



وزارت تجارت و صنایع

پلان استراتژیک

1390 - 1394

2011 - 2015

میزان 1390

پیام وزیر تجارت و صنایع

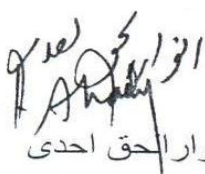
افغانستان بعد از سقوط رژیم طالبان در ساحات مختلف به پیشرفت های چشمگیر نائل گردیده است. این پیشرفت ها ناشی از عوامل متعدد چون کمک و همکاری جامعه بین المللی و بازگشت افغانها میباشد، که این پروسه رو به کاهش است. ما همه خواهان یک افغانستان کامگار، باسعادت و دارای آینده درخشان هستیم، پس لازم است تا منابع بدیل این کمک هارا برای رشد و انکشاف اقتصادی کشور جستجو نمائیم. این پلان مسیر را برای بدست آوردن هدف مذکور بشمول اقدامات غرض بهبود فضای مساعد برای تثبیت، قراردادن افغانستان در مسیر اقتصادی صادرات، تمرکز جهت حصول اطمینان از اینکه بازار ها برای همه گان فعالیت مینمایند و اتخاذ اقدامات برای اطمینان از اینکه مستهلکین از تولیدات فریبده و فعالیت های نامناسب در امان اند، تثبیت مینماید.

پلان استراتژیک مسیرکاری اساسی را برای وزارت تجارت و صنایع طی چهار سال آینده تعیین نموده که به اساس آن این وزارت همکاری لازم را در قسمت انکشاف سکتور خصوصی فراهم میسازد. یکی از چالش ها و مشکلات که در برابر وزارت تجارت و صنایع قرار دارد اینست که آیا این وزارت ظرفیت کاری لازم را جهت تطبیق پلان استراتژیکی دارد یاخیر. از اینرو این پلان چگونگی این موضوع را بیان داشته و آنرا امر اساسی میداند. یقیناً وزارت تجارت و صنایع بدون همکاری و اقدامات همزمان شرکای خویش مانند تمویل کننده گان و بخش سکتور خصوصی قادر به تطبیق پلان استراتژیکی خویش نخواهد بود. از اینرو وزارت تجارت و صنایع از سکتور خصوصی میخواهد تا در قسمت تطبیق این پلان همکاری نموده و از کمپنی های مختلف تقاضا داریم تا با دولت فعالانه همکاری نموده و جهت نیل به اهداف این پلان استراتژیک یکجا کار و فعالیت نمایند.

فعالیت ها و اقدامات بیشتر در رابطه به اینکه افغانستان به یک محل بهتر غرض پیشبرد تجارت مبدل گردد، صورت گرفته، اما هنوز هم ما در یک مسیر طولانی قرار داریم تا یک فضای مساعد فوق العاده را برای تثبیت در افغانستان، ایجاد نمائیم. این موضوع روشن است که یک سیستم محکمه موثر و کارا برای حصول اطمینان از ادغام معاملات تجارتی یک امر مهم و حتمی میباشد. درک مینمایم که وضعیت امنیتی مسلط در کشور تشبثات را متأثر ساخته و قدرت ناکافی مشکل جدی در عرصه انکشاف صنایع میباشد؛ متشبثین از پرداخت های غیر قانونی که آنها باید هنگام انتقال اموال خویش بپردازند، شکایت مینمایند که این امر خیلی رنج آور است؛ بیشتر تشبثات به امکانات و تسهیلات قرضه های نورمال دسترسی ندارند و اخذ قبالة و سند ملکیت زمین مشکل است و میدانم که نیروی کاری با مهارت و مسلکی در کشور های همسایه نسبت به افغانستان به آسانی قابل دسترس است.

نیاز است تا به این تصویر خیره به نظر مثبت و روشن تر جهت تجارت در افغانستان دیده شود. افغانستان هنوز هم یک کشور دارای فرصت های تجارتی برای متشبثین میباشد؛ معتقد هستم که با وجود پذیرش بزرگترین خطرات، عواید و فواید در افغانستان نسبت به سایر نقاط جهان بیشتر بوده و تنها چند کشور محدود میتواند با فرصت های موجوده در افغانستان برابری نماید. از سنگ های قیمتی شروع تا به هوانوردی، از سنگ های مرمر تا به ساخت پکه ها و ماشین های کالا شویی – کشور چین از جمله کشور هایست که میتواند با افغانستان برابری نماید – اما بخش های زعفران، آهن، کشمیره و قالین از جمله ساحات اند که افغانستان در آن دارای فرصت های بهتر تجارتی میباشد. بعد از پدید آمدن پیشرفت و انکشاف در عرصه ساختارهای زیربنائی، توسعه در سکتورهای تشبثات کوچک و متوسط و پروژه های استخراج هایدروکاربن و آغاز فعالیت ها و برنامه های بزرگ استخراج معادن، فرصت ها و همچنان موفقیت بیشتر واضح میگردد. این استراتژی یک مسیر را برای ما تعیین مینماید تا این پوتانسیل بزرگ را درک و شناسائی نمائیم. یگانه دلیل و فکتور اساسی جهت نایل شدن به موفقیت، اجرای فعالیت های کاری و همکاری لازم به اساس یک دیدگاه مشترک و روشن میباشد.

بلاخره پلان استراتژیک وزارت اهمیت تشویق و ترغیب بیشتر تاجران و سرمایه گذاران افغان را بیان میدارد. این امر مهم و اساسی در قسمت ایجاد مارکیت اقتصادی به نفع افغان ها محسوب میگردد. این استراتژی مسیر را برای رشد وسیع تر شناسائی نموده و تأیید میدارد که بحث و گفتگو با مردم نماینده های منتخب آنها در مورد اینکه چگونه و چرا یک سیستم اقتصاد که از جانب سکتور خصوصی رهبری میگردد، یک امر ضروری و بهترین شیوه برای انکشاف افغانستان میباشد.


دوکتور انوار الحق احدی
وزیر تجارت و صنایع

محتویات

.....2	پیام وزیر تجارت و صنایع
.....4	مقدمه
.....4	هدف
.....4	فشرده پلان استراتژیک وزارت
.....5	بخش اول: مسیر
.....5	1.1 راهبرد دولت جمهوری اسلامی افغانستان
.....5	1.2 دیده گاه و ماموریت وزارت تجارت و صنایع
.....5	1.3 خلاصه اهداف استراتژیک
.....6	بخش دوم: تحلیل وضعیت
.....6	2.1 محیط خارجی – تحلیل وضعیت اقتصادی افغانستان
.....8	2.2 محیط داخلی: تحلیل وضعیت وزارت تجارت و صنایع
.....9	امور اداری
.....9	2.3 ارزیابی وزارت: تحلیل نکات قوت و ضعف، فرصت ها و خطرات (SWOT)
.....12	2.4 همکاران کلیدی
.....13	بخش سوم: اهداف استراتژیکی
.....13	3.1 اهداف غرض انکشاف سیستم اقتصاد افغانستان
.....13	هدف استراتژیک اول: بهبود محیط و فضای مساعد برای تجارت و تشبث و ارتقاء جایگاه افغانستان در شاخص های تجارت یا DBI
.....14	هدف استراتژیک دوم: بهبود رقابت بین المللی و افزایش تجارت
.....16	هدف استراتژیک سوم: صنعتی ساختن افغانستان ذریعه تعویض واردات با تولیدات داخلی
.....17	هدف استراتژیک چهارم: اطمینان از فعالیت عادلانه و مساویانه سکتور خصوصی
.....18	هدف استراتژیک پنجم: رشد بمنظور کاهش فقر
.....20	هدف استراتژیک ششم: انکشاف اقتصاد بازار و بلندبردن سطح آگاهی در مورد چگونگی فعالیت آن
.....21	هدف حمایتی
.....21	هدف استراتژیک هفتم: وزارت تجارت و صنایع ظرفیت کاری لازم را جهت پیشبرد نقش خویش دارد
.....23	4.1 شاخص های کلیدی اجرات برای اهداف استراتژیک وزارت تجارت و صنایع جهت انکشاف اقتصاد افغانستان
.....25	4.2 شاخص های کلیدی اجرات برای هدف حمایتی وزارت تجارت و صنایع

مقدمه

هدف

این پلان استراتژیک دیدگاه کلی، اهداف اساسی و برنامه های استراتژیک وزارت تجارت و صنایع را طی چهار سال آینده (میزان 1390 الی میزان 1394) شرح میدارد. اهداف و برنامه های استراتژیک مشخص شده این استراتژی در مطابقت با اوضاع و شرایط فعلی و دیدگاه آینده سیستم اقتصاد افغانستان تحت تحلیل و ارزیابی قرار گرفته است.

پلان استراتژیک نسبت به اهداف انفرادی ریاست ها و یا آمریت ها بیشتر روی اهداف کلی وزارت تجارت و صنایع تمرکز دارد. فعالیت ها و مسوولیت های تمام ریاست ها و آمریت های وزارت با جزئیات و معلومات بیشتر در پلان کاری سالانه وزارت تجارت و صنایع و پلان کاری سالانه ریاست ها و آمریت ها درج و ارایه گردیده است.

فشرده پلان استراتژیک وزارت

بخش های اساسی پلان استراتژیک قرار ذیل اند:

- **بخش اول:** در این بخش مسیر کاری، دیدگاه و مأموریت وزارت تجارت و صنایع و همچنان خلاصه اهداف استراتژیک بیان گردیده است.
- **بخش دوم:** در این بخش فکتور های محیط خارجی و داخلی که روی توانایی وزارت تجارت و صنایع در قسمت حصول دیدگاه آن تاثیر مینمایند، شرح یافته است.
- **بخش سوم:** در این بخش هفت هدف استراتژیک با برنامه های استراتژیک آن بیان گردیده است.
- **بخش چهارم:** در این بخش چارچوب نظارت و ارزیابی بمنظور رهنمائی و نظارت از تطبیق پلان استراتژیک بیان گردیده است.

بخش اول: مسیر

1.1 راهبرد دولت جمهوری اسلامی افغانستان

قانون اساسی دولت جمهوری اسلامی افغانستان و استراتژی انکشاف ملی افغانستان مسیر واضح را برای سیستم اقتصادی افغانستان تصریح مینمایند:

ماده 10 قانون اساسی افغانستان

"دولت جمهوری اسلامی افغانستان سرمایه گذاری تشبثات و سکتور خصوصی را به اساس اقتصاد مارکیت تشویق و حمایت مینماید و مطابق به احکام قانون از آن پشتیبانی بعمل میآورد."

استراتژی انکشاف ملی افغانستان

"افغانستان بر بنیاد یک اقتصاد بازار قوی به رهبری سکتور خصوصی، تساوی اجتماعی و ثبات محیطی یک جامعه مملو از امید و خوشبختی خواهد بود."¹

1.2 دیده گاه و ماموریت وزارت تجارت و صنایع

دیدگاه و ماموریت وزارت تجارت و صنایع اهداف قانون اساسی افغانستان و استراتژی انکشاف ملی افغانستان را ذیل انعکاس میدهد:

دیدگاه: وزارت تجارت و صنایع خواهان یک نظام اقتصاد بازار در افغانستان میباشد که از نظر اجتماعی مسئولیت پذیر بوده و در آن رشد پایدار و متوازن اقتصادی توسط سکتور خصوصی رهبری گردیده و باعث افزایش زمینه اشتغال، بهبود و ارتقاء سطح زندگی مردم و کاهش فقر در کشور گردد، و رقابت در بازار به هدف منافع مستهلکین بوده تا ایشان از تولیدات و خدمات تحت استندرد و فعالیتهای ضد رقابتی در امان باشند.

ماموریت: انکشاف اقتصادی کشور از طریق طرح و ترتیب پالیسی ها و مقررات مناسب و فراهم آوری تسهیلات برای تولیدات و تجارت سکتور خصوصی

1.3 خلاصه اهداف استراتژیک

منحیث مقصد اساسی پلان استراتژیک، وزارت تجارت و صنایع هفت هدف ذیل را غرض انکشاف اقتصاد افغانستان شناسائی نموده است:

1. بهبود محیط و فضای مساعد برای تجارت و تشبث و ارتقای جایگاه افغانستان در شاخص های تجارت یا DBI²
 2. بهبود رقابت بین المللی و افزایش تجارت
 3. صنعتی ساختن افغانستان ذریعه تعویض واردات با تولیدات داخلی
 4. اطمینان از فعالیت عادلانه و مساویانه سکتور خصوصی؛
 5. رشد بمنظور کاهش فقر
 6. انکشاف اقتصاد بازار و بلند بردن سطح آگاهی در مورد چگونگی فعالیت آن
 7. وزارت یک هدف استراتژیک حمایوی هفتم را نیز شناسائی نموده است:
7. اطمینان از اینکه وزارت تجارت و صنایع ظرفیت کاری لازم را جهت پیشبرد نقش خویش دارد

¹ استراتژی انکشاف ملی افغانستان، استراتژی سکتور خصوصی، 2007

²²² Doing Business Indicators (شاخص های تجارت کردن)

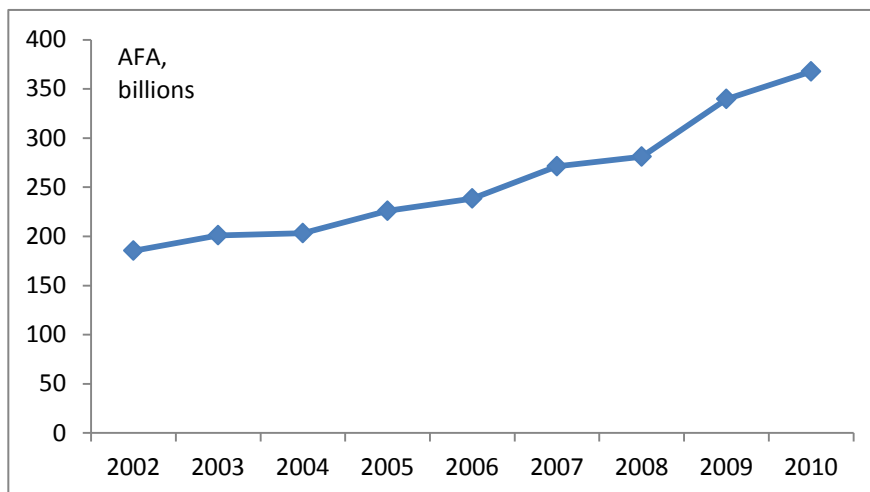
بخش دوم: تحلیل وضعیت

این بخش محیط فعلی وزارت تجارت و صنایع را که شامل فکتور های داخلی و خارجی میباشد، بیان میدارد.

2.1 محیط خارجی – تحلیل وضعیت اقتصادی افغانستان

افغانستان از سال 2001 بدینسو اقتصاد بازار را منحنیث سیستم اقتصادی خویش قبول نموده و دولت جمهوری اسلامی افغانستان یک رژیم تجارتی آزاد و موقف حامی سکتور خصوصی را اختیار نموده است. در چنین نوع محیط اقتصاد کشور تقریباً سالانه 10% رشد مینماید³، گرچه این رشد در سال 2008 میلادی به 3.6% کاهش را نشان میدهد⁴.

شکل 1: عاید تولیدات ناخالص افغانستان به افغانی⁵



این رشد بیشتر متکی به کمک ها، سرمایه گذاری افغانهای بازگشته به کشور و رسیدن به سطح رشد مورد نظر در ساحات چون مخابرات و پروژه های اقتصادی آیساف میباشد که منبعاً آنها کاهش میابد. در صورت کاهش این فکتورها، سکتور خصوصی افغانستان باید بصورت سریع توسعه یابد تا از این طریق فرصتهای اشتغال که افغانستان جهت تامین ثبات و خوشبختی درازمدت نیاز دارد، ایجاد گردد.

در حال حاضر با وجود انکشافات اساسی اخیر در سکتور صنایع، بیشتر افغانها متکی به فعالیتهای زراعتی کوچک بوده و معیشت خویش را از این طریق حاصل مینمایند. ضمناً در حدود 90 فیصد رشد تولیدات ناخالص ملی بین سال های 2003 الی 2009 از چهار سکتور بزرگ ذیل که عمدتاً در شهرها فعالیت دارند، حاصل گردیده است: ترانسپورت و ارتباطات؛ ساختمان؛ خدمات دولتی، و تولیدات⁶.

فراتر از زراعت، سکتور خصوصی بصورت کلی متشکل از تصدی های خورد و کوچک غیر رسمی که بیشتر آنها در تجارت و خدمات ابتدائی مشغول اند و توسط فامیل ها اداره میگردند، میباشد. در افغانستان تعداد اندک تصدی های متوسط وجود داشته و شمار شرکت های بزرگ محدود است. سکتور تولیداتی کوچک بوده و بیشتر مولدین به استثنای یکتعداد کمپنی های پروسس محصولات زراعتی متباقی آنها مواد خام خویش را از منابع خارجی تامین مینمایند. تشبثات بزرگ یک بخش کوچک سکتور خصوصی افغانستان را تشکیل میدهد. شرکت های بزرگ در بخش بوتل سازی، مخابرات، خطوط هوایی، ساختمانی، تورید و ترانسپورت و لجستیک فعالیت دارند.

صادرات باآنکه بطور قابل ملاحظه در حال رشد اند، از یک مقطه بسیار کوچک آغاز نموده اند.

³ وزارت تجارت و صنایع، استراتیژی تشبثات کوچک و متوسط

⁴ IMF World Economic Outlook Database، اپریل 2009 ((Real)) رشد افزایش ارزش را در تمام خدمات و اجناس که در داخل یک کشور طی پنج سال مورد نظر تولید گردیده، نشان میدهد – به عهده نگرفتن تساوای توانائی خرید و به عهده نگرفتن تورم.

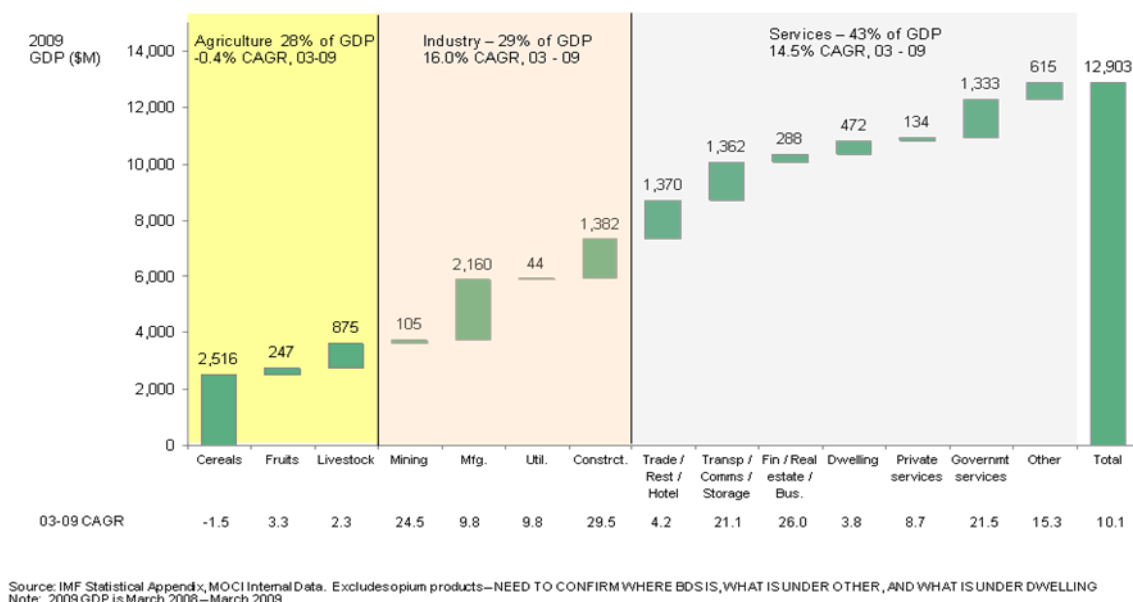
⁵ بخش احصائی ملی المتحد، 1995 – 2008، معلومات حدید نومبر 2009

⁶ وزارت تجارت و صنایع، استراتیژی انکشاف تشبثات کوچک و متوسط، DAI، نومبر 2009

موقعیت استراتژیک افغانستان، منابع سرشار طبیعی و موجودیت نفوس تجارت پیشه فرصت مناسب را جهت مبدل ساختن افغانستان به یک کشور با ثبات و با اقتصاد قوی تامین مینماید. اقتصاد کشور در حالت تغییر قرار داشته و باعث افزایش ارزش در داخل کشور میگردد. در افغانستان متشبهین با مسایل غیرعادی ذیل مواجه گردیده اند و توانسته اند بالای آنها موفقیت حاصل نمایند:

- سکتور تولیدی صنایع خفیفه تنوع مهم و اساسی که شامل بسته بندی موتر سایکل ها و ماشین های کالا شویی میباشد، نشان میدهد.
 - در افغانستان متشبهین خارجی و داخلی علاقه مند هستند تا در قسمت انکشاف منابع طبیعی و معادن این کشور خاصاً معادن آهن و مس سرمایه گذاری نمایند.
 - افغانستان دارای عالترین کیفیت سنگ مرمر در جهان میباشد. پیشرفت و کارهای اساسی در عرصه معرفی سیستم جدید و موثر قطع کاری و پروسس مواد صورت گرفته و صادرات سنگ مرمر در حال افزایش است.
- رشد و انکشاف فعالیت های خصوصی، فراهم سازی فرصت های اقتصادی، حمایت از حقوق سرمایه گذاران و مستهلکین و حاکمیت اقتصادی بهتر در قسمت مبدل ساختن سکتور خصوصی به عامل رشد مساویانه مهم و حیاتی بوده که به نوبه خود برای خوشبختی افغانستان خیلی مهم میباشد.
- بصورت کلی دانستن اینکه خصوصیات سیستم اقتصاد در حال تغییر قرار دارد، مهم است. در حال حاضر افغانستان از یک اقتصاد زراعتی مسلط به یک اقتصاد که خدمات و تولیدات آن قسمت اعظم تولیدات ناخالص داخلی را تشکیل میدهد، انتقال مینماید.

عاید تولیدات ناخالص افغانستان به اساس سکتور (2009)⁷



همچنان باد خاطر نشان ساخت که وضعیت نفوس افغانستان نیز از اهمیت برخوردار میباشد. 46 فیصد نفوس کشور پائینتر از سن 15 سال قرار داشته و رقم تولد نوزاد زنده برای هم خانم 6.6 نوزاد بین سال های 2005 الی 2010 تخمین گردیده که در نظر داشت این وضعیت که نیاز به منابع بشری بیشتر دارند، یک چالش را در برابر اقتصاد آینده افغانستان در میان مدت و طویل المدت نشان میدهد.

⁷ نظریه ارقام ارایه شده، عاید ناخالص سال 2011 میلادی 18 بلیون دالر میباشد. این ارقام به اساس سکتور نشان داده نشده

2.2 محیط داخلی : تحلیل وضعیت وزارت تجارت و صنایع

در حال حاضر وزارت تجارت و صنایع جمهوری اسلامی افغانستان با تغییرات بی سابقه مواجه می باشد. اقدامات متداوم بسوی مارکیت اقتصادی اثرات اساسی را روی اینکه وزارت چگونه فعالیت ها و سیستم های خویش را جهت عملی ساختن موارد ذیل اجرا نماید، وارد نموده است:

- تعیین و انتشار پالیسی
- شناسایی اولویت های استراتژیک حکومت
- تامین ارتباطات با شرکای مختلف

تعداد زیاد پروسه های فعلی اداری وزارت تجارت و صنایع در محیط و رژیم های متفاوت اقتصادی و سیاسی طرح و ترتیب گردیده اند.⁸ وزارت تجارت در یک سیستم اقتصادی کنترل شده توسط فعالیت مینمود که بخش عمده سیستم اقتصادی را تحت کنترل خویش داشت. نقش وزارت تجارت و صنایع حصول اطمینان از رعایت قواعد بوده ولی این وزارت در قسمت طرح نظریات (Idea)، گفتگو با مولدین و مصرف کننده گان و نشان دادن ارزش خویش به جامعه کدام نقش را ایفا نمی نمود که البته این امور است که باید در حال حاضر آنرا انجام دهد.

وزارت تجارت و صنایع در عین حال باید مولد نظریات عرضه کننده خدمات بصورت موثر از طریق ایفای نقش اساسی خویش منحصراً پالیسی ساز، تسهیل کننده و تنظیم کنند امور باشد. هرچند وزارت تجارت و صنایع به زمان بیشتر جهت ایفای نقش و مسوولیت مذکور ضرورت دارد.

نقش پالیسی

در این اواخر یکی از اهداف واضح و آشکار دولت جمهوری اسلامی افغانستان و استراتژی های انکشافی آن انکشاف سکتور خصوصی می باشد. اثرات را که پالیسی ها روی انکشاف سکتور خصوصی وارد مینمایند، ندرتاً مورد ملاحظه قرار گرفته و ظرفیت و توانایی وزارت تجارت و صنایع در قسمت طرح، تحلیل و تطبیق پالیسی ها با همکاری و اشتراک سکتور خصوصی و گروپ های مستهلکین ضعیف می باشد. از اینرو ارتقائی ظرفیت و انکشاف چنین مهارت های کاری طی چهار سال آینده یکی از ابعاد مهم و اساسی پلان استراتژیک وزارت محسوب میگردد.

نقش تسهیل کننده

وزارت تجارت و صنایع در پروسه تسهیلات منحصراً میانجی میان تشبثات و محیط تجارت عمل مینماید. این امر مستلزم رفع و موانع و مشکلات موجوده از طریق طرح و تشویق مشارکت دولت و سکتور خصوصی، طرح و ترتیب قوانین و طرز العمل های مناسب و عملی غرض استفاده اعظمی منابع موجوده و داشتن توانایی بمنظور شناسایی و تامین ارتباط با نهاد های مختلف معاونت بین المللی جهت تسریع پروسه رشد در سایر فعالیت های اقتصادی می باشد.

هرچند وزارت تجارت و صنایع تا هنوز میکانیزم انسجام فعالیت ها و ساختار ارتباطات را جهت تطبیق و اجرای موفقانه این نقش ندارد. علاوه برآن وزارت تجارت و صنایع به متخصصین تکنیکی مانند حقوقدان ها و متخصصین مالی نیاز دارد تا بتواند مکلیت و دارائی های خویش را بصورت اساسی تنظیم نماید.

نقش تنظیم کننده

نقش تنظیم کننده یکی از عوامل عمده و اساسی در قسمت انکشاف سکتور خصوصی در تمام سیستم های اقتصادی بوده و تاثیرات عمده را روی تجارت بین المللی وارد مینماید.

در ده سال اخیر افغانستان مهارت های بحث و گفتگوی خویش را در ارتباط به موافقت نامه های تجارتي و ترانزیتی دوجانبه و چند جانبه بهبود و انکشاف داده است. هرچند انکشاف این مهارت ها و تطبیق موثر موافقت نامه های متذکره یک موضوع عمده و اساسی برای وزارت تجارت و صنایع طی سه سال آینده می باشد.

⁸ مشکلات و موانع داخلی در برابر وزارت تجارت و صنایع جهت انکشاف سکتور خصوصی بیش از اندازه می باشد. بمنظور تشخیص و شناسایی مشکلات لازم است تا بالای آنها فایق گردید. وزارت تحقیقات و تحلیل لازم را جهت دریافت راه های حل انجام داده و آنها را درج پلان کاری خویش نموده است. گزارش تشخیص مشکلات را از وزارت تجارت و صنایع حاصل کرده می توانید.

در این اواخر وزارت تجارت و صنایع نورم ها و استندرد های فعالیت را بمنظور اطمینان از تامین و توسعه رقابت و حمایت منافع مستهلكین طرح و ایجاد نموده است. هرچند چندین وزارت ذیربط دارای نقش اساسی در ساحات مشخص هستند، ولی وزارت تجارت و صنایع باید تاثیرات آنها را روی انكشاف سكتور خصوصي ارزیابی نماید و ازاینرو این وزارت مستلزم است تا ظرفیت های کاری خویش را بمنظور اجرای ارزیابی اثرات مقررده ها و طرزالعمل ها ارتقا بخشد.

اموراداری

ریاست مالی و اداری وزارت تجارت و صنایع از تعداد اسناد رهنمودی ذیل جهت تطبیق برنامه اصلاحات و بهبود مهارت ها مستفید گردیده است :

- پیشنهادات سیستم جدید رتب و معاشات که در مارچ 2011 تکمیل گردید.
- رهنمود تکنالوژی معلوماتی که در جون 2010 تکمیل گردید.
- بازننگری امورمالی کهد در نوامبر 2010 تکمیل گردید.
- رهنمود اداری، مالی و منابع بشری برای ریاست های مربوطه که در می 2011 تکمیل گردید.

هرچند مسله اساسی طی چهار سال آینده تطبیق این پیشنهادات اصلاحی میباشد. این امر نیاز دارد تا به تطبیق پیشنهادات تعهد گردیده و همچنان ظرفیت کاری در بخش مالی واداری، منابع بشری، تکنالوژی معلوماتی و ارتباطات، تدارکات و سایر بخش های وزارت تجارت و صنایع ارتقا یابد.

2.3 ارزیابی وزارت: تحلیل نکات قوت و ضعف، فرصت ها و خطرات (SWOT)⁹

جدول ذیل تحلیل نکات قوت، ضعف، فرصت ها و خطرات وزارت تجارت و صنایع را بیان میدارد. ارزیابی داخلی وزارت تجارت و صنایع شامل نکات قوت و ضعف بوده و ارزیابی خارجی آن دربرگیرنده فرصت ها و خطرات میباشد که تمام آنها روی توانائی وزارت در قسمت حصول دیدگاه آن تاثیر مینماید.

این ارزیابی در نتیجه جمع آوری معلومات از بعضی از مراجع نیدخل خارجی و داخلی وزارت تجارت و صنایع صورت گرفته است¹⁰. از اینرو برنامه تحلیلی مذکور جزئیات و معلومات بیشتررا تهیه ساخته و در مقایسه با بخش های 2.1 و 2.2 جزئیات را مشخصاً بیان میدارد.

نکات قوت	نکات ضعف
نقش پالیسی ساز ، تنظیم کننده و فراهم آوری تسهیلات (تسهیل کننده)	
• قدردانی بیشتر از نقش وزارت تجارت و صنایع منحیث پالیسی ساز از سال 2001 • تطبیق برنامه ریفورم جهت ساده سازی مقررده ها و طرزالعمل ها در ریاست ثبت مرکزی فعالیت های تجارتي، مشاغل و مالکیت فکری و ریاست جوازنامه ها	• عدم موجودیت پالیسی واضح پارک های صنعتی • عدم موجودیت پالیسی واضح برای تصدی های دولتی و سایر دارائی های وزارت • عدم موجودیت پالیسی تجارت • عدم موجودیت کارکنان ماهر ، با کفایت و با تجربه در بخش طرح و تطبیق پالیسی ها

⁹ نکات قوت و ضعف ، فرصت ها و خطرات

¹⁰ سه معین وزارت ، 16 رئیس و چهار همکار خارجی (GIZ ، DFID، USAID و ACCI) در پروسه تحلیل سوات جهت ارایه نظریات شان دعوت گردیده بودند. در جدول آنانیکه نظریات شان را ارایه نموده اند، درج گردیده است.

نکات ضعف	نکات قوت
• پیگیری ضعیف تطبیق پالیسی ها • عدم تهیه اراضی ذریعه پارک ها صنعتی در برابر نرخ مناسب به سرمایه گذاران سکتور خصوصی • ریاست حمایت مستهلکین و توسعه رقابت در مرحله ابتدائی قرار دشته و سیستم های اندک جهت بررسی رقابت عادلانه وجود داشته و میکانیزم تنفیذی وجود ندارد. • عدم موجودیت معلومات در مورد مارکیت ها و نیاز مبرم به انکشاف پالیسی رقابت • پروسه های مغلق و غیر شفاف جهت مزایده تصدی های دولتی و سایر دارائی های وزارت تجارت و صنایع	• طرح و تسوید پالیسی صنایع با شش پلان فعالیت • تسوید قانون و پالیسی رقابت • دریافت حمایت داوران جهت تطبیق قانون و پالیسی رقابت • موجودیت پالیسی های اداری نهاد های مربوطه دولتی (قانون خدمات ملکی ، قانون تدارکات و قانون مالیه) • ایجاد ریاست حمایت مستهلکین و توسعه رقابت جهت فراهم آوری تسهیلات در توسعه رقابت و حمایت مستهلکین در مارکیت ها • بحث و گفتگو و تصویب قرارداد ترانزیت و تجارت میان افغانستان و پاکستان جهت فراهم آوری تسهیلات برای تجارت
همآهنگی، آگاهی عامه و ارتباطات	
• عدم موجودیت دیدگاه مشترک در وزارت تجارت و صنایع • ایجاد ضعیف کمیته های کاری مثلاً کمیته صادرات ملی جلسات خویش را توقف داده است. • موجودیت سردرگمی در گروپ های همآهنگی سطح بلند دولت – استراتیژی انکشاف ملی افغانستان ، کلستر های وزارت ، برنامه اولویت های ملی و غیره • عدم ایجاد ریاست اطلاعات و روابط عامه • عدم موجودیت متخصصین ارتباطات • تامین ارتباطات محدود با ولایات • عدم موجودیت استراتیژی ارتباطات در وزارت • ارتباط ضعیف با سکتور خصوصی و جامع مدنی که این امر باعث عدم توانایی در قسمت عکس العمل در برابر نیازمندی هافوری تشبثات میگردد	• تدویر جلسات تیم منجمنت و جلسات آمریت های ریاست های وزارت (مثلاً ریاست کارد و پرسونل) • ملاقات منظم اداره انکشاف صادرات با تاجران • گفتگو و مشورت با سکتور خصوصی، همکاران دولت و جامع مدنی در مورد پلان های فعالیت سکتوری • قرار است تا گفتگو و مشورت روی پالیسی صنایع صورت گیرد • گفتگو و مشورت در مورد قانون رقابت • شامل ساختن ریاست روابط عامه و معلومات در تشکیل سال 1390
مهارت ها، ساختار ها و پروسه ها	
• عدم موجودیت کارکنان شایسته و مناسب جهت اجرای فعالیت های اساسی وزارت تجارت و صنایع • شیوه های ضعیف استخدام مثلاً عدم استخدام کارکنان به اساس لیاقت و شایسته گی ، عدم بررسی سوبه تحصیلی، عدم اعلان های کاری در ویب سایت ها و غیره • نامساعد بودن محیط کاری برای تلاش و اجرات موثر (	• منظوری پلان سیستم جدید رتب و معاشات • موجودیت کمک های تکنیکی اساسی برای وزارت (ASI, Tafa, GIZ, EGGI,) • استخدام و تعین هفت پست پروگرام ظرفیت برای مدیریت (MCP) • تدویر کورس های ارتقای ظرفیت از طریق کمیسیون مستقل اصلاحات اداری و خدمات ملکی

نکات قوت	نکات ضعف
- دریافت حمایت برای بهبود ظرفیت کاری از همکاران و دونران مانند USAID ، DFID، GIZ، سفارت هندوستان و سفارت کبرای ترکیه - اجرای برنامه ارزیابی اجرات کارکنان بمنظور طرح پلان های مناسب آموزشی - موجودیت حمایت دونران جهت طرح وتنظیم مجدد سیستم اداری	مثلاً موجودیت تلویزیون ها ، عدم رعایت اوقات حاضری و غیره) - سطح پائین معاشات و امتیازات و موجودیت مکافات اندک - موجودیت تعبیه میان کارکنان - عدم موجودیت مهارت های پلانگذاری - طرز العمل های طویل و پیچیده تدارکات - پیشبرد ضعیف صلاحیت ها - ناسازگاری میان پروسه های دونران و وزارت تجارت و صنایع
مالیه	
- تامین مصارف دورانی - اجرای ساده مصارف روزانه	- تطبیق ضعیف بودجه - تخمین ضعیف بودجه - عدم موجودیت بودجه برای احیا مجدد و مراقبت تصدی های دولتی - عدم موجودیت برنامه های آموزشی مدیریت مالی و منجمنت - هماهنگی ضعیف میان دونران و آمریت مالی وزارت

فرصت ها	خطرات
اجتماع	
- موجودیت قانون اساسی افغانستان و قوانین کلیدی مدنی - موجودیت وسیع جامع بین المللی در افغانستان باعث انتقال مهارت ها میگردد - افزایش شهر سازی - آشنای بیشتر با کلتور ، مهارت ها، تکنیک ها و ابتکارات بین المللی	- افزایش نا امنی ها و عدم رعایت قانون - فرار افراد مسلکی و تعلیم یافته از کشور - سیستم ضعیف عدلی و قضائی - سیستم ضعیف معارف - روابط ضعیف میان دولت و مردم - پخش و مروج شدن فساد اداری - افزایش ساختار های شهری- روستایی - افزایش نفوس فشار های بیشتر را بالای منابع طبیعی وارد مینماید - تداوم عدم تساوی حقوق زن و مرد

تکنالوژی	
- افزایش استفاده و موجودیت مبنای و تلفون ها و شبکه - انترنت در سراسر کشور - افزایش دسترسی به مطبوعات و رسانه های گروهی	- موجودیت شیوه های مروج تجارت باعث ممانعت از برنامه های ابتکاری در بعضی ساحات میگردد. - عدم موجودیت مهارت های تکنالوژی معلوماتی - سیستم ضعیف جمع آوری و تحلیل معلومات
اقتصاد	
- کمک های مالی دوامدار داوران - حمایت و فعالیت متداوم سازمان های غیر دولتی - تداوم رشد اقتصادی در افغانستان - فرستادن مبالغ هنگفت پول توسط افغان های مقیم خارج - افزایش سیستم تجارت آزاد - رشد قوی و پایدار	- سیستم اقتصادی غیر رسمی و شیوع وسیع قاچاق - موجودیت سرمایه های کاری غیرکافی برای تاجران (نرخ بلند مفاد بانکی، نیازمندی وثیقه و غیره) - بلند رفتن نرخ اجناس و انرژی در سطح جهان - آسیب پذیری اقتصاد زراعتی از حوادث طبیعی (طوفان، خشک سالی، سیل، زلزله و غیره) - دسترسی محدود به قرضه های بانکی - تراکم نفوس و افزایش آلودگی
سیاست	
- تمایل سیاست مداران به مارکیت و سیستم اقتصادی آزاد - و رقابت عادلانه - بهبود روابط تجارتي با مارکیت های تجارتي در منطقه مثلاً هندوستان - عضویت افغانستان در سازمان اقتصادی سارک	- تشنج سیاسی - موجودیت تشنج در بعضی ولایات - مسائل امنیتی در سرحد با پاکستان

2.4 همکاران کلیدی

وزارت تجارت و صنایع جمهوری اسلامی افغانستان یگانه مرجع مسول نیست که فعالیت ها و اقدامات آن پروسه انکشاف سکتور خصوصی را تسریع بخشد. در زیاده تر کشور های جهان پالیسی اقتصاد بزرگ (اساساً به وزارت مالیه راجع میگردد) از طریق اثرگذاری بالای مقدار مالیات و شرایط قرضه دارای نفوذ عمده و اساسی در عواید واقعی دولت برخوردار میباشد. همچنان یک کشور که از نگاه معادن طبیعی غنی میباشد، چنانچه افغانستان دارای معادن غنی طبیعی است، نقش دولت در قسمت رشد و انکشاف سکتور استخراج معادن و اینکه چگونه استخراج معادن بالای اقتصاد و نتایج اجتماعی اثرگذار میباشد، مهم و حیاتی است (در این سکتور وزارت معادن نقش رهبری را به عهده دارد). بر علاوه اهمیت محصولات زراعتی در سیستم اقتصادی باعث میگردد تا وزارت زراعت، آبیاری و مالداری و وزارت احیا و انکشاف دهات نقش اساسی و کلیدی را در این عرصه ایفا نمایند. اداره حمایه از سرمایه گذاری و اداره ملی استندرد افغانستان از جمله نهاد های تخنیکی دیگری هستند که در حصول دریافت دیدگاه وزارت تجارت و صنایع نقش حیاتی را ایفا مینمایند. این نهاد های همکار از جمله نهاد های دولت هستند که در این راستا نقش ایفا مینمایند. وزارت تجارت و صنایع در نظر دارد تا با نهاد های مذکور در قسمت تحکیم روابط بمنظور حمایت و انکشاف سکتور خصوصی در افغانستان همکاری نزدیک داشته باشد.

بخش سوم : اهداف استراتژیکی

3.1 اهداف غرض انکشاف سیستم اقتصاد افغانستان

هدف استراتژیک اول: بهبود محیط و فضای مساعد برای تجارت و تشبث و ارتقاء جایگاه افغانستان در شاخص های

تجارت یا DBI

رشد سکتور خصوصی در افغانستان به اثر چالش های شناخته شده موجود در کشورهای محاط به خشکه، عقب مانده و جنگ زده بطلی است. محیط کلی تجارت در افغانستان از سیستم ضعیف قانونی و مقرراتی، نواقص و مشکلات اداری و ساختاری، زیربنای ضعیف و فساد اداری متأثر میباشد. این نوع مشکلات و چالش های واضحاً اجرات ضعیف افغانستان را در شاخص های تجارت کردن بانک جهانی انعکاس میدهد. در حال حاضر افغانستان در میان 183 کشور در ردیف 167 قرار دارد¹¹.

عدم موجودیت فضای مناسب تجارت تأثیرات منفی را روی اقتصاد افغانستان وارد نموده و باعث کاهش سرمایه گذاری در این کشور میگردد. سطح سرمایه گذاری خصوصی در افغانستان 9.2 فیصد تولیدات ناخالص داخلی میان سال های 2008 و 2009 بوده و در مقایسه با رقم کشور های افریقائی که 18 فیصد است، پائینتر میباشد. موجودیت محیط ضعیف کاری باعث افزایش موضوعات مشکوک و مشکلات گردیده ; ساحه سرمایه گذاری را کاهش داده ; همچنان دسترسی به وجوه مالی (داخلی و خارجی) را محدود ساخته ; موثریت کارگران را کمتر ساخته ; مفاد اندک را برای شرکت ها تامین نموده و فرصت های محدود اشتغال را ایجاد مینماید. باتوجه به اهمیت رفع مشکلات موجوده در برابر رشد سکتور خصوصی، وزارت تجارت و صنایع هدف استراتژیکی ذیل را طی چهار سال آینده برای خویش تعیین نموده است: (ایجاد محیط مناسب تجارت و ارتقائی جایگاه افغانستان در شاخص های تجارت کردن یا DBI)

لازم است تا بدانیم مشکلات و موانع که در برابر فضای مناسب تجارت وجود دارد دربرگیرنده مشکلات یست که وزارت تجارت و صنایع مستقیماً بالای آنها نفوذ دارد (مانند ثبت و راجستر شرکت ها و پروسه جوازدهی) و همچنان شامل مشکلات میباشد که این وزارت روی آنها نفوذ کمتر یا تأثیر غیر مستقیم دارد (مانند امنیت، حق مالکیت اراضی، دسترسی به انرژی برق، مالیات و مهارت های انکشافی)¹². بنابراین استراتژی تعیین شده برای این هدف، اصلاحات اساسی را که مستقیماً توسط وزارت تجارت و صنایع رهبری گردیده و آنعده اصلاحات که با نفوذ این وزارت در شورای محترم وزیران، کمیته فرعی اقتصادی، کلستر انکشاف سکتور خصوصی و کمیسیون عالی سرمایه گذاری ارتباط میگیرد، تحت پوشش قرار میدهد.

برنامه های استراتژیک

1. بهبود محیط و فضای مساعد برای تجارت و تشبث و ارتقاء جایگاه افغانستان در شاخص های تجارت یا DBI

- 1.1 ساده ساختن پروسه جوازدهی شرکت های تجاری و سایر نیازمندی ها مربوطه
- 1.2 ساده ساختن پروسه های ثبت و راجستر تشبثات
- 1.3 بهبود دسترسی به اراضی و جایداد های (برق، آب، تلیفون و غیره) از طریق جایداد های وزارت تجارت و صنایع قابل پرداخت
- 1.4 بهبود منجمنت دارائی های وزارت تجارت و صنایع، بشمول تصدی های دولتی و پارک های صنعتی
- 1.5 طرح پیشنهادات جهت مشارکت میان وزارت تجارت و صنایع و همکاران تجاری
- 1.6 حمایت از دسترسی بیشتر به قرضه های مالی
- 1.7 حمایت از تامین حقوق اساسی دارائی ها
- 1.8 حمایت از اعمار و بهبود تعهدات های اساسی مانند سرک ها، قطار آهن و سردخانه ها
- 1.9 انفاذ قانون افلاس

¹¹ Doing Business Indicators, World Bank, 2011

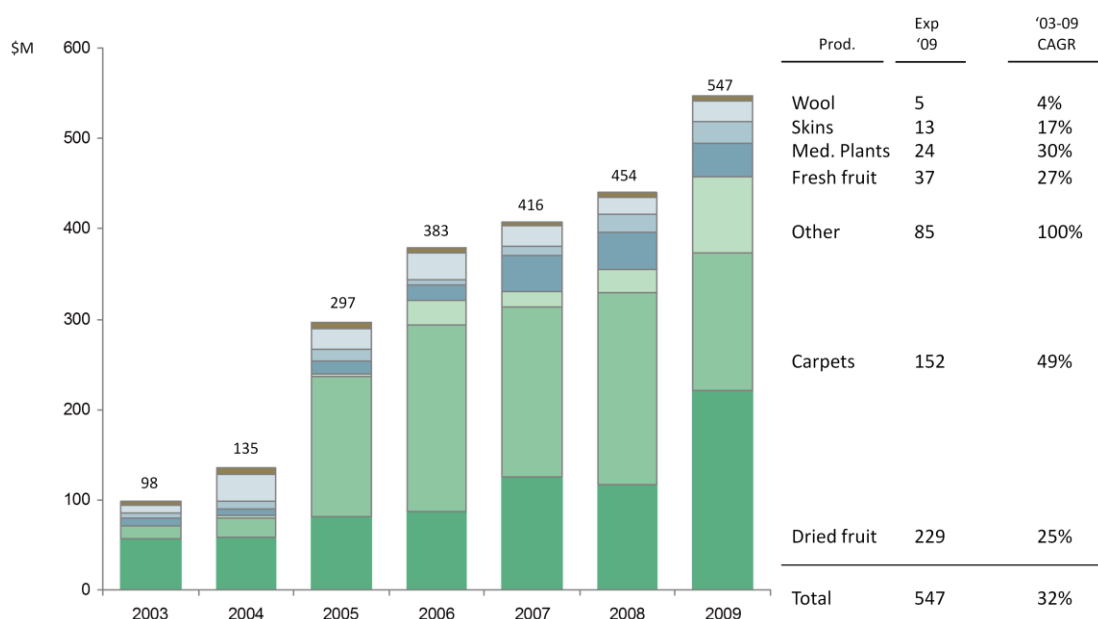
¹² World Bank, Investment Climate Assessment, 2008

هدف استراتژیک دوم: بهبود رقابت بین المللی و افزایش تجارت

صادرات قانونی از افغانستان طی سال های 2009 و 2010 در حدود 489 میلیون دالر امریکائی تخمین گردیده است. بیشتر این صادرات محصولات زراعتی و منابع طبیعی مانند سنگ مرمر و سنگ های قیمتی میباشد.

صادرات عنصر کلید و اساسی استراتژی انکشافی بیشتر کشورهای شرق دور را تشکیل داده که باعث صنعتی شدن موفقانه این کشور ها گردید. موارد خوب وجود دارد که دلالت به این مینماید که صادرات میتواند یک بخش بزرگ استراتژی انکشاف اقتصاد افغانستان را تشکیل دهد:

1. رشد صادرات باعث رشد و انکشاف کلی اقتصادی کشور میگردد چنانچه اوسط رشد سالانه صادرات در حدود 10.6 فیصد میان سال های 2005 و 2010 تخمین گردیده ، حالانکه در مدت زمان متذکره رشد کلی اقتصادی سالانه 10 فیصد تخمین گردیده بود.



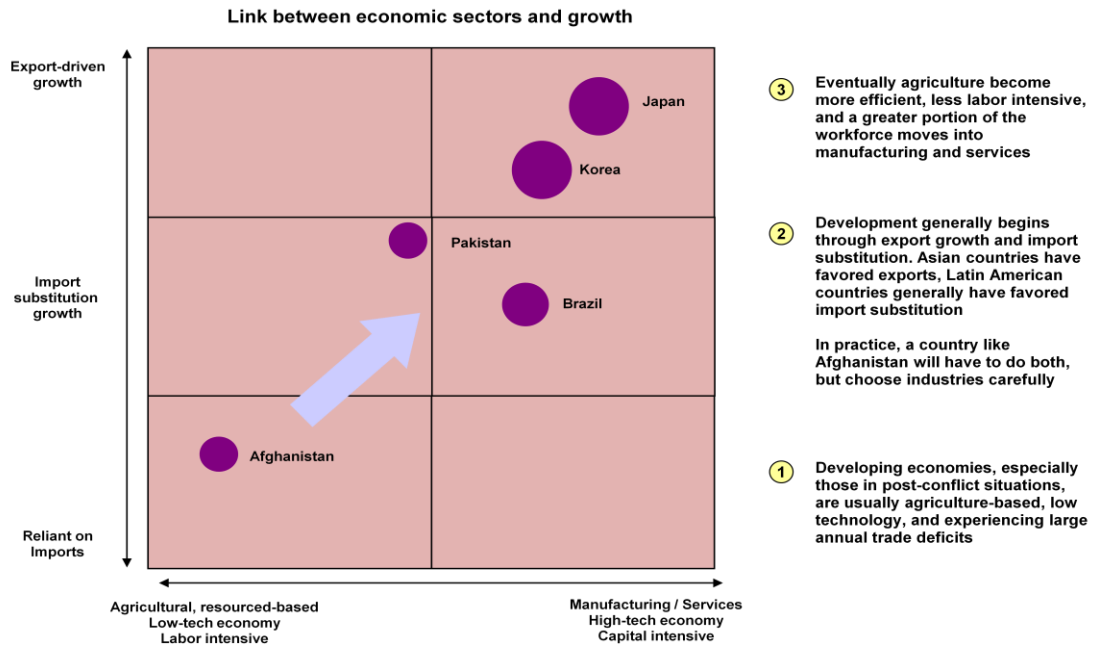
Source: IMF Statistical Appendix, MOCI Internal Data. Excludes opium products

2. رشد سریع صادرات در میان مدت امکان پذیر است:

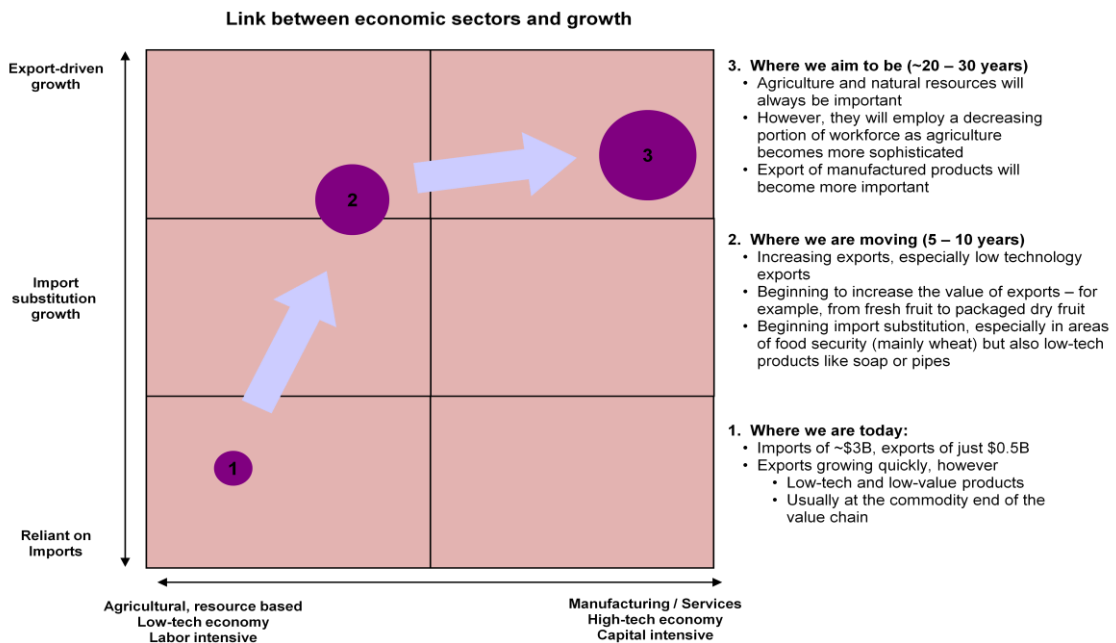
- افغانستان در بعضی از ساحات دارای منابع و مهارتهای مورد نیاز میباشد.
- تقاضا در کشور های همسایه مانند هند (برای میوه جات و خسته باب) وجود داشته که در حال افزایش است.
- اثرات سریع از طریق ارتباط دادن مولدین محلی با مارکیت ها (بطور مثال نمایشگاه های تجاری) امکان پذیر است.
- از بین بردن موانع و مشکلات موجوده در برابر صادرات (مراحل غیر ضروری اداری یا کاغذ پرانی و غیره) باعث تامین رشد سریع میگردد.

در نتیجه، وزارت تجارت و صنایع به این عقیده است که صادرات باید یک بخش مهم و اساسی استراتژی انکشاف اقتصاد افغانستان باشد. بمنظور نیل به این هدف، افغانستان نیاز دارد تا مشخص نماید که چطور میتواند از اقتصاد فعلی که متشکل از محصولات زراعتی و تولیدات ضعیف میباشد، به سیستم اقتصادی صنعتی با ارزش تر مبدل گردد تا از این طریق به فعالیت های صادرات که در حال حاضر کمتر صورت میگیرد، افزوده شود.

Path from agriculture to higher-value industrial economy



Afghanistan will go through these three phases as well



هرچند بعضی مشکلات و موانع وجود دارد که تشیبات را متاثر میسازد. موانع مذکور شامل مشکلات و چالش های موجود در گمرکات، فساد در دفاتر سرحدی، دسترسی ضعیف به معلومات بازار و به بازار ها خارجی میباشد¹³. از اینرو استراتیژی هائیکه جهت کنترل و مبارزه با این مسایل و بهبود رقابت بین المللی و افزایش تجارت شناسائی گردیده اند، نه تنها بالای مذاکره و اصلاح موافقت نامه های تجارتی و ترانزیتی بنفع تجاران افغان تمرکز نموده بلکه در قسمت آگاهی از استندرد های بین المللی متمرکز میباشد و همچنان مصارف و زمان را هنگام فعالیت های صادراتی کاهش میدهد.

برنامه های استراتیژیک

2. بهبود رقابت بین المللی و افزایش تجارت

2.1 نهائی ساختن و تطبیق موافقتنامه های اساسی تجارت و ترانزیت چندین جانبه (SAARC, CAREC, ECOTA)

2.2 الحاق به سازمان جهانی تجارت (WTO)

2.3 طرح، تجدید و تطبیق موافقتنامه های دوجانبه تجارتی با کشور های همسایه افغانستان (پاکستان (APTAA)، کرغزستان، تاجکستان و ازبکستان)

2.4 افزایش حضور شرکت های تجارتی افغانی در نمایشگاه های بین المللی

2.5 طرح و ترتیب و تطبیق پالیسی تجارت برای افغانستان جهت بهبود تمرکز و هماهنگی دولت و دودران در این عرصه

2.6 بهبود سیستم جمعآوری و تکثیر معلومات در مورد مارکیت های خارجی و چگونه محصولات افغانستان در آن مارکیت های مورد قبول قرار میگیرند

2.7 استفاده بهتر سیستم دفاتر آشته های تجارتی بمنظور ترویج محصولات افغانی

2.8 همکاری با اداره ملی نورم و استندرد جهت بهبود و تصدیق کیفیت محصولات افغانی، بشمول موضوعات SMTQ مرتبط به محیط کاری

2.9 همکاری با ریاست عواید و گمرکات جهت ساده سازی و بهبود شفافیت طرز العمل ها و شیوه های گمرکات

2.10 همکاری با اداره حمایه سرمایه گذاری افغانستان جهت جلب و جذب سرمایه گذاری های مستقیم خارجی در افغانستان

هدف استراتیژیک سوم: صنعتی ساختن افغانستان ذریعه تعویض واردات با تولیدات داخلی

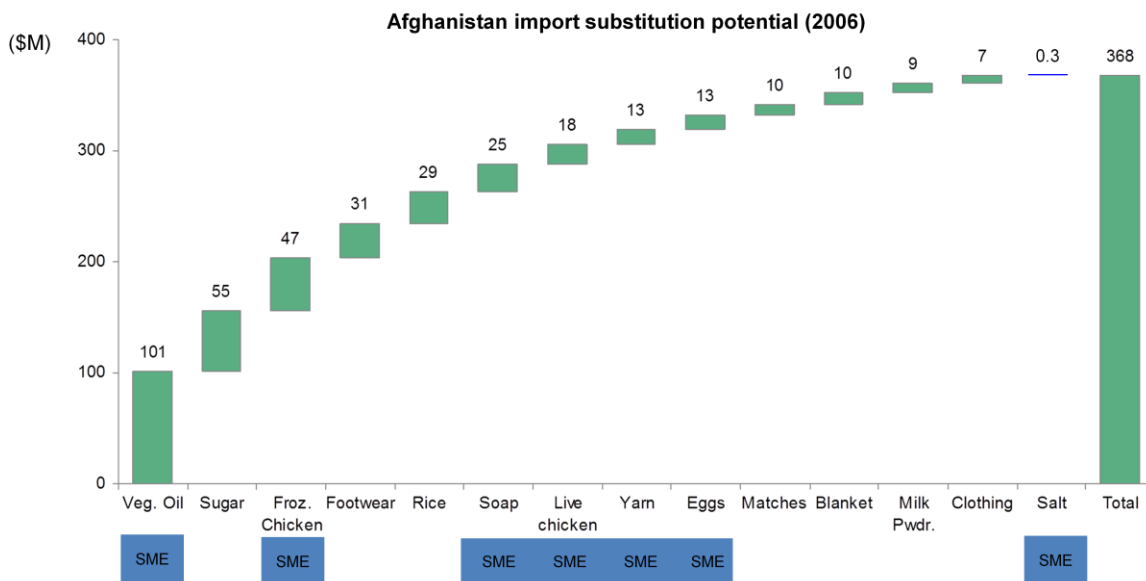
واردات رسمی به افغانستان در سال های 2009 و 2010 میلادی 8.2 میلیارد دالر امریکائی تخمین گردیده که تقریباً 17 برابر بیشتر از صادرات میشود. واردات روی میزان تولیدات ناخالص داخلی (GDP) اثر گذار نبوده و باعث انتقال کالاها از ذخایر و گدام های خارجی میگردد. بنأ واردات باعث افزایش فواید یا فرصت های اشتغال طوری که صنایع داخلی بمیان میآورد، نمی گردد.

افغانستان مانند سایر کشور های که اخیر صنعتی گردیده اند، با بعضی چالش ها و مشکلات در برابر انکشاف سکتور صنعتی ابتدائی مواجه گردیده و در بعضی ساحات با کشور هائیکه این پروسه را قبلاً آغاز نموده اند، جبراً در رقابت قرار گرفته است. خلاصه کشورهای های متعدد در مرحله نهائی انکشاف صنایع قرار داشته و بعضی از استراتیژی هائیکه توسط کشورهای صنعتی در مناطق چون آسیای شرقی تطبیق میگردند، در افغانستان وجود ندارد. بنأ وزارت تجارت و صنایع تلاش میوزد تا سکتور صنعت خویش را از طریق تاکید بیشتر بالای افزایش صادرات (به هدف استراتیژیک دوم مراجعه شود) و آغاز تولیدات در ساحات که در حال حاضر واردات بیشتر در آن صورت میگیرد، انکشاف دهد.

ماشین آلات، تجهیزات، مواد نفتی و فلزات تقریباً 40 فیصد واردات را تشکیل میدهد که احتمالاً تعویض این پروسه در کوتاه مدت مشکل به نظر میرسد.

بنابراین جهت تشویق بدیل واردات، وزارت تجارت و صنایع ساحات متعدد تولیدی را شناسائی مینماید که افغانستان بتواند بدون مداخله بیشتر دولت از نگاه مصارف تولیدی رقابتی باشد. این معمولاً شامل تولیدات میباشد که به تکنالوژی ضعیف ضرورت دارند مانند گندم، مرغ، تخم و روغن نباتی.

¹³ CIPE سروی تجارتی افغانستان 2010-2009 و مصاحبات با پروژه انکشاف تشیبات کوچک و متوسط افغانستان، USAID 2010



Other potential income substitution opportunities include grains, flour, fruit juice, and potentially some leather products such as footwear

Source: ARDEP, "A Competitive Afghanistan" 2006

وزارت تجارت و صنایع جمهوری اسلامی افغانستان همچنان در نظر دارد تا شرکت های تولیدی که متکی به ترانسپورت و یا انتقالات هستند، در مارکیت های داخلی مورد حمایت قرار دهد(مثلاً تولیدات سمنت و غیره که مصارف انتقالات آن گزاف میباشد).

در دولت ساحات پالیسی متعدد وجود دارد که نقش اساسی را در قسمت تعویض واردات با تولیدات داخلی ایفا مینمایند. خاصتاً گمرکات و عواید میتواند از طریق تحمیل تعرفه های گمرکی مناسب در این عرصه کمک نماید. استراتیژی وزارت تجارت و صنایع طی سال های آینده رهنمائی های لازم را در مورد اینکه کدام سکتورها از ظرفیت بیشتر جهت صنعتی ساختن موفقانه و پایدار سیستم اقتصاد افغانستان برخوردار میباشد و همچنان هماهنگی فعالیت در سرتاسر دولت جهت حمایت بیشتر از سکتورهای مذکور ارایه مینماید.

3. صنعتی ساختن افغانستان ذریعه تعویض واردات با تولیدات داخلی

- 3.1 استوار بر بنیاد حقایق شناسایی ساحات که بدیل واردات میتواند حایز اهمیت باشد
- 3.2 طرح پلان های کاری بمنظور ایجاد زمینه تجارت و فعالیت های رقابتی در ساحات شناسایی شده در هدف 3.1
- 3.3 شناسایی امور مشترک میان سکتورهای که باعث بهبود تداوم فعالیت ها میگردد.
- 3.4 طرح و تطبیق استراتیژی های سکتوری جهت بهبود موثریت و مولدیت
- 3.5 همکاری با مراجع عواید و گمرکات جهت تطبیق و تحمیل تعرفه های گمرکی ذکر شده در مطابقت با پالیسی صنایع

هدف استراتیژیک چهارم: اطمینان از فعالیت عادلانه و مساویانه سکتور خصوصی

حقانیت بازار های آزاد متکی به ظرفیت آنها بوده که بمنظور افزایش رفاه و آسایش اجتماع در نظر گرفته شده است. این کار زمان امکان پذیر است که رقابت بصورت آزاد و عادلانه صورت گرفته و مستهلکین در برابر شیوه های منفی و مواد

خدمات تقابلی حمایت کردند. تا حال چارچوب قانونی که از رقابت موثر و حمایت مستهلکین در بازار اطمینان دهد، وجود ندارد. همچنان شرکت های تجارتی داخلی و مستهلکین در برابر فعالیت های غیر رقابتی آسیب پذیر بوده که این امر باعث افزایش نرخ و قیمت کالاها، کاهش سرمایه گذاری و فعالیت شرکت های تجارتی جدید میگردد. طرح و انکشاف پالیسی ها و قوانین یک امر مهم و ضروری در قسمت حصول اطمینان از اقدامات و عکس العمل دولت در برابر کلوشن و تعیین نرخ ها و سایر فعالیت ها غیر رقابتی و همچنان شرکت های که تحت تعقیب قانونی قرار دارند و شرکت های که رفاه مستهلکین را محدود میسازند، میباشد. اقدامات استراتژیک متعدد بمنظور برگشتاندن این حالت و نایل شدن به هدف سکتور خصوصی که عادلانه فعالیت نماید، شناسایی گردیده که شامل ایجاد چارچوب قانونی و فعال ساختن ریاست توسعه رقابت و حمایت از مستهلکین که توانایی تحلیل برای فعالیت های غیررقابتی را داشته باشد و بتواند دیتابیس و سیستم های اداری اساسی را انکشاف بخشد و معلومات و اطلاعات مرتبط و لازم را در اختیار مراجع ذیدخل قرار دهد، میباشد.

امر مهم و اساسی دیگر درقسمت ایجاد سکتور خصوصی که بصورت عادلانه و مساویانه فعالیت نماید و تساوی حقوق جندر در سیستم اقتصادی افغانستان میباشد. در حال حاضر زنان افغان نقش اساسی و چشمگیر را در زیادتیر صنایع افغانی مانند سکتور زراعت، قالین بافی و گلدوزی ایفا نموده و در مقابل مقدار اندک منفعت های اقتصادی را دریافت مینمایند. طور مثال یک زن قالین باف کمتر از 20 فیصد منفعت ارزش قالین را حاصل مینماید.¹⁴ بنابراین لازم است تا استراتژی های مورد نیاز بمنظور رفع این معضله و بهبود محیط مساعد برای تاجران زن در مارکیت های تجارتی طرح و ترتیب گردد.

برنامه های استراتژیک

4. اطمینان از فعالیت عادلانه و مساویانه سکتور خصوصی

- 4.1 نظارت و بررسی تطبیق قانون جدید رقابت
- 4.2 تسوید مجدد و تنفیذ قانون حمایت مستهلکین
- 4.3 فعال ساختن ریاست توسعه رقابت و حمایت مستهلکین بمنظور اطمینان از تامین رقابت موثر در مارکیت های تجارتی و حمایت مستهلکین
- 4.4 فعال ساختن آمریت تنظیم امور تجارت مواد نفتی و گاز مایع
- 4.5 فعال ساختن آمریت امور زنان وزارت تجارت و صنایع بمنظور اطمینان از تامین فرصت های مساوی اقتصادی و اجتماعی برای طبقه اناث در وزارت تجارت و صنایع و تمام سکتور های اقتصادی افغان

هدف استراتژیک پنجم: رشد بمنظور کاهش فقر

در حدود 85 فیصد افغان ها جهت تامین نفقه و معیشت متکی به محصولات زراعتی و فعالیت های مرتبط به سکتور زراعتی میباشد¹⁵، اما تنها در حدود 31 فیصد تولیدات ناخالص داخلی افغانستان از سکتور محصولات زراعتی حاصل میگردد. عاید سرانه در ساحات روستایی و قریه جات در مقایسه به شهرها کمتر میباشد.

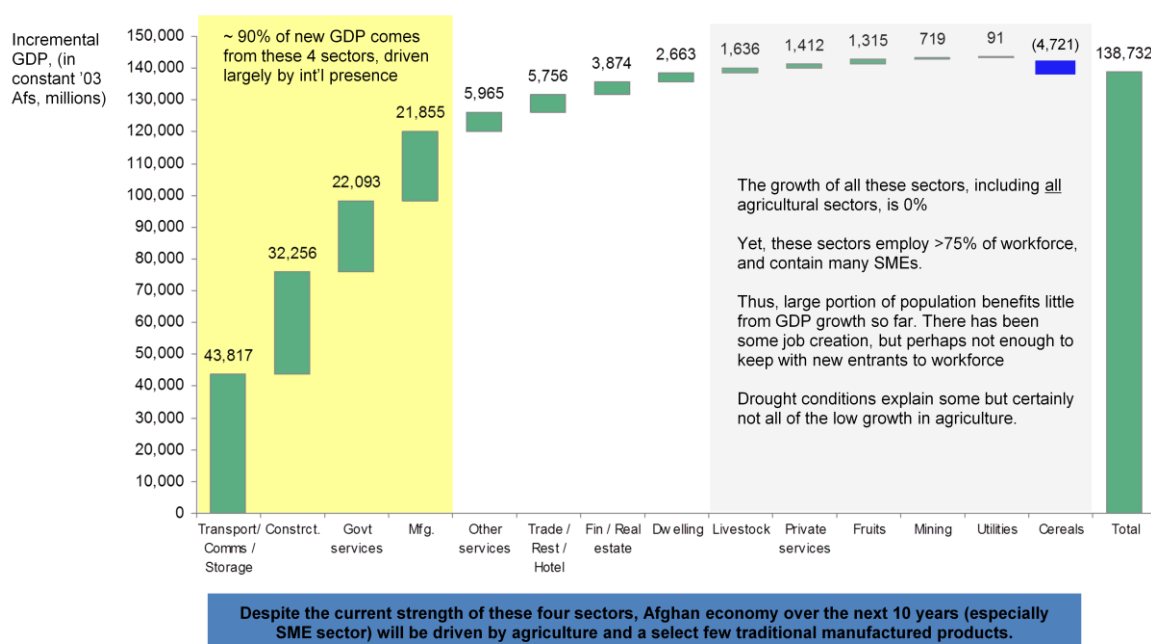
برعلاوه از سال 2001 بدینسو رشد سیستم اقتصادی افغانستان بصورت نا متوازن صورت گرفته و بیشتر در مراکز شهرها تمرکز نموده است. در حدود 90 فیصد تولیدات ناخالص داخلی طی سال های 2003 و 2009 از چهار سکتور اساسی ذیل حاصل گردیده است: سکتور ترانسپورت و ارتباطات، سکتور ساختمانی، خدمات دولتی و سکتور تولیداتی¹⁶. قابل ذکر است که هیچ کدام این سکتور ها نتوانسته اند تا اثرات اساسی را روی کامیابی و آسایش در ساحات و جوامع روستایی وارد نمایند. در نتیجه در سطح زنده گی بیشتر نفوس کشور تغییرات و بهبود اندک صورت گرفته است.

¹⁴ استراتژی انکشاف ملی افغانستان، 2008 الی 2013، دولت جمهوری اسلامی افغانستان، 2088.

¹⁵ ریاست حصائی مرکزی، سالنامه احصائی افغانستان، 2008 الی 2009

¹⁶ وزارت تجارت و صنایع، پروژه DAI، نوامبر 2009

Incremental annual GDP, 2009 vs. 2003



Source: IMF Statistical Appendix, MOCI Internal Data. Excludes opium products

لازم است تا اطمینان حاصل گردد که تمام افغانستانها بشمول آنده نفوس کشور که در ساحات روستائی زنده گی مینمایند و در فقر بسر میبرند، از رشد اقتصادی منفعت حاصل نمایند. اقدامات اساسی و عملی در این راستا عبارت از بهبود موثریت و مولدیت سکتور زراعتی، افزایش ارزش محصولات زراعتی و ترویج برنامه های کوچک تجارتی با استفاده از مهارت ها و مواد موجود در محل میباشد¹⁷.

یکی از برنامه های استراتژیک وزارت تجارت و صنایع طرح و ایجاد پالیسی واضح و مناسب و همکاری با نهاد های کلیدی دولت و تمویل کننده گان¹⁸ بمنظور دست یافتن به هدف و تعیین بیلانس رشد اقتصادی در حمایت از آنده تشبثات که فرصت های اشتغال و رفاه را در ساحات روستای و فقیر افزایش میبخشد، میباشد تا فرصت های اقتصاد پایدار در ساحات روستایی فقیرنشین تامین گردد.

¹⁷ارایه نظرات روی چارچوب انکشاف پالیسی صنایع برای دولت جمهوری اسلامی افغانستان توسط پروفیسور پ.ک چوبی، پیتر اوبراین

¹⁸ هدف تنها طرح پروژه بهبود خط فقر نه بوده بلکه شامل طرح رهنمود های برای پروژه های فعلی به طرف جوامع روستایی فقیر و کوچک میباشد. مثال خوب آن پروژه انکشاف مارکیت های جدید مربوط بانک جهانی میباشد که در حال حاضر در مراکز شهر ها تمرکز نموده است. هرچند وزارت تجارت و صنایع ظرفیت انرا دارد تا شرکت ها را در قسمت خریداری و دریافت محصولات ساحات روستایی(قالین، کشمیره، محصولات زراعتی و غیره) تشویق و ترغیب نماید. بر علاوه وزارت تجارت و صنایع موافقت نموده است تا فعالیت ها را به ساحات روستایی و فقیر از طریق پروژه های مذکور توسعه بخشد.

5. رشد بمنظور کاهش فقر

- 5.1 نهائی ساختن و تطبیق مواد و بخش های پالیسی صنایع که به کاهش فقر ارتباط میگیرد.
- 5.2 نهائی ساختن و تطبیق پلان های فعالیت برای شش سکتور اساسی با همکاری وزارت های ذیدخل
- 5.3 شناسائی سکتور های تشبثات کوچک و متوسط که برای افراد فقیر اثر گذار میباشد.
- 5.4 فعالیت و همکاری با تمویل کننده گان و سازمان های غیر دولتی بمنظور طرح و دیزاین پروژه های جدید یا پروژه های موجود جهت منفعت و فواید مردم فقیر (MMW4P)

هدف استراتژیک ششم: انکشاف اقتصاد بازار و بلندبردن سطح آگاهی در مورد چگونگی فعالیت آن

کامیابی و سعادت افغانستان از طریق اقتصاد بازار قوی به رهبری سکتور خصوصی یکی از دیدگاه های استراتژی انکشاف ملی افغانستان را تشکیل میدهد¹⁹. این یک تغییر اساسی و چشمگیر در محیط که وزارت تجارت و صنایع قبل از سال 2001 فعالیت مینموده در آن اقتصاد وسیعاً توسط دولت کنترل میگردد، میباشد.

وزارت تجارت و صنایع از این نوع تغییر اساسی و چشمگیر آگاهی کامل داشته و میداند که زیادتز افغان ها حرکت بسوی اقتصاد بازار را مثبت تلقی نه نموده و آنرا عامل بی ثباتی و افزایش روز افزون قیم زیادتر مواد اولیه دانسته ولی روی ایجاد فرصت های بیشتر آن در قسمت رشد اقتصادی و کامیابی کمتر توجه دارند. به همین دلیل هدف 6 در پلان استراتژیک وزارت شامل گردیده و مقصد از آن آگاهی متداوم افغان ها از فواید اقتصاد بازار بوده و فرصت های اساسی جهت رشد کشور به رهبری سکتور خصوصی میباشد.

از اینرو استراتژی های مربوطه روی توسعه و بهبود کیفیت و نوعیت ارتباطات متقابل وزارت تجارت و صنایع با رسانه های گروهی و مردم تمرکز بیشتر نموده تا از این طریق شیوه های موثر تماس حاصل گردیده و وزارت تجارت و صنایع بتواند فواید اقتصاد بازار را با آگاهی عامه برساند و همچنان توافق کلی را جهت علمی ساختن این پروسه تامین نماید.

برنامه های استراتژیک

6. انکشاف اقتصاد بازار و افزایش آگاهی در مورد چگونگی فعالیت آن

- 6.1 بهبود بحث و گفتگو میان وزارت و سکتور خصوصی
- 6.2 توسعه حمایت وزارت تجارت و صنایع از طریق مطبوعات، اشتراک در کنفرانس ها و سایر محافل و رویدادهای اجتماعی
- 6.3 فعال ساختن ریاست اطلاعات و ارتباط عامه
- 6.4 طرح، انکشاف و تطبیق استراتژی ارتباطات وزارت

3.2

¹⁹ استراتژی انکشاف ملی افغانستان ، وزارت مالیه ، 2008 - 2013

هدف حمایتی

هدف استراتژیک هفتم: وزارت تجارت و صنایع ظرفیت کاری لازم را جهت پیشبرد نقش خویش دارد

در سال های گذشته وزارت تجارت و صنایع منحصی یک وزارت با ظرفیت کاری ضعیف توسط همکاران دولتی و تمویل کننده گان بین المللی شناسایی گردیده که فراهم آوری همکاری های تخنیکي بیشتر به وزارت بیانگر این واقعیت میباشد. البته باید خاطر نشان ساخت که مدیریت پروژه ها کمتر به وزارت واگذار گردیده است. علاوه برآن برنامه تحلیل نکات قوت، ضعف، فرصت ها و خطرات وزارت تجارت و صنایع (SWOT) بسیاری از مشکلات کاری این وزارت را از قبیل اجرای ضعیف بودجه، تفویض محدود صلاحیتهای، عدم تامین خدمات کافی تکنالوژی معلوماتی، عدم پلانگذاری دقیق و عدم توانایی این وزارت در قسمت جذب کارکنان ماهر و مستعد انعکاس میدهد.

چنین کمبودی های کاری و خلأ های مهارتی حصول موفقانه تمام اهداف تعیین شده استراتژیک وزارت را مختل میسازد. بنابراین هدف استراتژیک هفتم منحصی یک پیش شرط و امر مهم در راستا حصول موفقانه اهداف 1 الی 6 محسوب میگردد.

عدم موجودیت میکانیزم هماهنگی میان وزارت تجارت و صنایع و همکاران کلیدی در سکتور خصوصی و سایر ادارات دولتی یکی از ضعف های کاری دیگر میباشد. کاملاً هویداست که وزارت تجارت و صنایع متکی به فعالیت های متمم وزارت مالیه، وزارت معادن، وزارت زراعت، آبیاری و مواد غذایی، وزارت احیا و انکشاف دهات، وزارت ترانسپورت و هوانوردی ملکی سایر نهاد ها و ادارات کلیدی میباشد. بنابراین تحکیم روابط کاری با همکاران کلیدی جهت انکشاف و بهبود سکتور خصوصی در افغانستان به ظرفیت کاری وزارت تجارت و صنایع ارتباط میگردد.

یکی از مسائل دیگر مربوط به این هدف، عدم موجودیت شفافیت و وضاحت کاری میان تعداد زیاد که در حال حاضر سکتور خصوصی را حمایت مینمایند، میباشد. بطور مثال دفتر مدیریت پارک های صنعتی توسط سه اداره مختلف : وزارت تجارت و صنایع، اداره حمایه از سرمایه گذاری افغانستان و اداره انکشاف پارک های صنعتی که اخیراً توسط شورای محترم وزیران تصویب گردیده است، پیش برده میشود. علاوه برآن اداره حمایه از سرمایه گذاری افغانستان دارای نقش اساسی در قسمت ترویج و بهبود سرمایه گذاری بوده که با مسوولیت های ریاست عمومی انکشاف سکتور خصوصی وزارت تجارت و صنایع شباهت داشته، از اینرو تداخل وظیفوی را نشان میدهد. در چنین نوع موارد لازم است تا انسجام و وضاحت کاری بیشتر تامین گردد.

بنابراین استراتژی برای حصول موفقانه این هدف دربرگیرنده انکشاف²⁰ ظرفیت کاری در وزارت، بهبود پروسه و ساختار های وزارت و وضاحت کاری یا اصلاح روابط میان وزارت تجارت و صنایع و سایر نهاد های که به سکتور خصوصی ارتباط میگیرند، میباشد.

²⁰ برنامه استراتژیک 7.2 نه تنها دربرگیرنده سرمایه گذاری روی برنامه های موجوده دونهاندر ساحات مانند برنامه ظرفیت مدیریت ویا برنامه همکاری تخنیکي ملکی بوده بلکه شامل بعضی برنامه های بعدی میگردد. مثلاً بانک جهانی در نظر دارد تا برنامه جدید ارتقائی ظرفیت را در اواخر 2011 میلادی راه منحصی بخش از استراتژی وزارت تجارت و صنایع راه اندازی نمایند از اینرو باید وزارت جهت ارتقائی ظرفیت کارکنان خویش از وجوه مالی مذکور استفاده نماید.

7. وزارت تجارت و صنایع ظرفیت کاری لازم را جهت پیشبرد نقش خویش دارد

- 7.1 تطبیق پیشنهادات تصویب شده سیستم جدید رتب و معاشات
- 7.2 سرمایه گذاری از طریق پروژه های تمویل کننده گان بمنظور انکشاف ظرفیت خدمات ملکی
- 7.3 طرح و تطبیق پلان هدمند و واقعی ارتقائی ظرفیت کارکنان وزارت تجارت و صنایع و تمرکز روی نقش اساسی وزارت (پالیسی ساز، تسهیل کننده و تنظیم کننده)
- 7.4 اصلاح و بهبود پروسه های اداری وزارت تجارت و صنایع
- 7.5 تطبیق پیشنهادات بازنگری مالی که در ماه فیبروری سال 2011 میلادی اجرا گردیده بود.
- 7.6 انکشاف و بهبود پالیسی و ظرفیت کاری در بخش تکنالوژی معلوماتی و ارتباطات در مطابقت با پیشنهادات **USAID** در برنامه بررسی وضعیت تکنالوژی معلوماتی وزارت اجرا گردیده است.
- 7.7 روشن ساختن رسمی نقش اداره حمایه سرمایه گذاری افغانستان و اداره نورم و استندرد افغانستان و روابط کاری وزارت تجارت و صنایع با نهاد های مذکور
- 7.8 بهبود اجرات کاری تصدی های دولتی
- 7.9 بهبود میکانیزم هماهنگی میان وزارت تجارت و صنایع و سایر وزارت ها و نهادهای همکار
- 7.10 حمایت و همکاری با ریاست تفتیش داخلی و شناسائی میکانیزم های داخلی و جارچی جهت مبارزه علیه فساد اداری
- 7.11 تقویت شبکه منطوقی وزارت تجارت و صنایع

بخش چهارم: شاخص های کلیدی اجرات

4.1 شاخص های کلیدی اجرات برای اهداف استراتژیک وزارت تجارت و صنایع جهت انکشاف اقتصاد افغانستان

شماره	اهداف استراتژیک	شاخص های کلیدی اجرات	منابع	اساس	هدف (2015)
1	ایجاد محیط مناسب تجارت و ارتقائی جایگاه افغانستان در DBI	زمان برای دریافت جواز تجارت	مطالعه پروژه IFC منحیث بخش از پروژه اصلاح جوازدهی موسسه حرکت	نتایج معطل است	50 % کاهش
		افزایش درجه در ارتباط به بیشتر شدن تجارت در سیستم DBI بانک جهانی	معیارهای انجام تجارت بانک جهانی	مقام 183 (2011)	مقام 150 یا بالاتر
		فیصدی تاجران افغان که با این تفسیر ذیل موافق هستند: (مقامات دولت از قوانین و مقررات که روی تجارت ما اثر گذار است، سازگار بوده و قابل پیش گوئی میباشد)	ارزیابی وضعیت سرمایه گذاری بانک جهانی	13 فیصد 2008	25 فیصد
		تعداد سرمایه گذاران خصوصی شرکت ها، تصدی ها ویا پروژه های انکشافی را وزارت تجارت و صنایع را اجاره گرفته و یا استفاده مینمایند.	ریاست امور تکنیکی صنایع وزارت تجارت و صنایع	4 سرمایه گذار	8 سرمایه گذار
2	بهبود رقابت بین المللی و افزایش تجارت	افزایش درجه تجارت از طریق سرحدات	شاخص های انجام تجارت بانک جهانی	مقام 183 در سال 2011	مقام 150 ویا بالاتر از آن
		الحاق افغانستان در سازمان جهانی تجارت	ریاست تجارت بین المللی، وزارت تجارت و صنایع و سازمان تجارت جهانی	عضویت را حاصل نه نموده است	دریافت عضویت
		تطبیق موفقانه APTTA	گروپ های تاجران	شکایات تاجران در مورد عدم همکاری دولت پاکستان	عدم موجودیت شکایات
		فیصدی تاجران افغان که دارای تصدیق نامه کیفیت شناخته شده بین المللی میباشد	ارزیابی وضعیت سرمایه گذاری بانک جهانی	5% (2008)	7 %
3	صنعتی ساختن افغانستان ذریعه تعویض واردات با	تعیین سکتور های اساسی برای واردات بدیل که در پالیسی شناسائی گردیده است.	پالیسی تجارت ، وزارت تجارت و صنایع بانک جهانی	عدم موافقت روی سکتور های اساسی	موافقت روی سکتور های اساسی
		کاهش کسر تجارت الی 5 فیصد (123 ملیون)	ارقام احصائیوی IMF	\$.2.45 ملیارد	\$2.33 ملیارد

شماره	اهداف استراتژیک	شاخص های کلیدی اجرات	منابع	اساس	هدف (2015)
	تولیدات داخلی				
4	اطمینان از فعالیت عادلانه و مساویانه سکتور خصوصی ؛	تطبیق قانون رقابت	ریاست تقنین، وزارت عدلیه	تنفیذ قانون کهنه رقابت	تنفیذ قانون جدید رقابت
		تطبیق قانون حمایت مستهلکین	ریاست تقنین، وزارت عدلیه	تنفیذ قانون کهنه حمایت مستهلکین	تنفیذ قانون جدید
		تدویر برنامه تحقیقاتی آزمایشی در مورد فعالیت های غیررقابتی توسط ریاست توسعه رقابت و حمایت از مستهلکین	ریاست حمایت مستهلکین و توسعه رقابت	صفر برنامه تحقیقاتی	تکمیل سه برنامه تحقیقاتی آزمایشی
		فیصدی زنان افغان تجارت پیشه	ارزیابی وضعیت سرمایه گذاری بانک جهانی	3% (2008)	6%
5	رشد بمنظور کاهش فقر	فیصدی رشد تولیدات ناخالص داخلی میان سال های 2011 الی 2014 از اثر محصولات زراعتی و سایر سکتور های مربوطه(پروسس مواد زراعتی ، کشمیره، قالین و غیره)	ضمایم احصائیوی IMF	لازم است تا تولیدات مواد غذایی و نوشابه و غیره محاسبه گردیده و شامل گردد	20%
		افغانستان توانسته است کمتر از 50 را در برنامه پیمایش کیفیت اقتصادی حاصل نماید	پیمایش کیفیت اقتصادی	معلومات ابتدایی وجود ندارد	به نمبر 50 ویا معادل به کشور های مشابه
6	انکشاف اقتصاد بازار و افزایش آگاهی در مورد چگونگی فعالیت آن	ایجاد و تکمیل ریاست اطلاعات و ارتباط عامه	تعداد پست های این ریاست با استخدام کارکنان مستعد تکمیل شده است	صفر پست	حداقل 10 پست تکمیل شود
		فیصدی کارکنان وزارت تجارت و صنایع که با این بیانیه موافق هستند " من میتوانم واضحاً مسیر کاری وزارت ویا اداره خویش (مثلاً دیدگاه، ارزش ها ویا ماموریت) را بیان نمایم"	سروی کارکنان وزارت	77 فیصد کارکنان وزارت تجارت و صنایع	95 فیصد کارکنان

4.2 شاخص های کلیدی اجراءات برای هدف حمایتی وزارت تجارت و صنایع

شماره	هدف استراتژیک	شاخص های کلیدی اجراءات	منبع	اساس	هدف (2015)
7	وزارت تجارت و صنایع ظرفیت کاری لازم را جهت پیشبرد نقش خویش دارد	تطبیق پیشنهادات سیستم جدید رتب و معاشات با رعایت قناعت کمیسیون مستقل اصلاحات اداری و خدمات ملکی	ارزیابی کمیسیون مستقل اصلاحات اداری و خدمات ملکی	شش ریاست تحت پروسه اصلاحات قرار گرفته اند	تمام ریاست ها، آمریت ها و بخش های وزارت تحت پروسه اصلاحات قرار گرفته اند
		وزارت تجارت و صنایع مستحق دریافت فواید برنامه ارتقای ظرفیت بانک جهانی گردیده است (از سال 2011 الی 2012 آغاز میگردد)	دفتر کابل، بانک جهانی	هیچ پست تا حال ذریعه این برنامه حمایت نه گردیده است	حداقل 20 پست توسط این وجوه مالی حمایت گردیده است.
		فیصدی کارکنان وزارت تجارت و صنایع که با " من توانائی دریافت آموزش در وظیفه را دارم تا شیوه کاری خویش را بهبود بخشم" موافق اند	برنامه سروی کارکنان وزارت تجارت و صنایع	61 فیصد کارکنان وزارت	80 فیصد کارکنان وزارت
		فیصدی کارکنان وزارت با اینکه " جریان موثر معلومات اساسی توسط مسئولین بلندرتبه به کارکنان صورت میگیرد" موافق اند	برنامه سروی کارکنان وزارت تجارت و صنایع	59 فیصد کارکنان وزارت	75 فیصد کارکنان