تعرفه‌های بالای گمرکی همراه بوده است. سازمان بازرگانی جهانی فرصت خوبی را برای افغانستان مهیا می‌کند تا کشمش تولیدشده خود را با نرخ پایین تعرفه گمرکی و یا حتی صفر درصد به بازارهای اصلی متقاضی آن صادر کند.

1. Retrieved from: <http://www.factfish.com/country/afghanistan>.

۲. برگرفته شده از سایت آماری psdonline قابل دسترس در: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/home>

ده کشور بزرگ تولیدکننده کشمش در سال‌های ناهمگون (متریک تن)						
سال	۲۰۱۱-۱۲	۲۰۱۲-۱۳	۲۰۱۳-۱۴	۲۰۱۴-۱۵	۲۰۱۵-۱۶	۲۰۱۶-۱۷ سپتامبر
آمریکا	۳۴۸	۳۱۳	۳۶۸	۳۳۲	۳۴۸	۳۱۵
ترکیه	۲۵۰	۳۱۰	۲۴۲	۳۲۰	۲۲۰	۳۰۰
چین	۱۰۰	۱۵۰	۱۶۵	۱۸۰	۱۹۰	۱۸۵
ایران	۱۵۰	۱۸۰	۱۶۰	۱۳۰	۱۳۹	۱۵۰
ازبکستان	۳۵	۲۲	۱۸	۵۱	۶۹	۷۳
شیلی	۷۴	۶۸	۶۹	۶۵	۶۸	۶۲
آفریقای جنوبی	۳۷	۴۶	۴۶	۶۵	۵۳	۵۳
ارجنتاین	۳۱	۳۲	۲۰	۳۷	۴۱	۴۰
افغانستان	۳۰	۲۴	۳۱	۳۷	۳۳	۳۵
استرالیا	۱۳	۱۲	۱۰	۱۲	۱۵	۱۸

منبع: psdonline

هم‌چنین مورد دیگری که موجب افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی می‌گردد، صادرات بادام است.

۳-۳-۳. افزایش صادرات بادام

صادرات بادام فرصت دیگری است که افغانستان از عضویت خود در سازمان بازرگانی جهانی به‌دست می‌آورد. بر بنیاد داده‌های سازمان غذایی و کشاورزی ملل متحد^۱، افغانستان از جمله ده کشور بزرگ تولیدکننده بادام در سال ۲۰۰۹ بوده که سهم آن در تولیدات جهانی ۲ درصد را نشان می‌دهد (پیوند، ۱۳۹۲: ۱)؛ اما بر بنیاد آمار کمیسیون تجارت سازمان ملل متحد، افغانستان یازدهمین صادرکننده بادام بدون پوست در سال‌های ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ در جهان شناخته شده که با پوست آن پنجمین صادرکننده بادام است و ارزش صادرات آن به ۱۱۰ میلیون دلار برآورد

1. FAO: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

گردیده است.

یازده کشور صادرکننده بادام در جهان از سال ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹												
کشور	آمریکا	چین	اسپانیا	ایران	ایتالیا	تایوان	هند	ژاپن	آلمان	فرانسه	برزیل	افغانستان
درصدی	۷۰.۱	۹.۳	۲.۶	۲.۳	۱.۹	۱.۸	۱.۶	۱.۶	۱.۱	۱.۱	۱.۳	۵.۴

منبع: (بانک جهانی، ۱۳۹۰: ۷۴).

مجموعه تولیدات افغانستان در سال‌های ۲۰۱۱، ۶۰۶۱ تن و در سال ۲۰۱۲، ۶۲۰۰ تن بوده که افزایش ۲ درصدی را نشان می‌دهد (Export Promotion Agency for Afghanistan, 2014).
 ۱۱). بزرگ‌ترین نقاط ضعف بر سر تجارت بادام در افغانستان، ارتباطات ضعیف انجمن‌های تجاری به‌شمول سازمان انکشاف صنایع بادام افغانستان با بازارهای بزرگ بین‌المللی، به‌ویژه اتحادیه اروپا، ژاپن و چین هست. انجمن‌های بادام‌داران افغانستان که به‌نام (فوریه‌داران) نیز مشهورند، شبکه مهم ارتباطی و بازاریابی را نتوانستند با این کشورها شکل بدهند. فزون بر نقاط ضعف یادشده، افغانستان همواره در تجارت کالاهای صادراتی خود با کشورها مشکلاتی داشته است. دشواری‌های ترابری، کارشکنی و کاغذپرانی در گمرکات، باج‌گیری، تاوان‌های بی‌مورد، فساد مالی و اداری و عدم صدور ویزا، بزرگ‌ترین دشواری‌های کالاهای صادراتی افغانستان است که عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی در حد بالایی می‌تواند موجب کاهش نقاط ضعف افغانستان در تجارت بیرونی آن شود (بانک جهانی، ۱۳۹۰: ۸۶).

۴-۳. حل و فصل اختلافات تجاری

فرصت دیگری که سازمان بازرگانی جهانی برای افغانستان مهیا می‌کند، حل و فصل اختلافات آن از سوی این سازمان است. هنگامی که پیمان‌نامه تجاری بین‌المللی منعقد می‌شود و یا کشوری عضویت موافقت‌نامه‌های تجاری و سازمان‌های تجاری را به‌دست می‌آورد، امکان پیدایش اختلاف از جهات گوناگون وجود خواهد داشت؛ لذا هر دو سو تفاهم می‌کنند که با گزینش مرجع حل اختلافات و نیز قانون حاکم بر پیمان‌نامه حل چنین اختلافات، قراردادی را پیشاپیش خودشان تسهیل کنند (سرروی‌مقدم، ۱۳۸۹: ۱۳۲). افغانستان عضویت موافقت‌نامه‌ها و سازمان‌های گوناگون تجاری را دارد؛ بنابراین، میان اعضا بر سر تفسیر موافقت‌نامه‌ها منازعاتی

پدید خواهد آمد. افغانستان کشوری است محصور در خشکی و برای تجارت کالاهای خود به دیگر نقاط جهان همواره به بندرهای کشورهای همسایه وابسته بوده است؛ بیش‌ترین واردات و صادرات آن به پاکستان و از طریق بندرهای آن کشور به سایر نقاط جهان فرستاده می‌شود. در جریان سال‌های گذشته، بیش‌ترین منازعات تجاری افغانستان با پاکستان رخ داده است؛ همزمان هردو کشور عضویت سازمان بازرگانی جهانی را دارند؛ بناءً حکومت افغانستان تصمیم دارد تا دشواری‌های پیش‌آمده را از طریق مراجع حل اختلاف سازمان تجارت جهانی حل و فصل کند. ۱.

۴. چالش‌ها

چالش مجموعه عوامل بیرونی و تأثیرگذار بر دولت‌ها، نهادها و سازمان‌ها است که در حد بالایی با تقویت نقاط قوت و از بین بردن نقاط ضعف قابل بازرسی توسط دولت‌ها و نهادها می‌باشد؛ بنابراین، افغانستان از عضویت خود در سازمان بازرگانی جهانی مجموعه‌ای از چالش‌های زیر را تجربه خواهد کرد.

۴-۱. افزایش واردات و وابستگی افغانستان به واردات

افزایش واردات و وابستگی به واردات، یکی از چالش‌هایی است که افغانستان از عضویت خود در سازمان بازرگانی جهانی با آن روبرو خواهد شد. عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی همراه با آزادسازی تجاری است. بر مبنای اصول پذیرفته‌شده در سازمان بازرگانی جهانی (اصل تضمین آزادی تجاری میان اعضا، اصل کاهش تعرفه‌های گمرکی، اصل شفافیت آیین‌نامه‌های تجاری، اصل کامله‌الوداد)، همه اعضا رفتار یکسانی با هم می‌داشته باشند. در واقع، یکی از مهم‌ترین اهداف تشکیل موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات)، و به دنبال آن سازمان بازرگانی جهانی، دستیابی به کاهش درخور نگرش و اساسی موانع تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای است؛ طوری که شرایط دسترسی آزادانه کشورها به بازارهای بین‌المللی فراهم شود (محسنی، ۱۳۸۴: ۱۳۵). هم‌چنین شواهد تجربی نشان می‌دهد که آزادسازی تجاری و حذف تعرفه‌های گمرکی، موجب افزایش واردات در کشورها می‌گردد. بر بنیاد پژوهشی که توسط حمید ابریشمی، محسن مهرآرا و رضا محسنی صورت گرفته است، برآیندها نشان می‌دهد که کاهش تعرفه‌های گمرکی و آزادسازی تجاری بر رشد واردات کشورهای در حال توسعه اثر مثبت

دارد (ابریشمی، مهرآرا، محسنی، ۱۳۸۵: ۹۸). بناءً عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی می‌تواند زمینه‌ساز رشد واردات در این کشور باشد که تأثیرات فراوانی را بر همه حوزه‌های اقتصادی به‌ویژه کشاورزی خواهد گذاشت.

بر بنیاد پیشگویی‌های بانک جهانی، تا سال ۲۰۱۹ ارزش واردات کالا قرار جدول زیر است.

افزایش واردات کالا پس از عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی							
سال	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
میلیارد دلار	۹.۲۴۴	۸.۷۱۱	۷.۸۶۷	۷.۹۸۶	۸.۲۶۲	۸.۵۶۶	۹.۳۱

منبع: (جویا، محمدعمر و دیگران، ۱۳۹۵: ۳۹).

۲-۴. کاهش درآمدهای دولتی

دومین چالشی که افغانستان از عضویت خود در سازمان بازرگانی جهانی با آن روبه‌رو خواهد شد، کاهش درآمدهای دولتی است. وضع تعرفه در یک کشور منجر به درآمد از گسارندگان به تولیدکنندگان و دولت می‌شود و در نگرش عمومی وضع تعرفه‌ها و موانع غیر تعرفه‌ای موجب انتقال تقاضا از فراورده‌های بیرونی به درونی گردیده و موجب تشویق تولیدکنندگان درونی می‌شود؛ اما در برابر، حذف موانع تعرفه‌ای موجب افزایش تقاضا برای فراورده‌های بیرونی گردیده و درآمدهای دولتی را کاهش می‌دهد (مهرآرا، ۱۳۸۶: ۳). کاهش تعرفه‌های گمرکی اثرات گوناگونی بر کشورها دارد. یکی از آثار کاهش تعرفه، اثر درآمدی آن است. نرخ‌های گوناگون تعرفه زمینه‌های افزایش یا کاهش درآمدهای دولت را سبب می‌گردد. گونه‌های ناهمسان تعرفه مانند حقوق و عوارض گمرکی رایج است. در حالی‌که در کشورهای صنعتی کم‌تر به منبع حقوق گمرکی به‌عنوان یک منبع درآمد توجه می‌شود، این‌گونه از تعرفه‌ها در کشورهای در حال توسعه بسیار رایج است که با نرخ‌های ناهمسان بر گونه‌های ناهمگون کالاها وضع می‌شود و از منابع مهم درآمد دولت در این کشورها به‌شمار می‌رود (کمپجانی، ۱۳۷۴: ۵۲). پس از عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی، تعرفه‌ها به‌طور میانگین از ۱۱,۵ درصد به ۵,۵ درصد کاهش خواهد یافت که به‌موجب آن، حجم واردات به اندازه ۳۰ درصد افزایش خواهد یافت. بر مبنای توافقات به‌دست‌آمده میان دولت افغانستان و سازمان بازرگانی جهانی، نرخ تعرفه‌های گمرکی روی برخی از کالاها افزایش خواهد یافت که تأثیر فراوانی را بر درآمدهای دولتی

نخواهد گذاشت.

دولت افغانستان تصمیم دارد برای جبران درآمدهای از دست رفته از بابت گمرکات، قانون مالیات بر ارزش افزوده را تطبیق کند که تا ۱۰ درصد ارزش افزوده‌ای که گسارندگان در بدل تولیدات ارزان‌تر دریافت می‌کنند، وضع گردیده که درآمدهای دولت را افزایش خواهد داد (وزارت مالیه، ۱۳۹۵: ۸). بر بنیاد پیش‌بینی‌هایی که توسط منبع دیگر بانک جهانی صورت گرفته است، درآمدهای گمرکات افغانستان تا سال ۲۰۱۹ قرار جدول زیر است.

پیش‌گویی درآمد گمرکات افغانستان تا سال ۲۰۲۰							
سال	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
درصدی	۲.۵	۲.۳	۲.۵	۲.۵	۲.۶	۲.۶	۲.۶

منبع: (جویا، محمد عمر و دیگران، ۱۳۹۵: ۴۱).

بر مبنای آمارهای بالا و بر بنیاد ادعای مطروحه، درآمد گمرکات افغانستان پس از عضویت این کشور در سازمان بازرگانی جهانی افزایش و یا کاهش چشم‌گیری را نشان نمی‌دهد تا جایی که پس از سال ۲۰۱۶، هیچ‌گونه تغییری در درآمدهای گمرکات دیده نمی‌شود. هم‌چنین به سبب این‌که در افغانستان فساد وجود دارد؛ به‌ویژه فساد در گمرکات سبب می‌شود شماری از دارایی‌های وارداتی در کشور با پرداخت رشوه برای کارگزاران گمرکات، از پرداخت محصول برای دولت معاف گردد و یا با پرداخت محصول کم دارایی‌ها وارد گردیده که این خود زمینه‌های هماوردی ناسالم را در جامعه ترویج کرده و موجب ورشکست سرمایه‌گذاران درونی گردد (طوطاخیل، ۱۳۹۳: ۱۵۱).

۴-۳. افزایش بیکاری

سومین چالشی که افغانستان پس از عضویت خود با آن روبه‌رو می‌شود، افزایش بیکاری است. منتقدان آزادسازی تجاری و عضویت در سازمان بازرگانی جهانی بر این دیدگاه‌اند که آزادسازی تجاری موجب افزایش بیکاری و نابرابری دستمزدها، افزایش استثمار کارگران در کشورهای در حال توسعه، افزایش تنگدستی و نابرابری جهانی می‌گردد (امینی و مرادزاده، ۱۳۹۴: ۷۸). کالاهای و خدماتی که افغانستان در چارچوب آیین‌نامه‌های سازمان بازرگانی جهانی به

بازارهای بین‌المللی عرضه می‌کند، بایست دارای ویژگی و استاندارد بین‌المللی باشند و با کالاها و خدمات همانند بیرونی هم‌وردی کنند. بر بنیاد این اصل، نیروی کار به‌کاررفته شده در تولید فرآورده‌های صادراتی دارای مهارت لازم باشند؛ از این رو، با افزایش صادرات افغانستان، نیروی کار ماهر با بهره‌وری بالا از بخش‌های غیر صادراتی به بخش‌های صادراتی منتقل می‌شوند؛ اما نیروی غیر ماهر بیشتر در بخش‌های غیر صادراتی بازمی‌مانند که آزادسازی تجاری سبب کاهش دستمزد و پیشه آن‌ها می‌گردد. بر بنیاد شواهد تجربی که دیگر کشورها داشتند، عضویت در سازمان بازرگانی جهانی میان دوره‌های زمانی کوتاه‌مدت از دست دادن پیشه و افزایش بیکاری، بیش‌تر از فرصت‌های جدید کاری بوده است. هم‌چنین آمارها نشان می‌دهند که واردات مواد خوراکی و مواد سوختی در سال‌های اخیر در حال افزایش بوده است؛ بنابراین، می‌توان ادعا نمود که این کشور بیش‌ترین نرخ بیکاری را در این حوزه‌ها خواهد داشت. این در حالی است که در سال‌های گذشته نرخ بیکاری در افغانستان هم‌چنین افزایش داشته است.

نرخ بیکاری									
سال	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
درصدی	۸,۶	۸,۴	۸,۷	۸,۵	۸,۴	۸,۷	۸	۲۵	۴۰

منبع: (www.tradingeconomics.com).

۴-۴. تهدید صنایع داخلی

چهارمین چالشی که افغانستان پس از عضویت خود در سازمان بازرگانی جهانی با آن روبه‌رو خواهد شد، تهدید صنایع نوپای این کشور است. با توجه به این‌که محوریت اقتصادی در افغانستان بر بخش خصوصی استوار است و دولت هم‌چنین توانایی پشتیبانی از صنعت این کشور را ندارد، احتمال تهدید صنایع این کشور پس از عضویت بیش‌تر است.

بر بنیاد ارزیابی احصائیه (آمار) مرکزی افغانستان، مجموعه مؤسساتی که مصروف در بخش صنعت می‌باشند، کنش‌گری‌های آنان شامل برون‌آوری معادن، تولید روشنایی، گاز، آب، ساختمان، بازرگانی و ترمیمات، ترانزیت، مسکن، خدمات خوراکی، آگاهی‌رسانی و مخابرات است. بر اساس درصدی، ۲۹ درصد آن مصروف کنش‌گری‌های تجاری، ۲۲ درصد صنعت، ۴ درصد خدمات خوراکی و ۳۹ درصد آن دیگر خدمات ارائه می‌کرده است. صنایع افغانستان

شامل کارخانه‌های روغن گیاهی، تهیه کشمش، آرد، کود شیمیایی، شکر، قند، خشت‌پزی، ساخت کاغذ، لبنیات، کفش دوزی، شیشه‌سازی، پلاستیک‌سازی و منسوجات است. دولت برای پشتیبانی از صنایع نوپای افغانستان پارک‌های صنعتی را گشایش کرده است. به‌رغم محیط اقتصادی دشوار، صنعت افغانستان مدام رو به پیشرفت است و شرکت‌های موجود کارکرد یکسان با شرکت‌های موجود در کشورهای آسیای مرکزی دارند. شرکت‌های داخلی اعلان کرده‌اند که در پنج سال گذشته، به‌طور میانگین، ۶۷ درصد رشد در کسب‌وکار خود داشته‌اند (نجفی و دیگران، ۱۳۸۹: ۷۴). با توجه به این‌که بهره‌تولیدات صنعتی در کشور پایین بوده و همچنین با دشواری‌های جدی روبه‌رو است، عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی موجب می‌گردد دسترسی کشورهای دیگر به بازارهای درونی افزایش پیدا کرده و از این رهگذر صنایع افغانستان که فاقد برتری هستند، متحمل زیان خواهند شد.

۴-۵. راه‌یابی کالاهای فرهنگی بیگانه

عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی، تهدیدات بسیاری را بر فرهنگ افغانی بر جای خواهد گذاشت. این نکته که کالاهای وارداتی فرهنگی استفاده را همراه با خود می‌آورند، دقیقاً موضوعی است که هر کشور عضو با آن روبه‌رو خواهد شد. کالاهای تازه‌وارد در افغانستان همراه با برندهای تبلیغاتی آن یکجا وارد خواهند شد. تبلیغات خود از راه رسانه‌ها به مخاطب القا می‌کند که گونه رفتارش را هم باید به نحوی تغییر دهد که با آن برند تطبیق داشته باشد. همچنین در فرایند چنین تعاملات فرهنگی به نحوی عناصری از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر انتقال یافته، به‌تدریج جذب خواهند شد که به آن اشاعه فرهنگی گفته می‌شود و شامل پنج مرحله می‌شود: خودآگاهی، علاقه، ارزیابی، آزمایش و سازگاری که عواملی مانند برتری نسبی، قابلیت هماوردی، درجه پیچیدگی در موفقیت آن کارایی دارد و بدیهی است که فرهنگ قوی‌تر بیش‌تر عناصری را به فرهنگ ضعیف‌تر منتقل می‌کند و اگر با طرح و برنامه‌ریزی پیشین همراه باشد، مصداق تهاجم فرهنگی است (مصطفوی، ۱۳۹۰: ۳۵). با توجه به این‌که در افغانستان ساختار قدرتمند اقتصادی شکل نگرفته که زمینه‌ساز قدرت‌یابی فرهنگی در یک جامعه محسوب می‌شود و برعکس تنگدستی و نابرابری که مایه تضادهای فرهنگی و از دست‌رفتن یکپارچگی و وحدت فرهنگی هست، می‌توان ادعا کرد که سرازیر شدن کالاهای فرهنگی کشورهای عضو، موجب تغییر رفتار، پوشش و نگرش‌های فرهنگی مردم افغانستان گردد. پس از سال ۲۰۰۱، شواهد تجربی

در افغانستان نشان می‌دهد که بسیاری از رفتاری‌های فرهنگی مردم در این مدت‌زمان تغییر کرده است و کالاهای وارداتی بیرونی به‌ویژه غربی با ابزاری چون رسانه‌ها بسیاری از رفتارهای فرهنگی این کشور را عوض کرده است. نمونه رفتارهایی که در این مدت تغییر کرده است، تغییر هویت و ذهنیت جوانان، نوجوانان و کودکان است. جای ارزش‌های ذاتی و راستین را ارزش‌های کاذب گرفته است، تا جایی که جوانان نداشتن ارزش‌های کاذب را برای خود عیب می‌دانند. فرم پوشاک و تغییر موی مورد مهم از این رفتارها است. مورد دیگر فردگرایی و انزواطلبی است که در حال افزایش بوده است. همچنین مورد دیگر اشاعه فرهنگ ابتدال بوده است. پس از سال ۲۰۰۱ دیده می‌شود که بسیاری از رسانه‌های همگانی در حال پخش سریال‌های دوبله‌شده هندی، ترکی، آمریکایی و گاهی کره جنوبی می‌باشند و سرانجام مورد آخری که از منظر اقتصادی بر اقتصاد افغان‌ها تأثیر می‌گذارد، ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی است (رحیمی، ۱۳۹۳: ۱۷۳).

۵. نقاط ضعف (محیط داخلی)

الف. دسترسی نابسندۀ سرمایه‌گذاران به امکاناتی؛ چون ترابری و زیربناها (خیابان‌ها، راه‌های آهن، بندرهای مجهز، پارک‌های صنعتی، روشنایی، آب و...) و دشواری‌های ترابری با کشورهای همسایه.

به موجب موافقت‌نامه گاتس ۱، کشورها نه تنها حق ندارند که هیچ نوع ممانعتی بر سر راه تجارت خدمات به‌ویژه ترابری وضع کنند؛ بلکه در این زمینه محدودیت‌های موجود را برطرف نموده و سهولت‌های بیش‌تری را فراهم کنند. در افغانستان پس از سال‌ها درگیری، زیربناها ویران شده است. هم‌چنین به علت عدم سرمایه‌گذاری و نگهداری، کارایی چندانی ندارند. در این میان، گردش روشنایی کیفیت پایینی دارد و با افت ولتاژ و قطع و وصل‌های متناوب روبه‌رو است. در حالی‌که روشنایی کارایی جدی بر کنش‌گری‌های بخش خصوصی دارد، از این‌رو، شرکت‌ها از روشنایی به‌عنوان جدی‌ترین مشکل زیربنایی در افغانستان یاد می‌کنند. در پژوهشی که روی ۶۴ درصد شرکت‌های افغانستان صورت گرفته است، روشنایی را مشکل جدی یا بزرگ در برابر کنش‌گری‌های اقتصادی بیان کرده‌اند. پس از روشنایی، مشکل دست‌یابی به زمین هست که ۶۰ درصد شرکت‌ها به آن اشاره کرده‌اند. هم‌چنین فساد، دست‌یابی به وام مهم‌ترین موانع

1. Genral agreement on trade in services.

بوده است. بر بنیاد درصدی، مهم‌ترین مشکلات بر سر راه سرمایه‌گذاری در افغانستان قرار زیر است: روشنایی ۶۴ درصد؛ فساد ۵۳ درصد؛ دستیابی به وام و اعتبار ۵۱ درصد؛ رفتار غیررقابتی ۳۴ درصد، آیین‌نامه‌های گمرکی و تجاری ۳۳ درصد؛ نبود اطمینان از سیاست‌های بازرسی ۳۲ درصد؛ نرخ مالیات ۳۲ درصد؛ ارتباط راه دور ۲۶ درصد؛ ترابری ۲۵ درصد؛ نبود اطمینان فراگیر ۱۸ درصد؛ بهره‌ و وام ۱۷ درصد؛ سرقت و ناآرامی ۱۶ درصد؛ پروانه کسب‌وکار و پروانه فعالیت ۱۱ درصد؛ سیستم حقوقی ۱۰ درصد؛ نیروی کار ماهر و تحصیلکرده ۹ درصد؛ آیین‌نامه‌ها و قوانین کار ۵ درصد (نجفی و دیگران، ۱۳۸۹: ۸۲).

ب. موجودیت فساد اداری و مالی در ادارات دولتی به‌ویژه در گمرکات، ریاست‌های مالیه‌دهندگان و دیگر نهادها. بر بنیاد آمارها، افغانستان در سال‌های ناهمگون جایگاه‌های زیر را در فساد به‌دست آورده است.

جایگاه افغانستان در لیست کشورهایی که در آنها فساد وجود دارد										
سال	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶
مقام	۱۷۲	۱۷۶	۱۷۹	۱۷۶	۱۸۰	۱۷۴	۱۷۵	۱۷۲	۱۶۶	۱۶۹

منبع: (www.tradingeconomics.com).

فزون بر این‌که فساد در نهادهای گوناگون افغانستان وجود دارد، شدت فساد در گمرکات بیش‌تر است؛ برای نمونه: بر بنیاد توافقی که میان حکومت افغانستان و نیروهای بیرونی صورت گرفته است، کالاهای وارداتی آنان از عوارض گمرکی معاف‌اند؛ در حالی‌که این توافق‌نامه به تصویب مجلس افغانستان نرسیده است. در کنار این، یک عده شرکت‌های افغانی به‌نام‌های دست‌دومی که قراردادهایی را با نیروهای بیرونی دارند، کالاهایی را وارد افغانستان می‌کنند که هیچ‌گونه محصولی پرداخت نمی‌شود. این خود زمینه کاهش درآمدهای دولتی را فراهم می‌کند (طوطاخیل، ۱۳۹۳: ۱۵۳).

ج. دستیابی به وام و اعتبارات: سیستم مالی افغانستان به‌تازگی رو به بهبود است؛ اما کنش‌گران اقتصادی کمابیش هیچ‌گونه دسترسی به وام‌های بانکی نداشته و تنها دسترسی محدودی به خدمات معمولی بانکی دارند. با توجه به این‌که هفده بانک تجاری جواز فعالیت در افغانستان گرفته‌اند، هیچ بانک تجاری در افغانستان وام درازمدت نمی‌دهد. بیش‌ترین زمان

بازپرداخت وام، سه سال است. بیش تر بانک‌ها بر گشایش استوارنامه‌های تجاری تمرکز کرده‌اند. تعاملات بسیار نامطمئن هست؛ زیرا واردکنندگان و ادار به واریز کل مبلغ کالای وارداتی در بانک پیش از بازگشایش استوارنامه یا یک قرارداد محکم مانند قراردادهای ساختمانی هستند یا تحت پشتیبانی مالی نهادهای اعانه‌دهنده فرامرزی قرار دارند.

۶. نقاط قوت

الف. نسل جوان و نیروی کار ارزان: بر بنیاد آمارها، ۸۰ درصد جمعیت افغانستان زیر ۳۵ سال قرار دارند. هم‌چنین بر بنیاد ارزیابی‌هایی که صورت گرفته است، ۷۰ درصد از جوانان بزرگ‌ترین مشکل را بیکاری دانسته‌اند. هم‌چنان که موجودیت نسل جوان در یک کشور از نقاط قوت آن به‌شمار می‌رود، مشکلات بیکاری آنان از جمله نقاط ضعف شمرده می‌شود؛ بنابراین، بیکاری در یک کشور بر سطح عمومی دستمزدها تأثیر می‌گذارد. هر قدر میزان بیکاری در یک کشور بالا باشد، سطح عمومی دستمزدها پایین خواهد. هم‌چنین بر بنیاد پیشگویی بانک جهانی تا سال ۲۰۱۹ سطح عمومی حقوق و دستمزدها کاهش را نشان می‌دهد.

کاهش حقوق و دستمزد							
سال	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
درصدی	۴.۲	۴.۶	۴.۵	۴.۳	۴.۲	۴.۲	۴.۱

منبع: (جویا، محمد عمر و دیگران، ۱۳۹۵: ۴۱).

ب. موقعیت ژئوپلیتیک و قرار گرفتن در شاهراه ارتباطی آسیای جنوبی، خاورمیانه و آسیای مرکزی، ذخایر عظیم زیرزمینی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری: بر بنیاد طرحی از سوی وزارت مالیه افغانستان مبنی بر این که آن عده سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی که بیش تر از یک میلیون دلار سرمایه‌گذاری کنند، برای مدت ۱۰ سال از پرداخت مالیه معاف خواهند شد که این خود می‌تواند موجب جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی گردیده که سبب کاهش تمام‌شد فرآورده‌های سرمایه‌گذاری گردیده و بر سطح عمومی قیمت‌ها کارساز خواهد بود. هم‌چنین نقطه قوت دیگر آن این است که جواز سرمایه‌گذاری در افغانستان در مدت ۲ ساعت انجام می‌شود (آیسا، ۲۰۱۳: ۲۶-۲۸).

ج. بازار جدید و کم‌رقابت: بازارهای افغانستان بدون در نظر گرفتن پرمسمن امنیت، از دیگر

شاخص‌های گیرای سرمایه‌گذاری برخوردار است؛ از جمله موجودیت جمعیت جوان با قابلیت مصرف فراوان، نویابودن صنایع و خدمات، تفکیک‌نشدن بازارها، وجود منابع فراوان کانی و نرخ تعرفه‌های پایین مهم‌ترین شاخصه‌های آن است. با توجه به فرصت‌ها، چالش‌ها، نقاط قوت و نقاط ضعفی که در بالا شمرده شد، می‌پردازیم به ترسیم ماتریس SWOT.

محیط بیرونی	محیط درونی
فرصت‌ها	قوت‌ها
O1. آزادسازی تجاری. O2. کشش سرمایه‌گذاری‌های بیرونی. O3. افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی. O4. حل و فصل اختلافات تجاری افغانستان.	S1. نسل جوان و نیروی کار ارزان. S2. بازار جدید و کم‌رقابت در افغانستان. S3. موقعیت ژئوپلیتیک خوب و قرارگرفتن در شاهراه ارتباطی آسیای جنوبی، خاورمیانه و آسیای مرکزی. S4. موجودیت ذخایر عظیم زیرزمینی. S5. شرایط متنوع آب و هوایی و جغرافیایی.
چالش‌ها (تهدیدات)	ضعف‌ها
T1. افزایش واردات و وابستگی افغانستان به واردات. T2. کاهش درآمدهای دولتی. T3. افزایش بیکاری. T4. تهدید صنایع درونی. T5. راه‌یابی کالاهای فرهنگی بیگانه.	W1. موجودیت فساد اداری و مالی در ادارات دولتی به‌ویژه گمرکات افغانستان. W2. دسترسی ناپسندۀ سرمایه‌گذاران به امکانات و زیربنایها. W3. نبود دسترسی به وام و اعتبارات. W4. غیررقابتی بودن تولیدات درونی. W5. دسترسی کرانمند به کارگران ماهر.

تاسیس ۱۳۹۴

۷. راهبردهای برآمده از تحلیل SWOT

حال با توجه به ساختار ماتریس SWOT می‌توان برای هر یک از نکته‌های فوق در تقابل با نکته‌های دیگر راهبردهای ویژه را تعریف نمود.

۷-۱. راهبرد تهاجمی یا پیشینه - پیشینه

الف. با توجه به این‌که اقتصاد افغانستان به کشاورزی وابسته است و این نیاز در دهه‌های آینده نیز ادامه خواهد داشت؛ لذا همه صنایع که به نحوی به این بخش ارتباط داشته باشند، مثل فرآوری، بسته‌بندی و صنایع جایگزین، از سوی دولت پشتیبانی و تقویت گردد. از سوی دیگر، دام‌پروری نیز در افغانستان از رونق پسندیده‌ای برخوردار است؛ از این رو، دام‌پروری‌های صنعتی،

کشترگاه، سردخانه و صنایع جایگزین پسندیده ارزیابی و راه‌اندازی گردد.

ب. شمار بیش‌تر از اتباع کشور با استفاده از اسناد غیرقانونی جهت کار به کشورهای بیرونی رهسپار می‌شوند؛ بناءً بهتر است وزارت کار و امور اجتماعی با کشورهای بیرونی با امضای توافق‌نامه‌ای، اقامت و فرستادن کارگران را با استفاده از گذرنامه افغانی قانونی سازند. هم‌چنین گشایش مراکز گوناگون تربیت اشتغال کارگران از سوی وزارت کار و امور اجتماعی سبب کاهش مشکلات بیکاری خواهد شد. وزارت کار و امور اجتماعی با استفاده از تجارب کشورهای جهان، بسته‌های آموزشی پیشه‌هایی که با سرمایه‌گذاری کوچک سبب خودکفایی کارگران و خانواده‌ها می‌گردد، آماده و نشر کند.

۲-۷. راهبرد پیشینه - کمیته

الف. فراهم آوردن زیرساخت‌های مخابراتی، حمل‌ونقل، خیابان‌ها، راه‌های آهن، بندرهای مجهز، پارک‌های صنعتی، آب و روشنایی و دیگر ملزومات از وظایف دولت‌ها بوده و در اولویت برنامه‌های دولتی قرار گیرد. گشایش پارک‌های صنعتی و مراکز ویژه اقتصادی باید جزو بودجه دولت و جوامع حمایت‌کننده قرار گیرد. پشتیبانی راستین و جدی دولت از سرمایه‌گذاران و مولدین به‌منظور پایین آوردن هزینه‌های تولید و رقابتی کردن تولیدات درونی، پیش‌گیری از قاچاق کالاها، پرداختن به مشکلات مانند سیاست‌های ضد بازارشکنی برخی از کشورها، پیگیری و تطبیق معیاری‌سازی کیفیت تولیدات داخلی و وارداتی، بالابردن ظرفیت بخش خصوصی در پهنه تولید، مدیریت سالم کسب‌وکار و پذیرفتن مسئولیت‌های اجتماعی جزو مهم‌ترین برنامه‌های مهم اقتصادی دولت قرار بگیرند.

ب. فساد در کشور که مانع بزرگ بر سر راه سرمایه‌گذاری است، با تطبیق و گردآوری قوانین پسندیده و سیاست‌های اقتصادی خوب چشم‌انداز گیرایی را برای توسعه سرمایه‌گذاری در بخش‌های گوناگون رقم خواهد زد. برای پیش‌گیری از فساد، به‌ویژه در گمرکات و دیگر نهادها، می‌توان به این نکته‌های زیر متوسل شد. قانون مالیات بر عایدات، قانون گمرکات، قانون شهرداری‌ها، قانون معادن و دیگر آیین‌نامه‌ها و طرز‌العمل‌های آن‌ها بازنگری و اصلاح گردد. شیوه گردآوری درآمدها باید بر بنیاد معیارهای پذیرفته‌شده جهانی صورت گیرد و جلوگیری از ارتباط مستقیم سرمایه‌گذاران بیرونی و درونی با کارمندان دولتی گرفته شود. هم‌چنین گمرکات باید

مطابق معیارهای جهانی مجهز و عیار شود.

۷-۳. راهبرد بازنگری یا کمیته - بیشینه

فرهنگ استفاده از خدمات بیمه در افغانستان اندک است و به علت عدم توسعه صنعت بیمه در این کشور، از ۱۶۷ نوع خدمات بیمه در بازارهای جهانی، تنها از چهارگونه آن در افغانستان استفاده می‌شود. این چهارگونه خدمات شامل بیمه کالاهای تجاری، موتو، بهداشت و سانحه است. به‌رغم گسترش اندک این صنعت، سرمایه‌گذاری بیمه در افغانستان نزدیک به ۳۰۰ میلیون دلار است که آمار پائینی را نشان می‌دهد. تنها دو شرکت فعال بیمه در افغانستان وجود دارد. شرکت‌های بیمه برای سرآغاز فعالیت، ملزم به سپردن تعهد دو میلیون دلار نزد بانک‌های افغانستان هستند. قانون بیمه در افغانستان در سال ۲۰۰۶ تعدیل و اصلاح و پس از آن سازمان بیمه در وزارت دارایی تشکیل شد. هدف از گشایش سازمان بیمه در وزارت دارایی، جلب سرمایه‌گذاری درونی و بیرونی در حوزه بیمه و بازرسی بر کارکرد شرکت‌های بیمه است. دولت می‌تواند در این زمینه توجه شرکت‌های بیمه بین‌المللی را برای سرمایه‌گذاری در افغانستان جلب نموده و موجب آسایش بیش‌تر جامعه گردد.

۷-۴. راهبرد تدافعی یا کمیته - کمینه

برای افزایش درآمد دولت و فساد که نقطه ضعف مهم شمرده می‌شود، در گمرکات و برای پیش‌گیری از برون‌رفت غیرقانونی و بدون پرداخت دارایی‌ها، طبق آزمون کشورهای جهان مراتب زیر اجرایی و پاسداشت گردد.

الف. کارکنان گمرکات با دقت بیش‌تر از جمله افراد شایسته، درست‌کار و تحصیل‌کرده به کار گماریده شوند. امتیازات و حقوق کارکنان گمرکات باید بسنده و متناسب به ضروریات‌شان گزینش و پرداخت شود تا در این صورت از سازش و فساد کارمندان با بازرگانان پیش‌گیری به عمل آید. ادارات بازرسی و بازرسی بر کارکنان و برون‌رفت کالاها از گمرکات و مرزهای کشور را بیش‌تر سازند. دروازه‌های دخولی و خروجی گمرکات مانند دیگر کشورها اتومات و با سیستم الکترونیکی وصل گردد تا از باز شدن دروازه‌ها در اوقات غیررسمی و در حالات غیرضروری به‌خاطر ورود و برون‌رفت غیرقانونی کالاها، پیش‌گیری گردد.

نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد تا بررسی فرصت‌ها و چالش‌های عضویت افغانستان در سازمان تجارت جهانی مورد واکاوی قرار گیرد. برای دستیابی به این مهم، بر مبنای رویکرد نظری این پژوهش (مدل SWOT)، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عضویت این کشور در سازمان تجارت جهانی دربرگیرنده مجموعه‌ای از فرصت‌هایی؛ چون آزادسازی تجاری، جذب سرمایه‌گذاری‌های بیرونی، افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی و حل و فصل سریع اختلافات از سوی ارکان‌های سازمان تجارت جهانی می‌گردد. با توجه به این‌که هدف مهم سازمان تجارت جهانی حذف موانع تجاری است، تجارت آزاد در چارچوب سازمان تجارت جهانی سبب دسترسی به طیفی از کالاها با قیمت‌های پایین‌تر و کاهش دادن هزینه‌های تولید در افغانستان می‌گردد. هم‌چنین موجب هم‌آوردی بیش‌تر اقتصاد درونی با بنگاه‌های بیرونی گردیده که خود نیز ممکن است به بهبود کارایی تولید درونی بیانجامد. به سبب این‌که آزادسازی تجاری صادرات داخلی را تشویق می‌کند، زمینه افزایش سهم افغانستان در بازارهای جهانی را نیز مهیا می‌کند.

در گام بعدی، تلاش گردید تا بر مبنای چارچوب نظری پژوهش، چالش‌های عضویت افغانستان در سازمان بازرگانی جهانی مورد بررسی قرار گیرد و بر آن اساس و با توجه به نقطه ضعف‌ها و قوت‌هایی که در ساختار اقتصادی افغانستان وجود دارد، راهبردهایی طرح گردیده است. با توجه به حذف موانع تجاری این کشور از عضویت خود در سازمان بازرگانی جهانی، چالش‌هایی؛ هم‌چون افزایش واردات کالاها، تهدید فرهنگ بومی افغانی، کاهش درآمدهای دولتی، افزایش بیکاری و تهدید صنایع داخلی را تجربه خواهد کرد.

منابع

الف. فارسی

۱. Global witness (۲۰۱۲)، آیا قرارداد مس عینک مبنای مطلوب را برای آینده افغانستان فراهم می‌سازد؟ گزارش تحلیلی.
۲. ابریشمی، حمید، محسن مهرآرا و رضا محسنی (۱۳۸۴)، تأثیر آزادسازی تجاری بر تراز تجاری و حساب‌جاری تراز پرداخت‌ها (یک تجزیه و تحلیل اقتصادسنجی)، مجله دانش و توسعه (علمی-پژوهشی)، شماره ۱۷.

۳. استیگلیتز، جوزف ای و اندرو چارلتون (۱۳۸۷)، تجارت منصفانه برای همه، برگردان: مسعود کرباسیان، تهران، نشر چشمه.
۴. اسلم‌پور، مرتضی (۲۰۱۲)، ارزیابی زنجیره ارزش انگور، وزارت کشاورزی، آبیاری و مالداري افغانستان، گزارش تحلیلی.
۵. امیدبخش، اسفندیار و دیگران (۱۳۸۵)، سازمان جهانی تجارت ساختار، قواعد و موافقت‌نامه‌ها «مجموعه آموزشی»، تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۶. امینی، علیرضا و سلاله مرادزاده (۱۳۹۴)، تحلیل تأثیر آزادسازی تجاری بر نرخ بیکاری: مطالعه موردی کشورهای منتخب در حال توسعه، فصلنامه علوم اقتصادی، سال ۹، شماره ۳۱.
۷. ایران‌زاده، سلیمان و علی محمدپور (۱۳۸۸)، فرصت‌ها و تهدیدهای پیوستن ایران به سازمان بازرگانی جهانی بر صادرات فراورده‌های صنایع نساجی، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۲۴، شماره ۳ و ۴.
۸. آیسا (۲۰۱۳)، روند سرمایه‌گذاری در افغانستان: چالش‌ها و مشوق‌ها، گزارش تحلیلی، کابل، ۲۰۱۳.
۹. بانک جهانی (۱۳۹۰)، درک جندر (جنسیت اجتماعی) در زنجیره ارزش زراعتی: در خصوص انگور، کشمش، بادام و زعفران در افغانستان، شماره گزارش ۶۲۳۲۳.
۱۰. بختیاری، صادق و بهنام سالم (۱۳۸۷)، آزادسازی بازرگانی در بخش کشاورزی و اثر آن بر رفاه اقتصادی، شماره ۲۵۴ - ۲۵۳.
۱۱. بخش اطلاعات و روابط رسانه سازمان تجارت جهانی (۱۳۸۱)، تجارت در آینده: درآمدی بر سازمان تجارت جهانی، برگردان: محمدجواد ایروانی، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۲. بزرگی، وحید (۱۳۸۹)، درآمدی بر سازمان تجارت جهانی و الحاق ایران، تهران، نشر قومس.
۱۳. بی بی سی فارسی (۱۳۹۵/۹/۱۵)، شبکه خط آهن افغانستان تا سال ۲۰۳۰ تکمیل خواهد شد، قابل دسترس در: <http://www.bbc.com/persian/afghanistan-38209506>
۱۴. پاکدامنی، رضا (۱۳۷۹)، رفتار ویژه با کشورهای در حال توسعه در نظام حقوقی سازمان جهانی تجارت (WTO)، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۱۵. پناهنده، سید بهرام (۱۳۹۰)، طرق رفع منازعات تجاری در نظام WTO، تهران، انتشارات خرسندی.
۱۶. جويا، محمدعمر؛ نصیف، کلودیا؛ فراهی، امان؛ هاک، توبایس (۲۰۱۶)، گزارش اقتصادی افغانستان، شماره جلد ۱، شماره گزارش ۱۰۴۸۷۱.
۱۷. جويا، محمدعمر؛ هاک، توبایس؛ نصیف، کلودیا؛ فراهی، محمد امان (۲۰۱۶)، گزارش اقتصادی افغانستان، شماره جلد ۱، شماره گزارش ۱۰۹۸۹۰.
۱۸. رحیمی، محمد عیسی (۱۳۹۳)، تکثر رسانه‌ها و تأثیر آن بر فرهنگ آینده افغانستان، پژوهش‌های منطقه‌ای، سال ۲، شماره ۱۲.
۱۹. سروی‌مقدم، مصطفی (۱۳۸۹)، مقایسه جایگاه دادگاه و داوری، مجله آموزه‌های حقوقی، دانشگاه علوم اسلامی، شماره ۱۳.
۲۰. شیرکوند، سعید (۱۳۷۹)، پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی الزامات، پیامدها و راه‌کارهای عملی، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۵۱.
۲۱. طوطاخیل، احمدراشد (۱۳۹۳)، راهکارهای علمی مبارزه با فساد اداری در افغانستان (مشکلات و

راه‌حل‌ها)، کابل، انتشارات سعید.

۲۲. کلانتری، نورالدین (۱۳۸۸)، موانع و آثار پیوستن ایران به سازمان بازرگانی جهانی بر صنعت گاز کشور، مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ۲۴، شماره ۳ و ۴.
۲۳. کمپجانی، اکبر (۱۳۷۴)، تحلیلی پیرامون تجارت، تجربه عملی پیوستن برخی از کشورها به گات و آثار اقتصادی الحاق ایران، تهران، معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی.
۲۴. مصطفوی، سید محمدحسن (۱۳۹۰)، جهانی‌شدن و فرهنگ با نگاهی به اثرات آن بر جوانان ایران اسلامی، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال ۵، شماره ۵۳ و ۵۴.
۲۵. مهرآرا، محسن و سجاد برخورداری (۱۳۸۶)، بررسی آثار کاهش تعرفه از راه الحاق ایران به WTO و بر بخش‌های اقتصادی در قالب مدل تعادل عمومی قابل محاسبه (CGE/AGE)، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۸۰.
۲۶. موحد، محمود (۱۳۸۷)، نظام رسیدگی و حل و فصل اختلافات در سازمان تجارت جهانی، فصلنامه پژوهشی، آموزشی، اطلاع‌رسانی گواه، شماره دوازدهم.
۲۷. نجفی، محمدعلی؛ اسماعیل عبداللهی؛ کوروش فرهادی و مسلم حیدری (۱۳۸۹)، چشم‌انداز توسعه روابط اقتصادی ایران و افغانستان (سرمایه‌گذاری و توسعه روابط تجاری)، تهران، اندیشه‌سازان نور.
۲۸. واحد پژوهش و ارزیابی افغانستان (۱۳۸۷)، از الف تا یا: کتاب رهنما برای کمک به افغانستان، برگردان: واحد پژوهش و ارزیابی افغانستان، شماره ششم، کابل.
۲۹. وزارت کشاورزی، آبیاری و مالداری (۱۳۹۲)، شرح مختصری از بازار: بادم نظری بر رشد صادرات، نشریه پیوند، شماره سوم.
۳۰. وزارت مالیه (۱۳۹۵)، سال مالی ۱۳۹۶ مسوده بودجه ملی جمهوری اسلامی افغانستان، کابل.

ب. لاتین

1. Export promotion agency for Afghanistan, (2014), Afghan almond- cost competitive analysis, report, retrieved from: <http://www.epaa.org.af/pdf/AfghanAlmondCostCompetitiveAnalysis2014.09.pdf>.
2. Kahraman, cegiz, cetin Demirel, Nihan, Demirel, Tufan (2007), prioritization of e-Government strategies using a SWOT- AHP analysis: the case of Turkey, European journal of Information systems, Volume 16.
3. Afghanistan and the WTO: (2016). Retrieved from: https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/afghanistan_e.htm
4. World data atlas (Afghanistan), retrieved from: <https://knoema.com/atlas/Afghanistan>.
5. www.tradingeconomics.com: Afghanistan economic indicators, Retrieved from: <http://www.tradingeconomics.com/afghanistan/indicators>.
6. Alshomrani, saleh, Qamar, shahzad (2012), Hybrid SWOT- AHP Analysis of Saudi Arabia E-Government, International Journal of Computer Applications, Volume 48, issue, 2.