

دامنه کاربرد

کلیه تولیدکنندگان قطعات خودرو طرف قرارداد با تولیدکنندگان خودرو ایرانی جزو دامنه کاربرد این استاندارد قرار می‌گیرند. (۸)

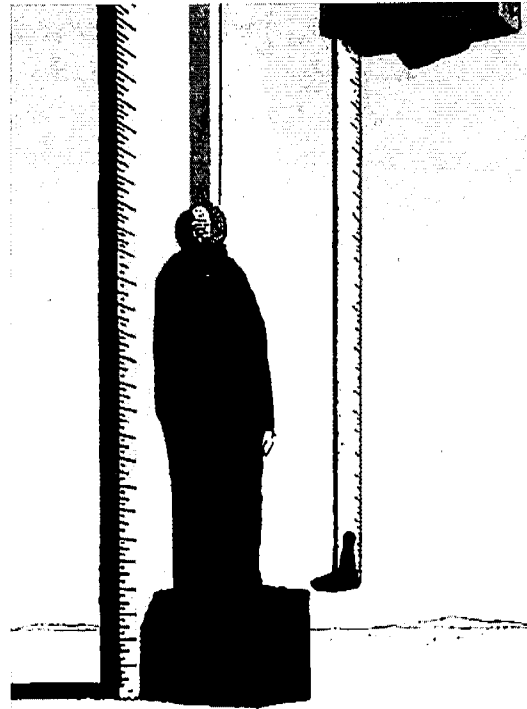
الگوی تعالی سازمانی

یکی از نیازهای بنگاه‌های تجاری دارای نظام کیفیت در جوامع صنعتی، ارتقا و تعمیق نظام کیفیت به موازات رشد آنان است. از طرفی نظام‌های مدیریت کیفیت در مورد برخی از فعالیت‌های بنگاه‌های تجاری نکته‌ای ندارند؛ بنابراین بنگاه‌های تجاری مختلف پس از رسیدن به درجه‌ای از بلوغ سازمانی این استانداردها را پاسخگوی نیازهای رو به تعالی خود نمی‌بینند. با توجه به این

موارد، وجود الگوهای عملی و اجرایی جهت استقرار نظام مدیریت جامع کیفی قابل ارزیابی ضرورتی برای پاسخگویی به نیاز بنگاه‌هاست. اولین گام اجرایی در این زمینه با تعریف الگوی جایزه «دینگ» در ژاپن برداشته شد؛ پس از آن در آمریکا و اروپا نیز الگوهایی برای پر کردن خلاء چنین جایزه بزرگی ارائه شد. جایزه کیفیت ملی مالکوم بالدريج (MBNQA) براساس نوعی الگوی ارزیابی سازمان‌ها در آمریکا تعریف شده است؛ و الگوی اروپایی آن در سال ۱۹۹۱ در نشست «بنیاد اروپایی برای مدیریت کیفیت» (EFQM) با عنوان «جایزه کیفیت اروپایی» (EQA) مطرح شد. این جوایز در کشورهای مختلف به برترین بنگاه‌های تجاری اعطا می‌شود که به نحو موثرتری عمل می‌کنند؛ الگوی «جایزه ملی تعالی سازمانی ایران» نیز از الگوی اروپایی آن (EFQM) اقتباس شد و از سال ۱۳۸۲ اعطای جوایز آن در ایران شروع شده است. در این الگو براساس ارزیابی بنگاه‌های تجاری و میزان نزدیکی آن‌ها به سه نوع تندیس (تندیس زرین برای بهترین بنگاه تجاری، تندیس سیمین برای بنگاه تجاری دوم و تندیس بلورین برای بنگاه تجاری سوم) و دو نوع گواهینامه تلاش در اجرای TQM در نظر گرفته شده است که به بهترین بنگاه تجاری در هر زمینه کاری مشروط به کسب حداقل امتیاز لازم ارائه می‌شود. در این الگو، ارزیابی براساس تلاش‌ها و فعالیت‌های بنگاه تجاری و نتایج حاصله انجام می‌شود. بخش‌ها و فعالیت‌ها یا اقدامات اجرایی بنگاه تجاری تحت عنوان توانمندسازی‌ها شامل پنج گروه معیار (رهبری، خط مشی و راهکار، مدیریت مشارکتی، منابع و فرآیندها) و نتایج حاصله از توانمندسازی‌ها شامل چهار گروه معیار (رضایت کارکنان، رضایت مشتری، تاثیر بر جامعه و نتایج) است که با چک لیست‌های، مخصوص توسط ارزیابان آموزش دیده ارزیابی و امتیاز دهی می‌شود. (۹)

مزایای به کارگیری این استاندارد عبارت‌اند از:

- انجام خود ارزیابی بر اساس این الگو به بنگاه تجاری کمک می‌کند تا



دامنه کاربرد

کلیه بنگاه‌های تجاری تولیدی و خدماتی که گام‌های اولیه برای استقرار نظام‌های مدیریتی مختلف را برداشته‌اند و نیاز به الگوهای تعالی برای رشد و بلوغ بنگاه تجاری دارند.

منابع:

- 1 - A. David, **Strategic Marketing Management and Quality Management Standard**, 4th ed., John Wiley & Son Inc., New York, (1996).
- 2 - D. Peter, **Building Successful Brand**, J. consum. Marketing, 7, 2, (1999).
- 3 - P. Kotler, **Marketing Management and Quality**, 9th ed., Printice Hall Inc., New York, (2001).
- 4 - Z. Aghajani, **Iso : Economic and Commercial Firms Need to Success**, Help line trust Conf., Pakistan, (2004).
- 5 - R. D. Buzzel, **Quality Assurance in Marketing and Contemporary Anlysis**, 2nd ed., Mc-Graw hill Inc., New york, (1997).
- 6 - Sykes, Alan O., **Product Standards for Internationally Integrated Goods Markets**, Washington D.C.: Brookings Institution (1995).
- 7 - Toth, Robert, editor, **Standards Activities of Organizations in the United States**, Special Publication 806 by NIST, Washington D.C.: U. S. Department of Commerce, (2000).
- 8 - R.E. Henber, **Standards and Trade-Who Really Care?**, Stanford university, (1998).
- 9 - W. Ussahawanitchakit, **Effectiveness of ISO 9000 Adoption, Export marketing Strategy, and Performance**, Washington State university, (2000).

وضع خود را نسبت به سازمان‌های موفق ارزیابی و نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کنند:

- وجود هدف در فرآیند استقرار انگیزه لازم جهت اعتلای بنگاه تجاری را برای مدیران و کارکنان ایجاد می‌کند؛
- فضای رقابتی کسب جوایز به تسریع در رشد بنگاه‌های تجاری کمک می‌کند که شعار «کیفیت، راه بدون پایان» را جامه عمل بپوشاند؛
- ارزیابی‌ها و گزارش آن فضای مناسبی جهت الگوبرداری از بهترین‌ها فراهم می‌کند؛ و
- کسب جوایز حاصل از مدل (باتوجه به دشواری دریافت آن) دستاورد بزرگی برای سازمان ایجاد می‌کند.

بازارشناسی: افغانستان

فاطمه مهدی پور تملی

(فوق لیسانس اقتصاد، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی)

شمال و غرب پاکستان واقع است. کابل پایتخت این کشور است. افغانستان دارای ۳۴ استان است و مساحتی بالغ بر ۶۴۷۵۰۰ کیلومتر مربع دارد. این کشور محصور در خشکی است و به آب های آزاد راهی ندارد.

همسایه های افغانستان عبارت اند از: پاکستان، تاجیکستان، ایران، ترکمنستان، ازبکستان و چین. قسمت اعظم این کشور تحت پوشش کوهستان های ناهموار است و تنها قسمت محدودی در مناطق شمالی و جنوب غربی این کشور دارای دشت های هموار است. از منابع

طبیعی افغانستان می توان به گاز

طبیعی، نفت، ذغال، مس، کرومیت،

تالک، باریت، سولفور، سرب، زنگ،

سنگ آهن، نمک و سنگ های

قیمتی و نیمه قیمتی اشاره کرد. (۱)

تعطیل ملی این کشور ۱۹ اوت یا

روز استقلال است که گرمی داشته

می شود. از نهادهای بین المللی که

افغانستان در آن ها عضویت دارد

می توان به سازمان کنفرانس

اسلامی، سازمان همکاری

اقتصادی (اگو)، گروه ۷۷، یونیدو،

آنکتاد، سازمان تجارت جهانی

(عضو ناظر) و ... اشاره کرد. (۲)

از بلایای طبیعی که کشور

افغانستان با آن مواجه است می توان

هدف از این بررسی، شناخت توانمندی های ایران و افغانستان در تجارت کالایی و بهره گیری از فرصت های فراروی دو کشور است. در این مقاله، با استفاده از شاخص «مزیت نسبی آشکار شده»، امکانات مبادلاتی ایران و افغانستان بر مبنای محاسبه پتانسیل های تجاری دو کشور بررسی می شود.

همچنین اقلام تجاری طرفین (بر مبنای کد شش رقمی) شناسائی شده، و بسترهای لازم جهت انعقاد یک موافقتنامه تجارت آزاد مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج این بررسی

حاکمی از آن است که اگر چه در

حال حاضر سهم دو کشور در

تجارت دوجانبه اندک است،

لیکن افزایش آن (به ویژه

صادرات غیرنفتی ایران به

افغانستان) می تواند تا دو برابر

تحقق یابد، و امکان

همکاری های متقابل و سرمایه

گذاری مشترک مورد توجه قرار

گیرد.

مروری بر شاخص های

اقتصادی، تجاری

افغانستان

موقعیت جغرافیایی

افغانستان در شرق ایران و در



توقع زلزله در کوه‌های هندوکوش، و همین‌طور سیل و خشکسالی اشاره کرد. افغانستان با مشکلات زیست- محیطی متعددی مواجه است که منابع محدود آب شیرین، کمبود آب آشامیدنی، چرای بیش از حد مراتع، جنگل زدائی و آلودگی هوا و آب از مهمترین آن‌ها هستند. قسمت اعظم جنگل‌های باقیمانده این کشور نیز در حال حاضر برای مصرف سوخت و مصالح ساختمانی در حال تخریب است. همان‌طور که پیشتر اشاره شد این کشور محصور در خشکی است و رشته کوه هندوکوش که از شمال شرقی تا جنوب غربی امتداد دارد استان‌های شمالی را از بقیه کشور جدا می‌کند.

بر اساس برآورد نیمه سال ۲۰۰۵، جمعیت افغانستان بالغ بر ۲۹/۹ میلیون نفر است که بیش از ۴۴ درصد این جمعیت کمتر از ۱۴ سال سن دارند. افراد ۶۴-۱۵ ساله، ۵۲/۹ درصد جمعیت را به خود اختصاص می‌دهد و ۲/۴ درصد مربوط به جمعیت بالای ۶۵ سال است. (۳) میزان رشد جمعیت (بدون لحاظ کردن جنگ و آثار ماندگار آن) بالغ بر ۴/۷۷ درصد است که در مقایسه با میانگین جهانی، بالاست. میزان مولود ۴۷/۰۲ در هر ۱۰۰۰ نفر جمعیت و میزان مرگ و میر نوزادان ۲۰/۷۵ در هر ۱۰۰۰ تولد است (نیمه سال ۲۰۰۵). امید به زندگی در بدو تولد ۴۲/۹ سال است که حتی در مقایسه با کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته نیز رقم مناسبی نیست. از نژادهای مختلفی که در این کشور زندگی می‌کنند می‌توان به پشتو (۴۲٪)، تاجیک (۲۷٪)، ازبک (۹٪)، ترکمن (۳٪)، بلوچ (۲٪) و سایر نژادها اشاره کرد. ۸۰ درصد مردم افغانستان پیرو تسنن، ۱۹ درصد شیعه و یک درصد باقیمانده، پیرو سایر ادیان هستند. زبان رسمی افغانستان پشتو است؛ ۳۵ درصد ساکنان این کشور به این زبان تکلم می‌کنند. در عین حال زبان‌های مختلفی نظیر فارسی دری، ترکی و ازبک، نیز در این کشور رایج است. (۴)

۳۶ درصد جمعیت بالای ۱۵ سال افغان سواد خواندن و نوشتن دارند که این رقم در مردها ۵۱ درصد، و در زنان ۲۱ درصد است.

موقعیت اقتصادی

چشم انداز اقتصادی افغانستان پس از سقوط طالبان به طور قابل توجهی دگرگون شد؛ این امر ناشی از کمک‌های بین‌المللی (بیش از دو میلیارد دلار)، بهبود بخش کشاورزی و احیای مجدد نهادهای بازار است.

به دلیل عدم دسترسی به منابع آماری و اطلاعاتی دقیق، امکان بررسی موشکافانه موقعیت اقتصادی این کشور میسر نیست، اما شواهد آماری سال‌های اخیر حاکی از آن است که تولید ناخالص داخلی این کشور از رقم چهار میلیارد دلار در سال ۲۰۰۲ به ۴/۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۳ افزایش یافته است که نشان‌دهنده رشد ۱۵ درصدی است. (۵) همچنین میزان رشد تولید ناخالص داخلی واقعی در فاصله سال‌های ۰۴-۲۰۰۳، ۷/۵ درصد برآورد شده است. سهم سرمایه‌گذاری داخلی در تولید ناخالص داخلی این کشور از ۱۹/۸ درصد در سال ۲۰۰۲ به ۳۷/۶ درصد در سال ۲۰۰۳ افزایش یافته است؛ افزایش

چشمگیر این رقم بیشتر به علت بازسازی ویرانی‌های جنگ و زیرساخت‌های اقتصادی این کشور بوده است. در سال‌های مورد بررسی، صادرات کالاها و خدمات در افغانستان به شرایط عادی خود بازگشته و سهم صادرات کالاها و خدمات در تولید ناخالص داخلی از ۳/۲ درصد در سال ۲۰۰۲ به ۱۲/۴ درصد در سال ۲۰۰۳ رسیده است. با این حال، موقعیت درآمدی و رفاهی مردم بهبود چندانی نیافته و سهم پس‌انداز ناخالص داخلی از تولید ملی در سال‌های مذکور به ترتیب ۱۵/۲- و ۱۳/۶- درصد بوده است.

ساختار اقتصاد

آمارهای بدست آمده در سال‌های ۰۳-۲۰۰۲، نشان‌دهنده بهبود نسبی در ساختار اقتصادی این کشور است. سهم بخش کشاورزی در تولید ناخالص داخلی از ۴۹/۱ درصد در سال ۲۰۰۲ به ۴۷/۲ درصد در سال ۲۰۰۳ کاهش و در مقابل سهم بخش صنعت از ۱۹/۸ درصد به ۲۰/۷ درصد افزایش یافته است. با این حال، سهم تولید کالاهای صنعتی در این مدت کاهش یافته است (از ۱۶ درصد به ۱۴/۹ درصد). سهم بخش خدمات تغییر چندانی نیافته و در حدود ۲۹ درصد ثابت باقی مانده است. در سال ۲۰۰۳، تمام بخش‌های اقتصادی این کشور رشد داشته است؛ میزان رشد بخش‌های کشاورزی، صنعت، صنایع کارخانه‌ای و خدمات به ترتیب ۱۳/۳، ۱۱/۹، ۷/۴ و ۱۶/۶ درصد بوده است. در مجموع پیش‌بینی‌های بانک جهانی نشان می‌دهد که این کشور طی سال‌های ۰۷-۲۰۰۳ به طور متوسط رشد سالیانه‌ای حدود ۱۲/۳ درصد خواهد داشت.

تجارت خارجی

به‌رغم رشد قابل ملاحظه در ارزش صادرات کالاها و خدمات، واردات افغانستان در فاصله سال‌های ۰۴-۲۰۰۲ به دلیل نیاز شدید این کشور به اقلام وارداتی، به شدت افزایش یافت که در نهایت منجر به دو برابر شدن کسری تراز تجاری شد، به نحوی که ارزش این کسری در سال ۲۰۰۳ از مرز ۲/۵ میلیارد دلار گذشت. بدین ترتیب به‌رغم افزایش چشمگیر خالص نقل و انتقالات جاری (که بیشتر به دلیل کمک‌های بین‌المللی صورت پذیرفته)، تراز حساب جاری افغانستان در سال مذکور همچنان با کسری همراه بود و خالص ذخایر آن نیز کاهش یافت.

چشم‌انداز آتی

افغانستان در ربع قرن گذشته به شدت در معرض جنگ‌ها و بحران‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی قرار داشته و در حال حاضر یکی از فقیرترین کشورهای جهان به شمار می‌رود. (۶) ریسک مالاریا و بیماری‌های عفونی در این کشور همچنان بالاست. احتمالاً در سال‌های باقیمانده این دهه همچنان شاهد کمک‌های بین‌المللی به افغانستان در جهت بالا بردن استانداردهای زندگی مردم این کشور خواهیم بود. در حال حاضر، بخش عمده‌ای از جمعیت با مشکلات

جدول (۱) - ظرفیت صادراتی افغانستان به ایران (۲۰۰۱-۱۹۹۷)

(هزار دلار)

ظرفیت استفاده نشده	صادرات افغانستان به ایران	پتانسیل کامل تجاری	واردات ایران	صادرات افغانستان	کد کالا
108	368	476	476	988	121190
0	838	838	26063	838	845210
0	419	419	1323810	419	100630
56	230	286	17083	286	522810
0	240	240	4996	240	850910
0	234	234	3684	234	900319
0	233	233	1877	233	960711
54	159	213	48966	213	901839
0	191	191	21418	191	91030
0	171	171	2191	171	830110
0	145	145	1092	145	850940
0	141	141	672	141	550820
0	110	110	21339	110	370390
0	107	107	68354	107	871499
0	105	105	8214	105	560600
0	102	102	31251	102	900912
0	100	100	1216	100	960839
0	87	87	418	87	540120
0	87	87	248	87	960622
0	82	82	469	82	540620
0	81	81	11470	81	080110
0	63	63	574	63	821192
0	56	56	1322	56	851210
0	53	53	19334	53	902130
218	4402	4620	1616537	5132	جمع

منبع: PC-TAS 2002

- ۱- ظرفیت سازی اجتماعی و انسانی شامل حمایت اجتماعی از آموزش و بهداشت؛
 - ۲- بهبود زیرساخت های فیزیکی و استفاده از منابع طبیعی، ساختمان، نیرو، حمل و نقل، آبیاری، زیرساخت های روستایی و غیره؛
 - ۳- توسعه بخش خصوصی؛ تجارت و سرمایه گذاری؛ و
 - ۴- بهسازی فضای امنیتی و قضائی کشور.
- همچنین برنامه های «اولویت ملی پانزدهم» به منظور بهبود فرایند اصلاحات اعلام شده است که در آن هشت برنامه ملی به شرح زیر وجود دارد:
- ۱- برنامه اشتغال فوری در سطح ملی؛

کامبود مسکن، آب سالم و پاکیزه، برق، خدمات پزشکی، و اشتغال مواجه اند؛ از این رو، دولت این کشور همراه با اعطا کنندگان مالی، خود را موظف به بهبود دسترسی مردم به این نیازهای اولیه می دانند و برای این کار در سال آتی (سال ۲۰۰۶) به زیرساخت های توسعه، آموزش، ساختمان سازی، برنامه های اشتغال زائی و اصلاحات اقتصادی اولویت داده می شود. پس از سرنگونی رژیم طالبان، دولت جدید اقدام به طراحی برنامه توسعه ملی با عنوان "چشم انداز استراتژیک بلندمدت ملی" کرد. برخی از اقدامات مهم نیز در سه سال گذشته اجرا شده است، با این حال چالش های فراوانی بیش روی این کشور قرار دارد. برنامه توسعه ملی، اهداف مهم زیر را دربر می گیرد:

۲- برنامه یکپارچگی ملی؛

۳- برنامه گسترش و بهبود حمل و نقل؛

۴- برنامه ارتقای آموزش (کمی و کیفی)؛

۵- برنامه نیرو و تامین آب؛

۶- برنامه ثبات افغانستان؛

۷- برنامه امکان سنجی؛ و

۸- برنامه تغذیه و بهداشت.

علاوه بر اقدامات مورد نظر در برنامه مذکور، اخیراً طرح‌های جدید اولویت دار در سطح ملی نیز، به شرح زیر، مد نظر قرار گرفته است:

۱- برنامه توسعه تخصص‌های ملی؛

۲- برنامه پیشگیری از آسیب‌پذیری ملی؛

۳- برنامه کشاورزی ملی؛

۴- برنامه بهبود ساختار حقوقی و قضائی؛

۵- برنامه تامین آب آشامیدنی شهری و روستایی؛

۶- برنامه توسعه شهری؛ و

۷- برنامه توسعه بخش خصوصی.

هدف از ارائه این برنامه‌ها، شتاب بخشیدن به انتقال افغانستان

از وضع فعلی به توسعه پایدار است، از این رو، دولت معتقد است که برای گذار از مرحله فعلی، کمک‌های بلندمدت خارجی عاملی مهم و تعیین‌کننده است و بنابراین رقمی در حدود ۳۲ میلیارد دلار برای هزینه‌های جاری و سرمایه‌ای و توسعه‌ای هفت سال آینده پیش‌بینی شده است.

روابط تجاری با ایران

جدول (۱) ظرفیت صادراتی افغانستان به ایران را در مقابل صادرات تحقق یافته این کشور به ایران نشان می‌دهد. شایان ذکر است که درصد مهمی از صادرات افغانستان را کالاهای قاچاق از جمله تریاک تشکیل می‌دهد که در آمارهای رسمی منعکس نمی‌شود. همانطور که جدول (۱) نشان می‌دهد، صادرات این کشور اقلام محدودی را شامل می‌شود به طوری که وجه اشتراک کالاهای صادراتی افغانستان به دنیا، و کالاهای وارداتی ایران از دنیا تنها مشتمل بر ۲۴ قلم کالا است. (این در حالی است که واردات ایران از دنیا طی دوره مذکور از ۱۰۰۰ قلم کالا نیز فراتر رفته است). با فرض تحقق کامل پتانسیل، افغانستان امکان صادرات ۴/۶ میلیون دلار کالا به ایران را دارد که فاصله چندانی با صادرات بالفعل این کشور به ایران (۴/۴ میلیون دلار) ندارد.

در مقابل، صادرات ایران به افغانستان از تنوع و ارزش بسیار بالاتری برخوردار است. همانگونه که در جدول (۲) ملاحظه می‌شود، بالغ بر ۱۷۸ قلم کالا (بر اساس کد شش رقمی) با ارزش بالاتر از ۵۰ هزار دلار در فاصله سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۹۹ به این کشور صادر شده است که ارزش کل سالیانه این اقلام بطور متوسط حدود ۸۱ میلیون دلار است. در عین حال ۱۶۷ قلم کالای دیگر نیز با ارزش کمتر از ۵۰ هزار دلار طی سال‌های مذکور به افغانستان صادر شده که به دلیل

پائین بودن میانگین ارزش کل آن‌ها (حدود پنج میلیون دلار) از فهرست اقلام ارائه شده در جدول (۲) حذف شده‌اند.

بدین ترتیب در این سال‌ها، ایران حدود ۳۴۵ قلم کالا به افغانستان صادر کرده که به طور متوسط ارزشی بیش از ۸۵ میلیون دلار داشته است. در میان اقلام صادراتی ایران، ۲۰ قلم کالای مهم صادراتی کشور در طی دوره مذکور به طور متوسط ۴۰/۶ میلیون دلار ارزش داشته‌اند که بیش از ۵۰ درصد ارزش کل صادرات کشور به افغانستان را پوشش می‌دهد. این اقلام به ترتیب ارزش در ردیف‌های ۱ تا ۲۰ جدول (۲) ارائه شده‌اند. با این حال ارزش کل صادرات ایران به افغانستان (۲۲۱ میلیون دلار در سال ۲۰۰۳) در مقایسه با ارزش کل واردات افغانستان (بیش از ۱/۶ میلیارد دلار در همان سال) حاکی از آن است که سهم ایران از واردات این کشور در حدود ۱۳/۶ درصد است که نشان دهنده موقعیت مناسب ایران در بازار افغانستان است؛ با توجه به روند رو به رشد واردات این کشور (در سال ۲۰۰۴ حدود ۱۰۰ درصد افزایش یافته و به بیش از سه میلیارد دلار رسیده است)^(۷)؛ نوید ظرفیت‌های صادراتی بسیار بالاتری را به ایران می‌دهد. از این رو، به منظور بررسی دقیق‌تر موضوع به برآورد پتانسیل تجاری پرداخته‌ایم.

ارزیابی پتانسیل صادراتی ایران به افغانستان

برای ارزیابی فرصت‌های صادراتی ایران به افغانستان، ابتدا «مزیت‌های نسبی آشکار شده» دو کشور شناسایی، و سپس پتانسیل صادراتی اقلام مزیت‌دار به روش ساده محاسبه شده است.

شناسایی اقلام مزیت‌دار

به منظور شناسایی اقلام مزیت‌دار صادراتی (ایران) و وارداتی (افغانستان) از شاخص "مزیت نسبی آشکار شده" برای صادرات و واردات دو کشور بهره‌برده‌ایم. مفهوم مزیت نسبی آشکار شده به طور گسترده‌ای در فرم شاخص بالاسا برای تعیین بخش‌های قوی و ضعیف کشورها بکار می‌رود. در متون اقتصادی، بکارگیری این شاخص برای بررسی و تجزیه و تحلیل الگوهای تخصص‌گرایی کشورها، متداول است. اگرچه، لایزنر نخستین کسی بود که این شاخص را بکار گرفت، به «شاخص بالاسا» معروف است و به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$RCA_i^j = (X_i^j / X_j^j) / (X_i^w / X_j^w)$$

که در آن:

X_i^j : ارزش صادرات کالا توسط کشور i ؛

X_j^j : ارزش کل صادرات کشور j ؛

X_i^w : ارزش صادرات جهانی کالای x ؛ و

X_j^w : ارزش کل صادرات جهانی.

مقدار این شاخص می‌تواند بین صفر و ∞ قرار گیرد. مقدار کمتر از یک این شاخص نمایانگر آن است که کشور مورد نظر در مقایسه با اقتصاد جهانی در بخش‌های مذکور از درجه تخصص‌گرایی

جدول (۲) - صادرات تحقق یافته ایران به افغانستان (۲۰۰۳-۱۹۹۹)*

(هزار دلار)

ردیف	کد کالا	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	جمع ۵ سال	میانگین دوره
1	300390	238	575	2149	8273	9554	20789	4157.8
2	151620	402	3513	4431	6734	4502	19582	3916.4
3	300490	0	216	686	6377	8835	16114	3222.8
4	340219	42	308	1450	3894	10396	16090	3218
5	570299	950	702	636	4411	8282	14981	2996.2
6	252329	830	4585	1484	2039	2990	11928	2385.6
7	871120	0	0	72	1125	8885	10082	2016.4
8	570292	417	527	416	2260	6423	10043	2008.6
9	190530	560	1436	1440	3211	3029	9676	1935.2
10	620690	0	0	0	185	9352	9537	1907.4
11	510820	0	0	0	8179	0	8179	1635.8
12	271000	0	3795	707	906	2393	7801	1560.2
13	300410	0	328	1195	2002	3744	7269	1453.8
14	620113	0	0	0	5687	772	6459	1291.8
15	570490	0	212	695	3738	1791	6436	1287.2
16	610439	0	0	0	91	6056	6147	1229.4
17	170490	404	804	485	1204	3177	6074	1214.8
18	252390	54	563	541	841	3475	5474	1094.8
19	401120	129	1722	1123	1959	520	5453	1090.6
20	220210	29	114	246	1766	2869	5024	1004.8
21	330510	293	621	749	1640	1577	4880	976
22	340120	154	421	353	2043	1639	4610	922
23	200290	130	469	710	1355	1668	4332	866.4
24	040700	0	11	146	1564	2558	4279	855.8
25	870210	0	0	0	350	3742	4092	818.4
26	271320	0	123	148	903	2847	4021	804.2
27	340119	232	183	399	1144	2057	4015	803

دنباله جدول (۲)

ردیف	کد کالا	1999	2000	2001	2002	2003	جمع ه سال	میانگین دوره
28	610339	0	108	0	1758	2134	4000	800
29	151219	132	957	1195	634	752	3670	734
30	854419	31	77	508	0	3034	3650	730
31	170410	179	1027	730	1114	530	3580	716
32	401140	86	498	381	1168	1429	3562	712.4
33	761490	0	0	0	170	3064	3234	646.8
34	330125	0	0	0	0	3198	3198	639.6
35	854420	0	28	279	976	1810	3093	618.6
36	340211	0	0	15	2917	0	2932	586.4
37	340111	682	995	178	391	608	2854	570.8
38	200980	5	56	95	651	2016	2823	564.6
39	300339	42	519	1334	436	440	2771	554.2
40	690890	129	61	77	698	1778	2743	548.6
41	510910	0	72	62	704	1848	2686	537.2
42	150790	0	69	106	1037	1429	2641	528.2
43	510990	7	3	0	0	2620	2630	526
44	620339	42	1319	0	152	889	2402	480.4
45	870110	0	0	0	103	2252	2355	471
46	620640	0	46	0	0	2295	2341	468.2
47	620319	0	451	0	0	1885	2336	467.2
48	580410	11	18	34	808	1440	2311	462.2
49	610433	2	452	0	1205	599	2258	451.6
50	190590	160	300	325	516	943	2244	448.8
51	732690	7	20	23	186	1976	2212	442.4
52	180690	59	110	168	329	1526	2192	438.4
53	721633	8	6	4	590	1577	2185	437
54	392059	0	76	17	567	1306	1966	393.2
55	761519	87	165	72	525	1037	1886	377.2
56	401110	83	404	491	295	568	1841	368.2
57	392329	331	293	158	218	839	1839	367.8
58	080250	0	0	0	61	1704	1765	353
59	640299	0	0	193	171	1376	1740	348
60	620469	13	10	7	0	1692	1722	344.4
61	851790	310	527	205	387	277	1706	341.2
62	731100	6	8	1	331	1354	1700	340
63	401150	70	107	211	641	631	1660	332
64	071320	0	0	9	1333	308	1650	330
65	620111	0	0	0	202	1443	1645	329
66	730890	0	36	26	18	1515	1595	319
67	630140	48	34	94	391	985	1552	310.4
68	730830	0	2	19	432	1067	1520	304
69	540744	0	37	179	920	343	1479	295.8
70	080410	104	259	225	385	462	1435	287
71	310210	0	0	0	1203	220	1423	284.6
72	640419	0	0	0	15	1339	1354	270.8

دنیاله جدول (۲)

ردیف	کد کالا	1999	2000	2001	2002	2003	جمع ه سال	میانگین دوره
73	190219	133	160	94	403	541	1331	266.2
74	392490	416	477	46	135	198	1272	254.4
75	020712	0	0	34	1115	105	1254	250.8
76	630190	0	37	136	367	695	1235	247
77	392410	57	182	247	270	464	1220	244
78	700490	2	157	273	370	410	1212	242.4
79	640291	0	0	0	42	1127	1169	233.8
80	200970	0	3	7	362	783	1155	231
81	854459	0	0	1	124	1008	1133	226.6
82	460199	421	158	35	283	222	1119	223.8
83	847759	0	0	10	0	1103	1113	222.6
84	190490	20	46	41	324	629	1060	212
85	210220	6	79	206	253	502	1046	209.2
86	690410	0	5	0	632	399	1036	207.2
87	640590	0	0	0	0	1014	1014	202.8
88	640199	95	260	130	251	268	1004	200.8
89	510710	0	9	0	443	551	1003	200.6
90	731010	0	134	203	346	317	1000	200
91	392690	267	86	58	266	305	982	196.4
92	090230	115	379	16	281	190	981	196.2
93	510610	108	132	300	101	335	976	195.2
94	110100	7	370	562	0	14	953	190.6
95	721610	3	87	53	323	377	843	168.6
96	320890	0	4	4	382	445	835	167
97	610319	0	2	0	0	833	835	167
98	320990	25	5	34	229	522	815	163
99	560749	180	173	82	51	319	805	161
100	291732	0	79	68	310	340	797	159.4
101	611090	0	248	146	61	337	792	158.4
102	390410	0	38	53	355	321	767	153.4
103	681099	0	0	0	189	578	767	153.4
104	300431	0	343	394	0	0	737	147.4
105	330499	12	117	136	135	337	737	147.4
106	630533	108	196	35	205	192	736	147.2
107	391733	17	203	170	256	87	733	146.6
108	841829	148	172	138	53	222	733	146.6
109	690810	17	24	41	342	307	731	146.2
110	252020	24	43	57	155	451	730	146
111	070190	0	0	371	329	29	729	145.8
112	842920	0	0	0	171	555	726	145.2
113	560210	13	13	24	670	0	720	144
114	300439	92	86	211	18	312	719	143.8
115	640219	0	0	0	0	718	718	143.6
116	040210	0	21	301	214	172	708	141.6
117	340290	46	77	146	170	261	700	140

دنباله جدول (۲)

ردیف	کد کالا	1999	2000	2001	2002	2003	جمع ۵ سال	میانگین دوره
118	620219	0	0	0	375	306	681	136.2
119	271210	22	30	147	234	235	668	133.6
120	300310	101	101	0	113	333	648	129.6
121	080810	33	84	138	117	274	646	129.2
122	391721	2	12	104	64	441	623	124.6
123	730900	12	71	74	189	277	623	124.6
124	850710	0	127	99	254	141	621	124.2
125	200559	0	0	16	86	508	610	122
126	730120	4	19	85	237	242	587	117.4
127	391739	75	92	23	135	254	579	115.8
128	190211	66	116	70	38	254	544	108.8
129	010592	0	0	0	0	533	533	106.6
130	620193	0	0	0	0	528	528	105.6
131	680710	62	13	73	92	288	528	105.6
132	482020	131	224	83	58	3	499	99.8
133	640192	90	5	0	309	86	490	98
134	847439	0	0	0	6	477	483	96.6
135	220290	0	79	49	159	174	461	92.2
136	610459	36	313	0	67	45	461	92.2
137	853650	0	4	0	262	191	457	91.4
138	300290	9	162	276	5	0	452	90.4
139	847431	0	0	0	36	407	443	88.6
140	870899	5	19	180	43	187	434	86.8
141	702000	0	0	0	2	428	430	86
142	380810	2	13	16	46	343	420	84
143	392099	0	6	0	116	295	417	83.4
144	251690	2	10	0	3	396	411	82.2
145	510720	0	0	0	409	0	409	81.8
146	721420	0	0	0	0	394	394	78.8
147	610312	0	393	0	0	0	393	78.6
148	843210	21	11	7	113	229	381	76.2
149	391729	88	125	14	42	111	380	76
150	871419	7	4	12	79	277	379	75.8
151	621050	0	0	2	268	106	376	75.2
152	842940	0	0	0	171	195	366	73.2
153	847480	0	1	0	20	343	364	72.8
154	860900	0	4	0	144	212	360	72
155	620199	0	1	105	0	253	359	71.8
156	392190	33	2	0	120	201	356	71.2
157	391723	0	0	39	64	241	344	68.8
158	560741	26	32	32	96	153	339	67.8
159	790700	0	26	50	83	162	321	64.2
160	620439	54	98	0	0	163	315	63
161	640411	28	137	2	101	41	309	61.8
162	842381	0	0	0	23	279	302	60.4

ردیف	کد کالا	۱۹۹۹	۲۰۰۰	۲۰۰۱	۲۰۰۲	۲۰۰۳	جمع ۵ سال	میانگین دوره
164	871640	0	0	7	0	287	294	58.8
165	841810	0	63	0	15	215	293	58.6
166	848049	0	0	0	0	293	293	58.6
167	841850	0	0	0	12	279	291	58.2
168	200799	14	23	14	34	203	288	57.6
169	490199	0	37	0	34	217	288	57.6
170	540710	2	0	3	137	134	276	55.2
171	200899	0	0	0	66	208	274	54.8
172	842952	0	0	0	60	212	272	54.4
173	846490	0	0	0	4	268	272	54.4
174	732111	6	14	7	54	185	266	53.2
175	510220	13	17	4	73	153	260	52
176	320490	43	53	24	31	102	253	50.6
177	611599	36	36	11	77	92	252	50.4
178	610333	0	225	0	8	17	250	50
جمع	85312.6							

منبع: PC-TAS 2004

* اقلامی که میانگین پنج ساله واردات آن‌ها کمتر از ۵۰ هزار دلار بوده، در جدول آورده نشده اند.

نظیر پاکستان، آمریکا، کره جنوبی و ترکیه به ترتیب با سهمی معادل ۲۵/۲، ۸/۷، ۷/۷ و ۴/۱ درصد از واردات این کشور در سال ۲۰۰۴ به عنوان رقبای اصلی ایران در دسترسی به بازار افغانستان تلقی می‌شوند.

پیشنهادها

۱- با توجه به دوران سازندگی افغانستان، اقلامی نظیر انواع سیمان، گچ، سایر مصالح ساختمانی، گریدر، بلدوزر، دیگر وسایل راه سازی و غیره از مهمترین اقلامی است که امکان صدور آن‌ها به این کشور وجود دارد و در مواردی که ظرفیت‌های تولیدی ایران محدود باشد، می‌توان اقدام به سرمایه‌گذاری مشترک با افغانستان کرد.

۲- یکی از اقلام مهم وارداتی افغانستان داروها (کد ۳۰۰۳۹۰) است؛ روند صادرات ایران به افغانستان بر روی این ردیف تعرفه، رشد چشمگیری داشته است. از این رو شرکت‌های دارویی کشور می‌توانند نقش فعالی در رشد روزافزون صادرات به افغانستان ایفا کنند.

۳- اقلام بهداشتی نظیر انواع شوینده‌ها، و مواد ضد عفونی‌کننده از دیگر کالاهایی است که می‌تواند بازار این کشور را در اختیار داشته باشد.

۴- روند رشد صادرات منسوجات ایران (انواع کفپوش‌ها نظیر فرش، موکت و ...) موقعیت مناسبی را برای حضور گسترده تر در افغانستان فراهم آورده است.

۵- تجارت کالا با افغانستان تنها بخش ناچیزی از مجموع پتانسیل‌های اقتصادی ایران را به نمایش می‌گذارد. به ویژه بخش پوشاک و فعالیت‌های ساختمانی این کشور را می‌توان توصیه کرد.

کمتری برخوردار است. برعکس مقدار بالاتر از یک نشان‌دهنده آن است که کشور مورد نظر به طور نسبی در آن بخش‌ها از تخصص‌گرایی بالاتری برخوردار است.

بر اساس شاخص مذکور، اقلامی که ایران در آن‌ها دارای مزیت نسبی آشکار شده است و در عین حال افغانستان نیز در واردات این اقلام مزیت نسبی (مزیت نسبی وارداتی) ندارد^(۸)، مشخص شده‌اند که نتیجه آن در جدول (۳) آمده است. همانگونه که ملاحظه می‌شود ایران دارای توان صادراتی به ارزش متوسط ۱۶۹ میلیون دلار به افغانستان است که در مقایسه با میانگین ارزش صادرات تحقق یافته کشور طی سالهای ۲۰۰۳-۱۹۹۹ (۸۵ میلیون دلار) کمتر است؛ یعنی صادرات ایران به افغانستان می‌تواند تا دو برابر افزایش یابد.

با اضافه کردن ارزش اقلام صادراتی کشور در سال ۲۰۰۳ که در فهرست اقلام مزیت دار قرار ندارند (حدود ۱۰۰ میلیون دلار) ارزش کل پتانسیل صادراتی به افغانستان بالغ بر ۲۷۰ میلیون دلار خواهد بود که نشان دهنده امکان رشد ۱۸ درصدی (بر اساس ارزش‌های سال ۲۰۰۳)، در دسترسی به بازار افغانستان، است. به عبارت دیگر، ارزش صادرات ایران به افغانستان در سال ۲۰۰۳ می‌توانست به میزان ۵۰ میلیون دلار فراتر از رقم تحقق یافته آن (۲۲۱ میلیون دلار) باشد. شایان ذکر است که با توجه به رشد شتابان تجاری و اقتصادی افغانستان (و گذار از وضع بحرانی به توسعه ای) میانگین تجاری بدست آمده دارای انحراف (تورش) به سمت پائین است و انتظار می‌رود که با اجرای برنامه‌های توسعه ای افغانستان و حضور فعال ایران در عرصه تجارت، سرمایه‌گذاری و خدمات این کشور، مقام نخست را در عرصه مشارکت اقتصادی آن بدست آید. به ویژه آنکه کشورهایی

جدول (۳) - مزیت نسبی آشکار شده ایران در مقابل عدم مزیت افغانستان (۲۰۰۳-۱۹۹۹)

(هزار دلار)

کد کالا	شرح کالا	واردات افغانستان	میانگین صادرات ایران	RCA ایران	عدم مزیت افغانستان	بناسیل
040700	تخم پرندگان، با پوست، تازه، محفوظ شده یا پخته.	4100	16808.2	3.38	15.96	4100
070190	سببزمینی، تازه یا سرد کرده-- سایر	824	7402	1.39	2.50	824
070310	پیاز و موسیر	372	6068.6	1.34	1.40	372
071320	نخود رسمی (garbanzos)	501	38355.8	24.77	7.06	501
071390	سبزیجات غلاقدار خشک، غلافکنده، حتی پوستکنده یا لبه شده- سایر	962	1114.6	3.23	18.21	962
080250	پسته	1704	420947.8	147.89	11.94	1704
080410	خرما	462	27877	34.71	7.40	462
080711	هندوانه	431	11492.4	6.09	3.86	431
081090	سایر میوه‌ها، تازه	4464	4193.6	2.24	25.46	4193.6
090230	چای سیاه (تخمیر شده) و چای جزنا تخمیر شده، عرضه شده در بسته‌های اولیه که محتوی آن از ۳ کیلوگرم بیشتر نباشد	5125	7135.8	2.31	28.12	5125
121300	کاه و پوست غلات، آماده‌شده، حتی قطع‌مقطعه شده، آسیاب‌شده، فشرده شده (Pressed) یا به هم فشرده به شکل حبه	280	509	1.20	7.28	280
150790	روغن سویا و اجزاء آن، حتی تصفیه شده، ولی از لحاظ شیمیایی تغییر نیافته -- سایر	5479	5982.4	1.40	24.69	5479
151219	روغن دانه آفتابگردان، یا روغن پنبه دانه و اجزاء آنها، حتی تصفیه شده ولی از لحاظ شیمیایی تغییر نیافته-- سایر	752	11788	4.12	4.32	752
151620	چربی‌ها و روغن‌های نباتی و اجزاء آنها	70592	12207.2	1.70	249.45	12207.2
170410	ادامس (Chewing-gum) حتی پوشیده شده از قند و شکر	2985	3093.2	1.11	20.46	2985
190211	خمیرهای غذایی پخت‌نشده و پرنشده و آماده نشده به نحوی دیگر: -- حاوی تخم مرغ	254	4739.8	4.46	3.88	254
190219	خمیرهای غذایی پخت‌نشده و پرنشده و آماده نشده به نحوی دیگر: سایر	800	8719.4	1.50	2.44	800
190490	فرآورده‌های غلات که با عمل پفکردن یا نفت دادن به دست آمده باشند، غلات (غیر از ذرت) به صورت دانه یا به شکل فلس یا سایر دانه‌های کار شده-- سایر	930	2890	2.26	13.11	930
190530	بیسکویت‌هایی که به آنها مواد شیرین‌کننده افزوده‌اند؛ ویفلاها (Waffles) و ویفرها (Wafers):	4056	20937.2	1.24	4.73	4056
200290	گوجه فرنگی آماده یا محفوظ شده بجز در سرکه یا در جوهر سرکه، سایر	1668	33189.6	6.08	7.19	1668
200970	آب سیب	842	11447.4	2.45	2.93	842
200980	آب هر یک از میوه‌ها و سبزیجات	4721	5329.6	1.43	22.08	4721
210220	مخمرهای غیرفعال، سایر موجودات ذرهبینی تک سلولی مرده	502	1938	2.52	9.87	502
230220	سبوس، فضولات و سایر اخال، حتی به هم فشرده به شکل حبه یا گلوله که از الک‌کردن، آسیاب‌کردن یا از سایر عملیات بر روی غلات یا نباتات غلاقدار به دست می‌آیند-- از برنج	65	98.8	1.56	13.15	65
250900	گل سفید (Chalk)	1069	1303.6	3.11	42.63	1069
252020	گچ	522	1816	1.64	8.47	522
252321	سیمان سفید، حتی رنگ شده به طور مصنوعی	91	8274.8	7.05	1.05	91
252329	سیمان پرتلند -- سایر	28730	19881.8	1.61	38.58	19881.8

کد کالا	شرح کالا	واردات افغانستان	میانگین صادرات ایران	RCA ایران	عدم مزیت افغانستان	بتانسیل
252390	سایر سیمان‌های هیدرولیک (پرتلند)	3475	2301.4	2.00	50.26	2301.4
271210	وازلین	235	1936.2	4.20	5.60	235
271320	قیح نفت	3886	63337.4	9.57	9.16	3886
291732	اورتو فتالات‌های دی اکسید	430	3148	1.41	3.02	430
300310	دارو ها - دارای پنی‌سیلین‌ها یا مشتقات این محصولات با ساختار اسید پنی‌سیلانیك، یا استریتو مایسین‌ها یا مشتقات این محصولات	499	814.6	1.00	3.46	499
330125	روغن‌های آسانیسی - - از سایر نواعها	3198	3613	8.96	123.00	3198
340119	صابون‌ها؛ محصولات و فرآورده‌های آلی تانسپو اکتیف که مصرف صابون دارند، به شکل شمش یا میله، چونه، تکه یا به اشکال قالبی - - سایر	6710	2699.4	1.07	71.06	2699.4
340120	صابون‌ها به اشکال دیگر	2734	9392.4	2.23	14.78	2734
340219	مواد آلی تانسپو اکتیف، سایر	10396	18917.2	10.03	82.38	10396
392059	سایر صفحه‌ها، ورق‌ها، ورقه‌های نازک (Foil-Film)، باریکه‌ها و تیغه از مواد پلاستیکی غیر اسفنجی،	1306	4046.2	4.71	25.17	1306
392490	لوازم سرمیز، لوازم آشپزخانه، سایر اشیاء خانهداری و پاکیزگی، از مواد پلاستیکی - - سایر	5229	14251.6	1.60	7.57	5229
401390	لاستیک نوبی، از کائوچو - - سایر	62	984.2	2.04	1.75	62
460199	بافته‌ها و اشیاء همانند از مواد قابل بافت، حتی جفت و جور شده به شکل نوار - - سایر	222	758.8	9.13	28.80	222
510119	پشم، حلاجی‌نشده و شانه نزده - - سایر	153	687.8	3.08	4.65	153
510220	موی زبر حیوان	153	472.2	7.28	40.81	153
510910	نخ از پشم یا از موی نرم (کرک) حیوان، آماده شده برای خرده فروشی - دارای حداقل ۸۵ درصد وزنی پشم یا موی نرم (کرک) حیوان	2516	2966.4	9.61	172.07	2516
510990	نخ از پشم یا از موی نرم (کرک) حیوان، آماده شده برای خرده فروشی - - سایر	5677	920	2.59	376.59	920
540744	سایر پارچه‌های تار و بود باف، که دارای حداقل ۸۵ درصدوزنی رشته‌های نایلونی یا سایر پلی‌امیدها باشند - - چاپ‌شده	343	1127	2.32	21.47	343
570292	فرش و سایر کفپوشها از مواد نسجی - - از مواد نسجی سنتتیک یا مصنوعی	6423	26220.8	74.09	346.25	6423
570299	فرش و سایر کفپوشها - - از سایر مواد نسجی	8282	27448.8	56.96	154.58	8282
570490	فرش و سایر کفپوش‌ها، از نمند یا منگوله بافته‌نشده یا پرزپاشی‌نشده، حتی آماده مصرف - سایر	1791	9618.2	4.65	17.41	1791
570500	سایر فرش‌ها و کفپوش‌ها از مواد نسجی، حتی آماده مصرف	186	3255.4	1.35	1.71	186
580410	تورباف‌ها و سایر پارچه‌های توری	1449	21328.4	14.07	20.71	1449
610319	لباس به صورت دست، ژاکت، ژاکت، ورزشی، شلوار، شلوار سرهم دارای بند و پیش‌بند، نیم‌شلوار و شلوار خیلی کوتاه (غیر از لباس شنا)، مردانه یا پسرانه، کشیاف یا قلابیاف - - از سایر مواد نسجی	833	808	2.27	89.77	808
610339	ژاکت و ژاکت ورزشی مردانه - - از سایر مواد نسجی	2134	5180	10.25	245.90	2134
610419	لباس به صورت دست، زنانه یا دخترانه - - از سایر مواد نسجی	229	771.4	3.54	45.19	229
610433	ژاکت و ژاکت ورزشی زنانه و دخترانه - - از الیاف سنتتیک	599	4570.2	1.51	10.54	599

کد کالا	شرح کالا	واردات افغانستان	میانگین صادرات ایران	RCA ایران	عدم مزیت افغانستان	بناسیل
610439	ژاکت و ژاکت ورزشی زنانه و دخترانه -- از سایر مواد نسجی	6056	2159.4	1.92	332.72	2159.4
610799	شورت، زیرشلواری، پیراهن خواب، پیژاما، لباس حوله‌ای حمام، روبه‌شامیر و اشیاء همانند، مردانه یا پسرانه، کشیاف یا قلابیاف -- از سایر مواد نسجی	128	270.8	3.80	85.15	128
610899	زیردامنی یا زیرپیراهنی، شورت، پیراهن خواب، پیژاما، لباس حوله‌ای حمام، روبه‌شامیر و اشیاء همانند، زنانه یا دخترانه، کشیاف یا قلابیاف -- از سایر مواد نسجی	77	218.6	1.13	10.73	77
611212	گرمکن ورزشی به صورت دست، لباس اسکی به صورت دست و لباس‌شنا، کشیاف یا قلابیاف -- از الیاف سنتتیک	125	4115	2.09	1.01	125
611520	جوراب ساقه بلند و جوراب سه ربعی و زنانه که اندازه هر نخ یک لای آن کمتر از ۶۷ دسی تکس باشد.	180	1286.8	1.03	2.92	180
611599	جوراب شلوار، جوراب ساقه بلند، جوراب سه ربعی، جوراب ساقه کوتاه و سایر جورابها از جمله جوراب واریس، پاپوش بدون تخت، کشیاف یا قلابیاف -- از سایر مواد نسجی	284	10870.4	13.86	11.28	284
620219	پالتو، نیم پالتو، مانتو، ردا، شنل و شنل باشلق‌دار، انوراک (Anorak) (از جمله ژاکت اسکی)، بادگیر و اشیاء همانند، زنانه یا دخترانه -- از سایر مواد نسجی	306	2293	2.87	13.39	306
620319	لباس به صورت دست (Suits) مردانه یا پسرانه -- از سایر مواد نسجی	1885	2136.8	1.00	24.28	1885
620419	لباس به صورت دست (Suits) زنانه یا دخترانه -- از سایر مواد نسجی	208	4917.6	4.14	3.12	208
620690	پیراهن، بلوز، بلوز شمیم‌یه (Shirt blouse)، زنانه یا دخترانه -- از سایر مواد نسجی	9352	5676.4	1.86	47.40	5676.4
621139	گرمکن ورزشی به صورت دست، لباس اسکی به صورت دست و لباس‌شنا، سایر لباسها -- از سایر مواد نسجی	264	2043	1.10	10.34	264
621440	شال، اشارپ، دستمال‌گردن، کاشکول، چادر و روسری، مقنعه و روبند و نورصورت (Veil) و اشیاء همانند -- از الیاف مصنوعی	440	5279	9.63	14.41	440
621490	شال، اشارپ، دستمال‌گردن، کاشکول، چادر و روسری، مقنعه و روبند و نورصورت (Veil) و اشیاء همانند -- از سایر مواد نسجی	220	5048	5.10	8.42	220
630120	پتو و زیرانداز سفری (غیر از پتوی برقی)، از پشم یا از موی نرم (کرک) حیوان	387	958.6	2.16	16.01	387
630190	سایر پتوها و زیراندازهای سفری	1304	2819.4	6.41	57.50	1304
630319	پشتندری، پرده و پرده کرکره‌ای درونی؛ والان پرده یا تختخواب -- از سایر مواد نسجی	54	132.2	1.05	9.36	54
630533	جوال و کیمه برای بستن بندی-سایر، به دست آمده از نوار یا اشکال همانند از پلی‌اتیلن یا پلی پروپیلن	192	8739.2	3.67	1.77	192
640192	کفش‌های ضدآب با تخت بیرونی و رویه از کانوچو یا پلاستیک - که فوزک پارامی‌پوشاند ولی زانو را فرا نمی‌گیرد	86	1928.8	1.75	1.20	86
640199	کفش‌های ضدآب با تخت بیرونی و رویه از کانوچو یا پلاستیک، سایر	3345	26760.2	47.57	183.17	3345

پی نوشت ها:

۷- Import-based RCA که تحت عنوان "عدم مزیت نسبی وارداتی"

از آن یاد می‌شود، نمایانگر اقلامی است که سهم واردات کشور افغانستان در آنها بیش از میانگین سهم جهانی بوده است. روش محاسبه آن نیز عیناً مانند RCA است، با این تفاوت که بجای متغیر صادرات، از واردات استفاده می‌شود.

۸- شایان ذکر است که در کالاهایی نظیر گریدر و بلدوز با کد ۸۴۲۹۱۹، ایران اقدام به صادرات مجدد می‌کند چرا که جمع واردات ایران در این کالای طی دوره ۵ ساله (۲۰۰۳-۱۹۹۹) از دنیا بالغ بر ۱۱/۷ میلیون دلار، و جمع صادرات آن بالغ بر ۵/۳ میلیون دلار بوده است. البته بحث صادرات مجدد خللی در نتایج فراهم آمده ایجاد نمی‌کند.

1-www.cia.gov

۲- همان

3-www.worldbank.org

4-www.cia.gov

۵- بر اساس برآورد انجام شده در سال ۲۰۰۳، ۵۳ درصد جمعیت افغانستان در زیر خط فقر قرار دارند.

6.www.cia.gov

کد کالا	شرح کالا	واردات افغانستان	میانگین صادرات ایران	RCA ایران	عدم مزیت افغانستان	بنامسپیل
680919	اشیاء ساخته شده از گچ یا از ترکیباتی که اساس آنها گچ باشد -- سایر	128	915	1.08	3.22	128
690810	کاشی و چهار گوش (Tile)، مکعب بزرگ و کوچک و همانند، حتی به اشکالی غیر از مربع یا مربع مستطیل، که بزرگترین سطح آنها در مربعی با ضلع کمتر از ۷ سانتیمتر جای گیرد.	600	4511.4	3.74	4.71	600
700490	سایر شیشه‌ها	2666	7264.4	12.28	41.44	2666
720810	محصولات تخت‌نور نشده از آهن یا از فولادهای غیرمزوج، با پهنای ۶۰۰ میلیمتر یا بیشتر، گرم نور نشده، به صورت طومار (Coil)، فقط گرم‌نور نشده، دارای طرح و نقوش به صورت برجسته	76	1792.2	2.00	1.24	76
721633	پروفیل با مقطع H	1577	10380.6	1.53	4.21	1577
730590	سایر لوله‌ها (مثلاً، جوش داده شده، پرچ شده یا به طریق مشابهی مسدود شده)، با سطح مقطع عرضی منور، که قطر خارجی آن بیش از ۴۰۶/۴ میلیمتر باشد، سایر	1677	733.4	2.20	77.04	733.4
731100	ظروف چدنی، آهنی یا فولادی برای گازهای فشرده یا مایع شده	2581	4462.2	1.06	11.11	2581
732599	سایر مصنوعات ریخته‌گری از چدن، آهن یا از فولاد.	403	7021	1.16	1.78	403
741819	اشیاء سرمیز، اشیاء آشپزخانه یا سایر اشیاء خانوادگی و اجزاء و قطعات آنها، از مس؛ اسفنج، قاب دستمال، دستکش و اشیاء همانند برای پاک‌کردن ظروف، صیقل‌کردن یا مصارف همانند، از مس؛ لوازم بهداشتی یا پاکیزگی و اجزاء آنها، از مس -- سایر	218	3332.2	11.34	6.24	218
830400	قفسه بایگانی، قفسه جای فیش، کازبه و سینی جای اسناد، کاغذدان، قلمدان، جای مهر و ملزومات و تجهیزات همانند برای دفتر کار، از فلزات معمولی، باستثنای میلمان برای دفتر کار مشمول شماره ۰۳-۹۴.	282	1153.6	2.38	7.45	282
841829	یخچالها، فریزرها و سایر تجهیزات سردکننده یا منجمدکننده خانگی -- سایر	413	1362.6	1.90	7.52	413
842919	بولدوزر و انگلوزر -- سایر	412	1053.2	1.78	5.70	412
850433	ترانسفورماتور به قدرت بیشتر از ۱۶ کیلو ولت امپر و حداکثر ۵۰۰ کیلو ولت امپر	377	3105.2	1.51	2.81	377
854419	سیم عایق شده (از جمله سیم لعاب زده یا انودیزه)، کابل -- سایر	3034	2805.8	1.27	28.05	2805.8
870110	تراکتورهای کوچک قابل هدایت به وسیله انسان پیاده (Pedestrian controlled)	2252	1606.2	2.77	90.65	1606.2
870290	وسایل نقلیه موتوری برای حمل و نقل ده نفر یا بیشتر، باراننده -- سایر	285	4917.2	1.32	1.22	285
930630	سایر فشنگ‌ها و اجزاء و قطعات آنها	2027	1765.4	1.04	26.74	1765.4
169213	جمع					

منبع: PC-TAS 2004، محاسبات انجام شده

منابع:

- 1-World Bank, "Afghanistan Country Brief", July 2005.
- 2-Afghanistan at a glance
- 3-Afghanistan's Regional Economic Cooperation- Conference Report, May 2004.
- 4-UNDP (2004), Agreement Between Transitional Islamic State of Afghanistan.
- 5-PC-TAS (Trade Analysis System) 2002, 2004.
- 6-www.cia.gov
- 7-www.worldbank.org

۸. گمرک، سالنامه آمار بازرگانی، سال‌های ۸۲-۱۳۷۷.