



مياشتنی | Monthly | ماہنامہ

**بانک** The Bank

۲۰۱ کښه - ۱۴۴۵ شوال المکرم - ۱۴۰۳ وری

## په اسلامي بانکوالی کې د قرض الحسنه اهمیت

۸ مخ

**Factors Influencing Online Trust & Repeat Purchase Intention:  
A Study of Afghan Consumers**

P31



**پول ما، هویت ماست!**

**پول افغانی یکی از با ثبات ترین**

**پول های منطقه و جهان است.**



# د بانک

## لړلیک / فهرست

مخ

۱	د افغانستان بانک د سرپرست رئیس په مشرۍ د سوداگریزو بانکونو له استازو سره غونډه
۲	چگونگی تأسیس سازمان تجارت جهانی و نقش آن در توسعه تجارت
۸	په اسلامي بانکوالی کې د قرض الحسنه اهمیت
۱۱	نقش بانکهای مرکزی و سکتور بانکی در توسعه خدمات مالی
۱۵	بهار ۱۴۰۳ امید برای یک سال پربار برای افغانستان
۱۷	اقتصادی خبرونه
۲۱	په افغانستان کې د غیر نغدي معاملاتو فرصتونه او ننگونې
۲۳	هند د نړۍ د دریم اقتصاد په لور
۳۱	Factors Influencing Online Trust And Repeat Purchase

د امتیاز خاوند: د افغانستان بانک

کنټرولر: صدیق الله خالد، احمد جواد سداد او مفتي عبدالله آخندزاده

سرلیکوال: شفیق الله بارز

مسؤل مدیر: انور الله حیات

خبريال: سيد خالد خالقيار

ډيزاين: خالد احمد فيضي

فوټوژورناليسټ: زيرك مليا

د وېش مسؤل: نصرت الله احمدزی

د چاپ شمېر: ۱۲۰۰ ټوکه

کال: اولسم

پته: د افغانستان بانک

تېلېفون: ۰۰۹۳۰۲۰۲۱۰۴۷۶۱


فکس: ۰۰۹۳۰۲۰۲۱۰۰۳۰۵

برېښنالیک: [magazine@dab.gov.af](mailto:magazine@dab.gov.af)

وېب پاڼه: [www.dab.gov.af](http://www.dab.gov.af)

د ثبت کچه: ۶۵۸

د مضمونونو او مقالو مسؤلیت د لیکوالانو پر غاړه دی. د مجلې د مقالو او انځورونو کارول د سرچینې په ذکر کولو سره جواز لري. مسؤلیت مضامین و مقالات به نویسندگان آن بر می گردد. استفاده از مقالات و تصاویر مجله با ذکر مأخذ مجاز است.

Da Afghanistan Bank-YouTube 

[twitter.com/AFGCentralbank](https://twitter.com/AFGCentralbank) 

[www.facebook.com/AFGCentralbank](https://www.facebook.com/AFGCentralbank) 

# د افغانستان بانک سرپرست رئیس

## په مشرۍ د سوداگریزو بانکونو له استازو سره غونډه جوړه شوه

همکاری ډاډ ورکړ او د سوداگریزو بانکونو له استازو څخه یې وغوښتل چې د درنو هېوادوالو لپاره د غوره خدمتونو د وړاندې کولو زمینه برابره کړي. د یادونې وړ ده چې په دې غونډه کې د افغانستان بانک د بانکي څارنې لوی آمر ښاغلي عبدالرحمن قانت، د افغانستان د بانکونو ټولني او د سوداگریزو بانکونو استازو هم ګډون درلود.

محکمې رامنځته کولو، د پیسو لېږد ( ټي ټي)، د پورونو ورکولو په برخه کې د آسانتیاوو رامنځته کولو او یو شمېر نورو اړوندو برخو په اړه بحث او د نظرونو تبادلې تر سره شوه.

په دې غونډه کې د افغانستان بانک د ټولو سرپرست رئیس ښاغلي هدایت الله بدري پر ذکر شویو مواردو د بحث ترڅنګ د افغانستان بانک له اړخه د پوره

۱۴۴۵ د رمضان المبارک ۲۳ مه - د افغانستان بانک د سرپرست رئیس ښاغلي هدایت الله بدري په مشرۍ د سوداگریزو بانکونو له استازو سره د افغانستان بانک د عالي شورا په تالار کې غونډه جوړه شوه.

په یاده غونډه کې د صعب الحصول پورونو، د اسلامي بانکوالی محصولاتو، د بانکي ستونزو د حل په موخه د ځانګړې



## چگونگی تأسیس سازمان تجارت جهانی و نقش آن در توسعه تجارت

### مقدمه

تأسیس سازمان تجارت جهانی پیام آور یک نهاد بین المللی چند جانبه با چهره ای جهانی می باشد. وجود سازمان تجارت جهانی منجر به آزاد سازی تجارت شده است. سازمان تجارت جهانی همچنین دارای نهادهای با ساختار مناسب برای تضمین جهانی شدن اقتصادی و اجرای رژیم های تجاری بین کشورهای عضو

است. مناقشات بین کشورهای عضو توسعه یافته و در حال توسعه منجر به گسترش سازمان های اقتصادی منطقه ای شده است که گاهی اوقات سیاست های آنها با سیاست های سازمان تجارت جهانی مغایرت دارد. برای اینکه فعالیت سازمان تجارت جهانی موثر واقع شود، کشورهای عضو بخصوص کشورهای در حال توسعه باید از منافع خود نه تنها در

یک تجارت آزاد بلکه عادلانه اطمینان حاصل نمایند.

### معرفی سازمان تجارت جهانی

حقوق بین الملل تا حد زیادی حاکمیت دولت ها را بر امور داخلی آنها به رسمیت می شناسد. دولت ها همچنین بر حوزه قضایی داخلی خود اختیارات نامحدودی اعمال می کنند. این اصول به قدری در حقوق بین الملل مهم و به رسمیت شناخته

شده است که اهمیت حقوق عرفی بین المللی را به خود اختصاص داده است. در نتیجه، دولت‌ها مسئولیت کامل را بر عهده می‌گیرند و از طریق اعمال حاکمیت ارضی تعیین می‌کنند که در قلمرو آنها چه اتفاقی می‌افتد. کشورها نوع کالاهایی را که وارد و خارج از قلمرو آنها، می‌شوند تعیین می‌کنند. یک کشور ممکن است تصمیم بگیرد که مرزهای خود را ببندد تا از ورود یا خروج کالا از قلمرو آن جلوگیری شود. زیرا آنها واردات کالاهای خارجی به قلمرو خود را به عنوان هجوم بیگانگان، نفوذ و تقلب در منحصر به فرد بودن خود تلقی می‌کردند. دلیل موانع تجارتي بود و دولت‌ها نمیتوانستند از مزیت نسبی خود استفاده کنند، درحالیکه کمبود برخی از کالاها در بازار کشورها وجود داشت.

این چالش‌ها نیاز به رفع موانع تجارتي بین دولت‌ها داشت. در ابتدا کشورها بین خود معاهدات تجارتي دوجانبه را منعقد کردند که این امر تا حدی وضعیت را بهبود بخشیده و تجارتي بین المللی را ایجاد کرد. با این حال، برای توسعه تجارتي بین المللی بطور وسیع، نیاز به تشکیل سازمان‌های بین المللی از طریق معاهدات چند جانبه بود. تلاش‌ها در این

زمینه پس از جنگ جهانی دوم هرگز نتیجه‌ای نداشت و دولت‌ها با شرایط تشکیل سازمان تجارتي بین المللی موافقت نکردند. با وجود این، گروهی از دولت‌ها توانستند در سال ۱۹۴۷ به یک توافق عمومی در مورد تجارتي و تعرفه دست یابند. موافقتنامه عمومی تجارتي و تعرفه تا زمان تشکیل سازمان تجارتي جهانی در سال ۱۹۹۴ به عنوان یک الگوی تنظیم کننده تجارتي بین المللی در بین طرف‌های امضا کننده عمل کرد.

بدون شک تأسیس سازمان تجارتي جهانی به دلیل آزادسازی تجارتي و رفع موانع و تعرفه‌های ناشی از آن، دست‌آورد بزرگی برای تجارتي بین المللی بوده است. با این حال، این بدون چالش محقق نشده است. از آنجایی که سازمان تجارتي جهانی نقش برجسته‌ای را در تقویت تجارتي بین المللی و استقرار جهانی شدن ایفا کرده است، هنوز موارد زیادی وجود دارد که تحقق یابد. در نظر گرفتن موانع موجود برای نقش و تسلط سازمان تجارتي جهانی در این زمینه نیز باید مورد بررسی قرار گیرد.

### تاسیس سازمان تجارتي جهانی

پس از جنگ جهانی دوم بانک جهانی و صندوق بین المللی پول به عنوان نهادهای

مالی بین المللی ایجاد شدند. بنابر این بود که تصمیم بر ایجاد نهاد سومی برای تنظیم جنبه تجارتي همکاری اقتصادی بین المللی بین کشورها گرفته شد. بیش از پنجاه کشور در مذاکرات ایجاد سازمان تجارتي بین المللی به عنوان ارگان تخصصی سازمان ملل متحد بودند. وسعت پیش نویس منشور سازمان تجارتي بین المللی شامل قوانین مربوط به اشتغال، موافقت‌نامه‌های کالایی، شیوه‌های تجارتي محدود کننده، و خدمات بود. هدف ایجاد سازمان تجارتي بین المللی در کنفرانس تجارتي و اشتغال سازمان ملل در هاوانا، کوبا در سال ۱۹۴۷ بود. اما، هرگز به وجود نه آمد.

در همین حال، ۲۳ کشور در سال ۱۹۴۷ در ژنو وارد مذاکرات تجارتي شده بودند. این قرارداد به عنوان موافقتنامه‌های عمومی تجارتي و تعرفه‌ها شناخته می‌شد و قرار بود در اول جنوری ۱۹۴۸ لازم الاجرا شود. هدف از این توافق حذف استفاده از سهمیه واردات و کاهش تعرفه کالاها بوده و قرار نبود یک توافق دائمی باشد. با این حال، تا زمان تأسیس سازمان تجارتي جهانی، به عنوان موافقتنامه چند جانبه اصلی حاکم بر تجارتي بین المللی به مدت بیش از ۴۵ سال ادامه داشت. در

گیری موسسه است. بر اساس موافقتنامه عمومی تجارت و تعرفه ۱۹۴۷ اجماع باید به منظور دستیابی به یک تصمیم حاصل شود. بر اساس سازمان تجارت جهانی، تصامیم و فیصله های کنفرانس وزیران و شورای عمومی با اجماع اتخاذ می شود. با این حال، در مواردی که اجماع حاصل نشد، می توان آن را با اکثریت آرای کشورهای عضو تعیین کرد.

شورای عمومی ارگان اداری است و همچنین شوراها و ویژه ای تحت شورای عمومی وجود دارد. اینها عبارتند از: شورای تجارت کالا، شورای تجارت خدمات، شورای جنبه های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت معنوی و سایر نهادهای فرعی. این سازمان متشکل از چندین کمیته نیز می باشد مانند: کمیته تجارت و توسعه، کمیته محدودیت بیلاس تادیات و کمیته بودجه و مالی. سازمان تجارت جهانی بر خلاف موافقتنامه عمومی تجارت و تعرفه، دارای شخصیت حقوقی بین المللی است.

### مکانیزم های حل و فصل اختلافات

#### تجارتی سازمان تجارت جهانی

در روابط متقابل دولت ها، حتماً بین آنها اختلاف نظر وجود دارد. این واقعیت توسط سازمان تجارت جهانی به خوبی

تجارتی حقوق مالکیت معنوی را منعقد کرده است و بدین وسیله خدمات و مالکیت معنوی را تحت رژیم موافقت نامه های چند جانبه قرار داده است.

### ارگان و ساختار سازمان تجارت جهانی

کشورهای عضو موافقتنامه عمومی تجارت و تعرفه ۱۹۴۷ و جوامع اروپایی که این موافقتنامه و موافقتنامه های تجارتی چند جانبه ضمیمه موافقتنامه عمومی تجارت و تعرفه ۱۹۹۴ و جدول تعهدات خاص ضمیمه آنرا می پذیرند، اعضای اصلی سازمان تجارت جهانی هستند. کشورهای دیگر می توانند با الحاق به عضویت آن در آیند. سازمان تجارت جهانی بزرگترین موسسه تجارتی در جهان است. در ماه جون ۲۰۱۴، ۱۶۰ کشور عضویت داشتند. حتی کشورهایی مانند چین و روسیه که تا آن زمان محافظه کار بودند، عضو سازمان تجارت جهانی شدند. سکرتریت سازمان تجارت جهانی توسط یک مدیر عمومی اداره می شود. بالاترین مقام سازمان تجارت جهانی، کنفرانس وزیران است که متشکل از نمایندگان کشورهای عضو آن است. کنفرانس وزیران حد اقل یک بار در دو سال تشکیل می شود که ارگان تصمیم

حالی که یک سازمان تجارت بین المللی نبود. با این حال، حدود ۱۳۰ طرف امضاکننده از این سیستم استفاده میکردند. موافقتنامه عمومی تجارت و تعرفه از طریق دورهای مختلف مذاکره، کدها و ترتیبات تکمیلی، تفسیرها، معافیت ها، گزارش های هیئت های حل اختلاف و تصامیم شورای آن به گسترش خود ادامه داد.

کشورهای امضاکننده موافقتنامه عمومی تجارت و تعرفه برای تشکیل سازمان تجارت جهانی زمان طولانی را طی کردند. این اتفاق در مذاکرات دور اروگوئه که از سال ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۴ ادامه داشت، رخ داد. این دور سرانجام در ۱۵ اپریل ۱۹۹۴ تکمیل شد که در آن ۱۱۱ کشور از ۱۲۵ کشور شرکت کننده سند نهایی را امضا نموده و ۱۰۴ کشور آن را پذیرفتند که در ۱ جنوری ۱۹۹۵ برای هشتاد و یک عضو که بیش از ۹۰ درصد تجارت بین المللی را منعکس می کرد، لازم الاجرا شد. این دور علاوه بر موفقیت در ایجاد سازمان تجارت جهانی، دامنه موافقتنامه های چند جانبه تنظیم کننده تجارت و تضمین بازسازی سازمانی را نیز گسترش داد. همچنین، موافقتنامه عمومی تجارت خدمات و موافقتنامه جنبه های

شناخته شده است. از این رو، سازمان تجارت جهانی نیز ابزارهایی را برای حل و فصل اختلافات تجارتي بين دولت های عضو فراهم کرده است. همچنین، این مکانیزم تفسیر و کاربرد قراردادهای مختلف منعقد شده بين طرفین تحت قوانین خود را نیز در نظر می گیرد.

طرفین دارای اختلاف تجارتي ابتدا چنین موضوعی را توسط هیئت موقت که از هیئت داوران بی طرف تشکیل شده است، تعیین خواهند کرد. اعضای این هیئت به طور جمعی توسط کشورهای در مناقشه انتخاب می شوند.

در مواردی که آنها نتوانند به اجماع برسند، مدیر عمومی سازمان تجارت جهانی، هیئت داوران را منصوب خواهد کرد. هیئت ها حد اقل از سه و گاهی پنج نفر از کارشناسان کشورهای مختلف تشکیل گردیده و باید استقلالیت کامل داشته باشند و مکلف به تصمیم گیری با بررسی شواهد میباشند. گزارش هیأت به هیئت حل اختلاف مناقصه می شود و بدون اجماع نمی توانند گزارش را رد کند.

طرفین متضرر می توانند از این حکم به مرجع تجدید نظر اعتراض کنند که مرجع استیناف قدرت بررسی قضائی را بر

تصمیم هیئت حل اختلاف دارد. هر یک از طرفین می توانند به حکم هیئت تجدید نظر اعتراض کنند. استیناف محفلی برای بررسی مجدد یا بررسی مجدد واقعیت ها و یا شواهد نبوده و باید بر اساس نکات قانونی مانند تفسیر حقوقی صورت گیرد.

هر درخواست تجدید نظر توسط سه عضو هیئت استیناف هفت نفره دائمی که توسط هیئت حل اختلاف تشکیل شده و به طور گسترده طیف اعضای سازمان تجارت جهانی را نمایندگی می کند، رسیدگی می شود. اعضای هیئت استیناف برای دوره چهار ساله انتخاب گردیده و باید افرادی با جایگاه شناخته شده در زمینه قانون و تجارت بین المللی باشند و به هیچ دولتی وابسته نباشند. درخواست تجدید نظر می تواند یافته ها و نتیجه گیری های قانونی هیئت را تایید، اصلاح یا معکوس کند. به طور معمول، تجدید نظر نباید بیش از ۶۰ روز و حداکثر مطلق ۹۰ روز طول بکشد. هیئت حل اختلاف باید در ظرف ۳۰ روز گزارش تجدید نظر را پذیرفته و یا هم رد کند که رد آن تنها با اجماع امکان پذیر است.

هم هیئت ها و هم مرجع استیناف می توانند به یک کشور عضو دستور دهند تا اقداماتی را برای مطابقت با دستور آنها

انجام دهد. در صورتی که طرفی از دستور پیروی نکند، هیئت و مرجع استیناف می توانند از اختیارات داوری هیئت تطبیق برای اعمال اقدامات متقابل علیه طرف مقابل استفاده کنند. سیستم حل و فصل اختلاف سازمان تجارت جهانی به عنوان پیشرفته ترین و قانونی ترین سیستم در حقوق بین الملل مشهور است. رژیم قانون سخت و خاص آن در سطح جهانی یک سیستم حل و فصل اختلافات قوی ایجاد کرده است که تعهدات قانونی الزام آور را بر اعضا تحمیل می کند.

## نقش سازمان تجارت جهانی در

### انکشاف تجارت

سازمان تجارت جهانی یک سازمان چندجانبه بوده که روابط تجارتي بین کشورها را تنظیم می کند. این سازمان دارای سه پایه منحصر به فرد میباشد. اول، سازمان تجارت جهانی به دنبال تشویق آزادسازی انکشاف تجارت و رفع موانع محدودکننده است که دولت ها بر واردات و صادرات کالاها و خدمات ایجاد نموده و جریان های تجارتي را مختل و رفاه و توسعه اقتصادی عمومی را کاهش می دهد. دوم، این یک مجمع مذاکره است که در آن کشورهای عضو برای مذاکره درباره شرایط معاهدات آزاد



سازی تجارت که برای همه اعضا الزام آور می شود، گرد هم می آیند. در نهایت، سازمان تجارت جهانی به دنبال ارائه قوانین شفاف تعامل برای تضمین تجارت بین المللی شفاف تر و قابل پیش بینی تر است. سازمان تجارت جهانی دارای اصول برجسته ای است که سیاست ها و موافقت نامه های آن را تعریف و تعیین می کند و از اعضا می خواهد که با سایر اعضای موافقتنامه رفتار مشابهی در مورد هر گونه تعرفه یا امتیازی در رابطه با یک محصول خاص داشته باشند. همچنین بر اساس اصل رفتار ملی، هنگامی که کالاها از مرزهای کشورهای عضو عبور می کنند، اعضا موظف اند با آن کالاها به گونه ای رفتار کنند که گویی منشاء ملی آنهاست. این اقدامی برای جلوگیری از استفاده دولت ها از مقررات داخلی برای تبعیض علیه کالاها و وارداتی است که بر کاهش تعرفه ها و سایر ابزارهای آزادسازی تجارت تأثیر منفی خواهد گذاشت.

شش هدف کلیدی سازمان تجارت جهانی عبارتند از:

۱. تنظیم و اجرای قوانین برای تجارت بین المللی
۲. فراهم کردن انجمن برای مذاکره و

نظارت بر آزادسازی بیشتر تجارت

۳. حل و فصل اختلافات تجاری
  ۴. افزایش شفافیت در فرآیندهای تصمیم گیری
  ۵. امکان همکاری با سایر مؤسسات بزرگ اقتصادی بین المللی درگیر در مدیریت اقتصاد جهانی و
  ۶. کمک به کشورهای در حال توسعه برای استفاده کامل از سیستم تجارت جهانی
- سازمان تجارت جهانی موفق به انعقاد چندین موافقتنامه تجاری آزادسازی تجارت بین دولتها شده است که این موفقیت باعث افزایش حجم تجارت جهانی شده است.

چشم انداز افزایش بیشتر با دوره های بیشتر مذاکرات در زمینه های مختلف تجارت و خدمات وجود دارد. اعضای دولت به حفظ فضای باز اقتصادی ادامه داده اند. باز بودن روزافزون بازارهای بزرگ در حال توسعه، فضا را برای فرصت های صادراتی جدید برای کشورها فراهم کرده است که این نشانه رشد مثبت می باشد. جهانی شدن به دلیل ایجاد حسن نیت از رژیم سازمان تجارت جهانی که تجارت آزاد یا کمتر محدود را برای کالاها، خدمات، فن آوری و انتقال سرمایه در میان کشورهای مختلف تشویق کرده است، پدیدار شده و

به گسترش آن ادامه داده است. شرایط مختلفی از جمله موانع تجاری، کمک های مالی و به طور بارزتر نقض حقوق مالکیت معنوی که قبلاً با رشد تجارت بین المللی به دلیل قوانین تجاری متفاوت و عدم وجود روابط متقابل مواجه بود، تا حد زیادی با آن برخورد شده است. سازمان تجارت جهانی یک راه جهانی برای دولت ها را فراهم می کند تا با این مسائل برخورد کنند و با آنها مقابله کنند تا راه حل های پذیرفته شده عمومی را برای گذار آرام به رژیم های تجارت آزاد بیشتر تضمین کنند.

علیرغم موفقیت های سازمان تجارت جهانی در تشویق تجارت آزاد، استدلال شده است که این تنها به نفع کشورهای توسعه یافته ای است که دارای سرمایه، مواد و امکانات تکنالوژیکی برای رقابت در اقتصاد جهانی هستند. با توجه به این نکته ناامیدکننده است که مزایای افزایش در تجارت جهانی به طور مساوی بین کشورهای عضو توسعه یافته و در حال توسعه توزیع نشده است. در حالی که انتظار می رود کشورهای در حال توسعه موانع تجاری را از بین ببرند و بازار خود را در دسترس کشورهای توسعه یافته قرار دهند، کشورهای توسعه یافته با استفاده

ظریف از موانع تعرفه ای و غیر تعرفه ای، بازار خود را به شکلی ظریف برای کشورهای در حال توسعه غیرقابل دسترس کرده اند.

### چالش های سازمان تجارت جهانی

با وجود بررسی های مثبت در مورد سهم سازمان تجارت جهانی در تجارت جهانی، این سازمان به دلیل داشتن اهداف اقتصادی بدون چالش به حیات خود ادامه نداده است. مسائل اقتصادی موضوعاتی است که برای هر ملتی مورد توجه جدی قرار گرفته و از این رو، هر بار مسائلی که برای بررسی در سازمان تجارت جهانی مطرح می شود، حتماً دیدگاه ها و نظرات متفاوتی در پی خواهد داشت. این بخش برخی از آن چالش ها را بررسی می کند که البته باعث می شود ذینفعان تمایل بیشتری به سازمان تجارت جهانی داشته باشند. یکی از چالش های سازمان تجارت جهانی، طولانی بودن زمان مورد نیاز برای پایان یک دور مذاکره است. مسئله این نیست که دور مذاکره به این مدت

طولانی نیاز دارد، بلکه دولت ها برای کنار گذاشتن اختلافات اقتصادی خود و رسیدن به مصالحه یا اجماع در مورد یک موضوع اغلباً مشکل میداشته باشند که معمولاً این اختلافات یا نزاع بین منافع کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه وجود دارد.

بدون شک سازمان تجارت جهانی رشد جهانی شدن اقتصادی را با ترویج تجارت آزاد پیش برده است. با این حال، برخی از کشور های ضد جهانی شدن، جهانی سازی را در بعضی سیاست های شان مقصر میدانند. یکی از تاثیرات منفی مورد بحث، موضوع دامپینگ است که گفته می شود با افزایش تجارت جهانی بین کشورها بیشتر نمایان می شود.

### نتیجه گیری

سازمان تجارت جهانی در افزایش تجارت بین المللی نقش عمده و بسزای را دارد. قوانین سازمان تجارت جهانی و تطبیق آن برای رشد تجارت که از طریق دوره های مشاجره آمیز بدست آمده است، منجر

شده است تا تجارت آزاد بین کشورها را به رسمیت شناخته و ترویج کند. سیاست های تجارتي سازمان تجارت جهانی باعث پیشرفت جهانی شدن اقتصاد در جهان شده است. همچنین، مکانیزم حل اختلاف الزام آور را برای مقابله با اختلافات تجارتي بین کشورهای عضو توسعه داده است. با وجود موفقیت ها، چالش های نیز با سیستم سازمان تجارت جهانی شناسایی شده است.

بنابراین، سازمان تجارت جهانی نه تنها باید به ترویج تجارت آزاد بلکه تجارت منصفانه نیز توجه کند. این امر مستلزم آن است که ویژگی های کشورهای در حال توسعه باید در دورهای مذاکره قبل از دستیابی به توافق در نظر گرفته شود، زیرا این امر به کشورهای در حال توسعه امکان می دهد در بازار جهانی که بسیار رقابتی است، زنده بمانند.

محمد محسن " نبی زاده "

مدیر بیلانس تادیات

آمریت عمومی سیاست پولی

منابع:

1. M Panizzon, 'Trade and Labor Migration: GATS Mode 4 and Migration Agreements' (2010) 47 Dialogue on Globalization Occasional Papers, <library.fes.de/pdf-files/iez/global/06955.pdf> accessed 6 January, 2018.
2. H G Schermers & N M Blokker, *International Institutional Law* (5th Rev. Ed, Leiden: Martinus Nijhoff Publishers, 2011) pp. 4-5.
3. G A Solanki, 'Globalization and Role of WTO in Promoting Free International Trade' (2012) 3 (1) *Journal of Humanities and Social Science*, 13
4. Article xi WTO Establishment Agreement.
5. [https://www.wto.org/english/res\\_e/publications\\_e/ai17\\_e/wto\\_agree\\_art11\\_oth.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/ai17_e/wto_agree_art11_oth.pdf)
6. J L Dunoff, 'Constitutional Concepts: The WTO's 'Constitution' and the Discipline of International Law' (2006)
7. P Malanczuk, *Akehurst's Modern Introduction to International Law* (7th rev. Ed, New York: Routledge, 1997) p. 229
8. World Bank Group and World Trade Organization, 'The Role of Trade in Ending Poverty' (2015) Geneva: World Trade Organization, pp. 13-14.



## په اسلامي بانکوالی کې د قرض الحسنه اهمیت

په اسلامي بانکوالی کې قرض الحسنه د ټولنیزې هوساینې او مالي شمولیت په وده کې مهم رول لوبوي او د اسلامي شریعت د اصولو په رڼا کې ترسره کېږي چې وگړو او ټولنو ته د سود پرته پورونه ورکوي. قرض الحسنه یوه مالي مفکوره ده چې په اسلامي تعلیماتو کې ژوره ریښه لري او له سود او اضافي لگښت پرته خلکو ته د پورونو زمینه برابروي. موخه یې دا ده چې له هغو کسانو سره مرسته وشي چې د مالي ستونزو سره مخ دي یا هغه کسان چې د خپلو بنسټیزو اړتیاوو د پوره کولو لپاره د مرستې په لټه کې دي، له دې پور څخه گټه پورته کړي. قرض الحسنه په اسلامي بانکوالی کې د اسلامي تړونونو څخه یو مهم او اساسي تړون شمېرل کېږي، دا تړون په اسلامي او دودیزو بانکونو کې زیات اهمیت لري. قرض الحسنه یو ډول پور دی چې سود پکې نشته او یو داسې تړون دی چې بانکونه د پور ورکونکو په توگه حقیقي یا حکمي اشخاصو ته له اړوندو مقرراتو سره سم یو مشخص مقدار پور ورکوي. قرض الحسنه په

بانکي اصطلاح کې هغه پورونو ته ويل کېږي چې مشتري د بانک څخه د خپل ژوند د اړتياوو پوره کولو لپاره يوه اندازه نغدې پيسې پرته له ربا څخه په پور ترلاسه کړي، دا ډول پور ترلاسه کول په اسلامي بانکوالۍ کې د حسنه پور په نامه يادېږي.

قرض الحسنه د هغو اشخاصو لپاره چې ممکن د ربا له امله د دوديزو پورونو له اخیستلو څخه ډډه کوي او يا د مختلفو دلايلو له امله د پور په ترلاسه کولو کې له ستونزو سره مخ وي، غوره فرصت وړاندې کوي. ياد پور پانگې ته د

لاسرسې په درلودلو سره د مالي شموليت په وده کې مهم رول لوبوي. د سود څخه پاک دا پور بې وزلو اشخاصو، کوچنيو متشبثينو او ټيټ عايد لرونکو کورنيو ته دا فرصت برابروي چې خپل کاروبار پيل يا پراخ کړي، اړين لگښتونه پوره کړي، يا لنډمهاله مالي ستونزې حل کړي. د بې ربا پور اخیستلو فرصت په برابرولو سره، قرض الحسنه اشخاصو ته دا توان ورکوي چې اقتصادي هوساينې ته ورسېږي.

قرض الحسنه په ټولنو کې د ځان بساينې او اقتصادي خپلواکۍ په پياوړې کولو سره مثبت بدلونونه رامنځته کوي.

اسلامي بانکونه او مالي مؤسسې قرض الحسنه د ټولني پراختيايي پروژو لپاره هم ورکوي. دا چارې بيوزلو ټولنو ته دا توان ورکوي چې غوره تعليمي فرصتونو ته لاسرسی ومومي، روغتيايي آسانتياوې ترلاسه کړي، او په ښه شرايطو کې ژوند وکړي.

قرض الحسنه د اسلامي کوچنيو تمويلاتو يوه مهمه برخه ده، چې موخه يې هغو اشخاصو او کوچنيو سوداگريو ته مالي خدمتونه وړاندې کول دي چې له دوديز بانکي سيستم څخه بهر دي. د اسلامي کوچنيو پورونو بنسټونه د قرض الحسنه د



سره، قرض الحسنه د اقتصادي پياوړتيا په برخه کې مرسته کوي، د محرومو ټولنو لاسنيوی کوي، او دوامداره پرمختګ هڅوي ځکه چې بيوزلو افرادو ته دا وړتيا ورکوي چې له بې وزلي څخه خلاص شي. همداراز، قرض الحسنه د متشبينو ملاتړ کوي او د يوې عادلانه ټولني د جوړولو لپاره د يوې پياوړې وسيلې په توګه کار کوي چې مالي سرچينې پکې د ټولنيزې هوساينې د ودې لپاره کارول کيږي.

سيد خالد خالقيار

د افغانستان بانک د خپرونو ستر آفيسر

کولای شي خپلې پيسې د قرض الحسنه په توګه ولګوي، چې دا چاره بيا اسلامي بانکونو ته د دې توان ورکوي چې دا سرچينې د اړتيا وړ اشخاصو او پروژو ته ځانګړې کړي. د دوی د ونډې له لارې، افراد د ټولنيزې هوساينې په نوبتونو کې فعال ګډون کوي او د ټولني په ښه کولو کې مرسته کوي.

پايله:

قرض الحسنه ټولنيز مسؤليت رامنځته کوي او د ټولني په هوساينې او د مالي شموليت په پراختيا کې مرسته کوي. د سود څخه پاکو پوړونو په وړاندې کولو

اصولو پر بنسټ له سود څخه پاک پوړونه وړاندې کوي، او کوچنيو متشبينو ته د دې زمينه برابروي چې خپل کاروبارونه جوړ او پراخ کړي. د کوچنيو تمويلاتو دا ښه نه يواځې د بې وزلي په کمولو کې مرسته کوي بلکې د تشبث، کار پيدا کولو، او دوامدارې اقتصادي پراختيا ته وده ورکوي.

قرض الحسنه د افرادو او سازمانونو لپاره د يوې غوره وسيلې په توګه کار کوي ترڅو په بشر دوستانه کړنو کې برخه واخلي او مثبت ټولنيز بدلونونه رامنځته کړي. هغه کسان چې اضافي شتمني لري



# نقش بانکهای مرکزی

## و سکتور بانکی در توسعه خدمات مالی

بانکهای مرکزی نقش بسیار حیاتی در توسعه خدمات مالی دارند. این نقشها شامل سیاست گذاری پولی، نظارت، تنظیم سیستم های پرداخت، حفظ استحکام نظام مالی و سایر بخشها است. بانکهای مرکزی با سیاستهای که تدوین و اجرا می کنند، می توانند تأثیر مستقیمی بر توسعه خدمات مالی



شرکت‌هاست. بانک‌ها با ارائه قرضه‌های مختلف مانند قرضه‌های مسکن، قرضه‌های تجارتي و قرضه‌های شخصی، به افراد و شرکت‌ها امکان می‌دهند، تا به سرمایه لازم برای راه‌اندازی یا توسعه کسب و کارها، خرید مسکن و سایر نیازهای مالی خود دست یابند.

**ارائه خدمات بانکی:** بانک‌ها خدمات بانکی گوناگونی را به مشتریان خود ارائه می‌دهند. این خدمات شامل افتتاح حساب بانکی، صدور کارت‌های اعتباری و بدهی، عرضه خدمات پرداخت الکترونیکی، عرضه خدمات انتقال وجه و تسهیلات بانکی مختلف می‌شود. این خدمات به افراد و شرکت‌ها امکان می‌دهند تا به سادگی و مؤثریت از خدمات مالی بانکی استفاده کنند.

**سرمایه‌گذاری و مدیریت دارایی‌ها:** بانک‌ها علاوه بر ارائه خدمات قرضه دهی، در زمینه سرمایه‌گذاری و مدیریت دارایی‌ها نیز فعالیت می‌کنند. آنها می‌توانند سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سایر ابزارهای مالی را انجام داده و دارایی‌های خود را مفادآور کنند. این فعالیت‌ها علاوه بر تأمین سرمایه برای بانک‌ها، نقش مهمی در توسعه بازارهای مالی و اقتصاد کلان دارند.

**مدیریت خطر مالی:** بانک‌ها نقش مهمی در مدیریت خطرهای مالی دارند. آنها با ارزیابی و تحلیل خطرهای مالی مانند خطر اعتباری، خطر بازار و خطر عملیاتی، سعی می‌کنند از وقوع خسارات مالی جلوگیری کنند و امنیت سیستم بانکی را تضمین کنند. این نقش بسیار حیاتی است زیرا پایداری سیستم بانکی و اعتماد عمومی به آن بستگی به مدیریت صحیح خطرهای مالی دارد.

داشته باشند. این سیاست‌ها شامل تنظیم نرخ بهره، کنترل پول، کنترل تورم و غیره می‌باشد. همچنان نظارت بانک مرکزی بر بانک‌ها و مؤسسات مالی، امکان رشد صحیح و پایدار بخش خصوصی را فراهم می‌کند و بانکهای مرکزی با تنظیم سیستم پرداخت، می‌توانند به دسترسی آسان‌تر به خدمات مالی و کاهش هزینه‌های پرداخت کمک کنند. عرضه زیرساخت‌های لازم برای انتقال وجوه و تسهیل پرداخت‌های الکترونیکی نیز جزء این نقش می‌باشد.

همچنان سکتور بانکی نقش بسیار مهمی در توسعه خدمات مالی دارد. بانک‌ها به عنوان نهادهای اصلی در سیستم بانکی و مالی یک کشور عمل می‌کنند، و وظایف گسترده‌ای را در ارائه خدمات مالی و مقابله با چالش‌های موجود در کشورهای رو به توسعه دارند. این چالش‌ها ممکن است شامل عدم دسترسی به خدمات مالی، نابرابری‌های مالی، نیاز به تأمین مالی برای کسب و کارها، سایر مشکلات مالی و اقتصادی باشند.

این که بخش سکتور بانکی چطور میتواند نقش مثبت را در توسعه خدمات مالی ایفا کند در زیر به بررسی می‌گیریم:

**جمع‌آوری و نگهداری سپرده‌ها:** بانک‌ها از طریق دریافت سپرده‌ها از افراد و سازمان‌ها، اساس اولیه تأمین سرمایه خود را فراهم می‌کنند. سپرده‌ها به عنوان منابع سرمایه‌ای بانک‌ها عمل می‌کنند که آنها را قادر می‌سازد در ارائه قرضه‌ها و خدمات مالی دیگر به مشتریان خود فعالیت کنند.

**عرضه قروض و خدمات اعتباری:** یکی از وظایف اصلی بانک‌ها، عرضه قروض و خدمات اعتباری به افراد و

**پشتیبانی از توسعه اقتصادی:** بانک‌ها با عرضه خدمات مالی مناسب و تأمین سرمایه برای کسب و کارها، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و پروژه‌های توسعه اقتصادی را تسهیل می‌کنند. از طریق ارائه قرضه‌ها و سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی، بانک‌ها به توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال کمک می‌کنند.

از طرف دیگر برای مقابله با چالش‌های موجود در کشورهای رو به توسعه، بانک‌ها نیاز به توجه و تدابیر خاصی دارند که باید برای توسعه خدمات مالی در نظر گیرند و به این وسیله نقش مثبت خود را در پیشرفت اقتصادی کشور ادا نمایند.

در افغانستان و برخی از کشورهای رو به توسعه، بخشی کلان از جمعیت، هنوز به خدمات بانکی دسترسی ندارد. بانک‌ها باید برنامه‌های را فراهم کنند که به افراد در مناطق روستایی و کمتر توسعه یافته امکان دسترسی به خدمات مالی را بدهند.

در کشورهای رو به توسعه، ثبات مالی و اعتماد عمومی به بانک‌ها و سیستم مالی می‌تواند به چالش برخورد کند. بانک‌ها باید اقدامات لازم را برای افزایش شفافیت و حفظ پایداری مالی انجام دهند و راه‌های مناسب برای مدیریت خطرها و کاهش احتمال بروز بحران‌های مالی اتخاذ کنند.

همچنان در کشورهای رو به توسعه، نابرابری‌های مالی و اقتصادی بین افراد و مناطق مختلف وجود دارد. بانک‌ها باید راه‌های مؤثری را به منظور توزیع عادلانه خدمات مالی و منابع مالی بین افراد و مناطق مدنظر گیرند و به کاهش نابرابری‌های مالی کمک نمایند.

آنها باید برای مقابله با خطرهای مالی و امنیتی از جمله تقلب، سرقت اطلاعات و سایر تهدیدها، اقدامات امنیتی قوی را در سیستم خود پیاده‌سازی کنند. همچنین باید مکانیزم‌های نظارتی و کنترل داشته باشند تا خطرات مالی را شناسایی و مدیریت کنند.

به طور کلی، سکتور بانکی به عنوان نهاد مهم در سیستم مالی، نقش حیاتی در توسعه خدمات مالی و رشد اقتصادی دارند. بانک‌ها با فراهم کردن سرمایه، ارائه وام، ارائه خدمات بانکی و مدیریت خطرهای مالی، به افراد و شرکت‌ها فرصت می‌دهند تا به منابع مالی لازم برای رشد، توسعه و ایجاد ثروت دست یابند.

حسیب الله نوری، سخنگوی د افغانستان بانک

منابع:

1. The Central Bank's Role in Financial Sector Development, Author: Deena Khatkhat, [https://www.elibrary.imf.org/configurable/content/book\\$002f9781557751850\\$002fch003.xml?t:ac=book%24002f9781557751850%24002fch003.xml](https://www.elibrary.imf.org/configurable/content/book$002f9781557751850$002fch003.xml?t:ac=book%24002f9781557751850%24002fch003.xml).
2. Employment Policy Department, ILO/ Workshop on: / The Role of Central Banks in Meeting Development and Employment Challenges [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_policy/---cepol/documents/meetingdocument/wcms\\_250938.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/---cepol/documents/meetingdocument/wcms_250938.pdf)
3. Central Banks and financial stability: exploring a land in ... <https://www.ecb.europa.eu/events/pdf/conferences/tps.pdf>



# د اف پی کارت په مټ د توکو او خدمتونو د پېرلو لپاره په برېښنایي ډول پیسې تادیه کولای شئ.





نویسنده: زیرک ملیا  
فوتو ژورنالیست د افغانستان بانک

# بهار ۱۴۰۳ امید برای یک سال پر بار برای افغانستان

دور و روی تپه های خاکی و کوه ها کشت می شود و دهاقین منتظر بارندگی ها نشسته تا باشد که باران این لطف و رحمت الهی زمین های شان را سیراب نماید. تولید غله جات دیگر نیز در کشور ما به میزان بارندگی و وضعیت جوی بستگی دارد و هنوز میزان تولید سالانه به دلیل ضعف و نبود ساختارهای مدرن زراعتی ثابت نیست و بیشتر تولید دهقانان افغان به بارندگی های زمستانی و بهاری وابسته است.

خداوند مهربان برای آسایش بندگانش باران های پیهم بهاری را لطف اعطای فرموده که باعث خوشحالی و اطمینان اکثریت دهاقین کشور گردیده است و میزان بارندگی ها تاثیر مستقیم بر زراعت و تولید محصولات زراعتی داشته که این خود پیام روشن است برای رشد اقتصادی کشور. بارندگی های وقفه ای امسال کمک بیشتر برای زراعت للمی چون گندم، ماش، دانه زغر، پسته، جلعوز، بادام و دیگر اقلام زراعتی که در مناطق

بهار فصل زیبایی ها، فصل بارور شدن طبیعت و آغاز نو برای کشت و کار است. این فصل را میتوان فصل امید های نو برای همه زنده جانها دانست. با فرا رسیدن بهار در گل یک حرکت بزرگ در سکتور زراعت به میان آمده و اهل زراعت در تلاش به دست آوردن منفعت از این فصل پر برکت بوده و سعی می نمایند که بیشتر کشت کنند تا بهتر حاصل بر دارند. خوشبختانه در سال ۱۴۰۳ چنانکه در روز های آغازین این فصل زیبا قرار داریم

طوری‌که دیده می‌شود ۷۵ درصد مردم کشور مصروف سکتور زراعت اند و نیازهای عمده زندگی شان را از کشت محصولات زراعتی تامین می‌نمایند. در کنار زمین‌های آبی، اکثریت دهاقین کشور در ولایات شمال، شمال شرق، مشرقی و دیگر مناطق کشور مصروف زراعت للمی بوده که تنها امید شان ریزش باران و برف است که الله الحمد امسال بارش برف در کشور بی‌پیشینه بوده و ذخایر فراوان آبی در کشور به وجود آمده است. میزان بارندگی در کشور ما سالانه بطور اوسط ۳۲۷ ملی متر (در مناطق هموار ۱۵۰ ملی متر و در مناطق کوهستانی بیشتر از ۱۰۰۰ ملی متر) می‌باشد.

افغانستان دارای ۵ حوزه آبی؛ هلمند، آمو، کابل، هری رود و مرغاب می‌باشد که بیشتر از ۸۰ درصد آب‌های جاری کشور از سلسله کوه‌های هندوکش سرچشمه می‌گیرد.

ذخایر آبی روی سطحی کشور بطور تخمینی حدود ۵۷ میلیارد متر مکعب و ذخایر زیر زمینی آن در سال به ۱۰.۶۵ میلیارد مکعب می‌رسد.

مدیریت منابع آبی در افغانستان، به یکی از چالشها تبدیل شده که در گذشته به آنها توجه جدی صورت نگرفته است. عدم توجه کافی و نبود برنامه‌های جامع در این زمینه موجب شده که قیمت زمین‌های

زیر کشت هر سال نوسانات داشته باشند. آمار نشان می‌دهند که در یک دهه گذشته قیمت زمین‌های که بصورت منظم کشت و آبیاری میشوند، چندان ثابت نبوده است که این باعث شد تا مردم زمین‌های زراعتی خویش را بفروش برسانند. در سالهای ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ به دلیل خشکسالی، افغانستان نازلترین میزان زمین‌های زیر کشت و آبیاری را داشته است.

مهار آب‌های سرگردان کشور و استفاده مناسب از آن در سکتور زراعت بدون شک افغانستان را به ساحل خوشبختی به پیش خواهد برد. آب که ماده عظیم حیات است در شرایط فعلی، یکی از بهترین سرمایه‌های طبیعی است. کشور ما منابع سرشار آب شیرین را در خود جا داده و در هر کنج و کنار این کشور دریا‌های خروشان جاری بوده ولی نظر به تحقیقات که در مورد صورت گرفته ۳۰ درصد این آب‌ها استفاده می‌شود و ۷۰ فیصد آب کشور به شکل بی‌رویه بدون کدام بدیل و یا فیس، راهی کشور‌های همسایه میگردد که در حقیقت برای کشوری که هیچ راه به بحر نه داشته و به خشکه محاط است، به یک بحران تبدیل شده است.

امارت اسلامی افغانستان با اندکی امکانات توانست در طول این سه سال تا اندازه آب‌های سرگردان کشور را مهار نموده، آن

را مدیریت کند که نمونه‌های چشمگیر آن کانال قوش تپیه در شمال کشور می‌باشد که در حدود ۵۰۰۰۰۰ (پنجصد هزار) هکتار زمین للمی را به زمین آبی مبدل خواهد ساخت. بند آب گردان بخش آباد و چندین بند آب گردان دیگر در کشور، باعث خواهد شد تا ده‌ها هزار جریب زمین آماده زراعت شده، کشور در زمینه محصولات زراعتی به خودکفایی برسد. بدون شک در این میان زمینه کار برای افراد جامعه مهیا شده و زمینه بهتر برای رشد اقتصادی به میان خواهد آمد. با اینکه افغانستان یک کشور زراعتی شمرده می‌شود ولی سالانه در حدود ۵۰۰ میلیون دالر تنها برای خرید گندم از کشور خارج می‌شود.

در صورتیکه توانسته باشیم گندم را در داخل کشور تولید نماییم و از این بابت به خود کفایی برسیم، پول آن به جیب دهقان ما واریز خواهد شد که در زمینه کاهش فقر و تنگدستی بسا مؤثر تمام شده، زمینه رشد اقتصادی و رفاه ملی به میان خواهد آمد. از طرف دیگر واردات کشور نیز کاهش خواهد یافت که بر مدیریت انفلاسیون تاثیرات خوب خواهد گذاشت و شاهد یک افغانستان متکی بر اقتصاد خود خواهیم بود. ان شاء الله

## روان کال به په هېواد کې لويې اقتصادي پروژې پيل شي

د حکومت وياند وايي، چې په روان کال کې به په هېواد کې لويې اقتصادي پروژې لکه کاسا زر، ټاپي، افغان ټرانس او ځينې نورې هغه پروژې چې د انرژۍ د انتقال لپاره ډيزاين شوي، پيل شي. د نوموړي په خبره د دې پروژو په پيل کېدو سره به د هېوادوالو اقتصادي ستونزو د کمښت تر څنګ خلکو ته د کار زمينه هم برابره شي. د خصوصي سکتور غړي د حکومت څخه د لويو سيمه ايزو پروژو د کارونو د عملي پيل غوښتنه کوي. دوی زياتوي، چې د لويو پروژو د کارونو پيل او تکميلول

کولای شي، د هېواد پر اقتصاد ژور او مثبت اغېز ولري.

## افغانستان در تولید ۱۳۳ قلم جنس به خودکفایي رسیده است

مقامها در وزارت صنعت و تجارت می گویند که افغانستان در ۴۵ بخش و در تولید ۱۳۳ قلم کالا به ظرفیت خودکفایی رسیده است. عبدالسلام جواد آخندزاده، سخنگوی وزارت صنعت و تجارت امارت اسلامی گفت که افغانستان در تولید ۱۳۳ قلم جنس که ۴۵ بخش می شود به ظرفیت خودکفایی رسیده است. سخنگوی وزارت تجارت امارت اسلامی تصریح کرد که در تولید ۹۵ قلم جنس که ۲۷ بخش می شود

افغانستان به ظرفیت نیمه خودکفایی رسیده است. براساس سخنان او، تمامی ادارات دولتی متعهد به استفاده از اجناس و تولیدات داخلی جهت حمایت از رشد صنایع در کشور می باشند. جواد آخندزاده در این باره گفت: «این در حالی است که ادارات امارتی متعهد به استفاده اجناس و تولیدات داخلی جهت حمایت از رشد صنایع در کشور می باشند.» مسئولان این وزارت همچنین بر ادامه پشتیبانی از تولیدات داخلی و جذب سرمایه گذاری به این منظور تأکید دارند. مسئولان وزارت صنعت و تجارت بر افزایش استفاده کالاها و تولیدات داخلی در پروژه های دولتی و ملی تأکید

کرده و می گویند که تلاش ها برای یافتن بازار برای محصولات داخلی در داخل و خارج از کشور نیز آغاز شده است. در همین حال، اتاق صنایع و معادن نیز می گوید که در جریان دو و نیم سال گذشته به انکشاف تولیدات داخلی بیشتر توجه صورت گرفته و در حال گسترش است. مسئولان این اتاق بر گسترش فرهنگ استفاده از تولیدات داخلی در پروژه های دولتی تأکید می کنند. از سوی هم، کارشناسان اقتصادی به این باورند که اگر استفاده از تولیدات داخلی در پروژه های دولتی افزایش یابد، افغانستان به سرعت به سوی استقلال اقتصادی پیش خواهد

رفت.

## افغانستان در ماه حوت ۱۴۰۲ بیش از ۱۴۱ میلیون دالر صادرات داشت

اداره ملی احصائیه و معلومات ارقامی را به نشر رسانیده که نشان می‌دهد که مجموعه صادرات کشور در ماه حوت سال گذشته ۱۴۱،۰۱ میلیون دالر و مجموع ارزش واردات به ۷۸۹،۰۶ میلیون دالر می‌رسد. این اداره روز سه‌شنبه، بیست و هشتم حمل با نشر اعلامیه‌ای این ارقام را درحالی منتشر کرده است که این مجموع ارزش صادرات کشور در ماه حوت سال ۱۴۰۱ به ۱۷۴ میلیون دالر می‌رسید. بر بنیاد اعلامیه تحلیل این ارقام نشان می‌دهد که در ماه حوت سال ۱۴۰۱

نسبت به همین ماه سال ۱۴۰۲، صادرات ۳۲،۹ میلیون دالر بیش‌تر بوده است. از سوی هم مجموع ارزش واردات کشور در ماه حوت سال ۱۴۰۱ به ۶۹۰،۴ میلیون دالر می‌رسید که در همان ماه سال ۱۴۰۲ در ارزش واردات ۹۹،۲ میلیون دالر افزایش آمده است. ارقام که از سوی این اداره به نشر رسیده نشان می‌دهد بیش‌ترین صادرات در ماه حوت سال ۱۴۰۲ به کشورهای پاکستان، هندوستان و امارات متحده عربی می‌باشد. این درحالی است که در ماه حوت سال ۱۴۰۱ بیشترین صادرات به کشورهای پاکستان، هندوستان و چین بوده است. هم‌چنان بیش‌ترین واردات در ماه حوت سال ۱۴۰۱ و ماه حوت

سال ۱۴۰۲ از کشورهای ایران، پاکستان و چین بوده است. گفتنیست که صادرات شامل صادرات و صادرات مجدد بوده و واردات شامل واردات محصولی و غیر محصولی می‌باشد.

### افغانستان ته د ایران د غیر نفتي توکو په صادراتو کې زیاتوالی راغلی

یو ایراني حکومتي چارواکي ویلي چې د تېر لمريز کال په ۱۲ میاشتو کې افغانستان ته د دغه هېواد د غیر نفتي توکو د صادراتو کچه یو میلیارد او ۸۷۱ میلیون ډالرو ته رسیدلې ده. په افغانستان کې د ایران د سوداګرۍ سلاکار حسین روستایي ایراني رسنیو سره په خبرو کې ویلي چې په تېر

۱۴۰۲ لمريز کال کې افغانستان ته د ایران د غیر نفتي توکو په صادراتو کې د وړم کال پرته ۱۳.۶ سلنه زیاتوالی راغلی وو. حسین روستایي د افغانستان او ایران ترمنځ د سوداګرۍ د پلاوو سفرونه، په سرحد کې آسانتیاوې، د دواړو هېوادونو د سرحدي ګمرګونو د کاري ساعتونو زیاتیدل، په تهران کې د دواړو هېوادونو ګډ اقتصادي کمیسیون غونډه او په کابل، تهران، هرات او مشهد کې د سوداګریزو نندارتونونو جوړېدل د ایران د غیر نفتي توکو د صادراتو د زیاتیدو په عواملو کې یاد کړي دي.

## راه آهن افغان-ترانس و اهمیت اقتصادی آن برای افغانستان

راه آهن افغان-ترانس، پروژه‌ای مشترک بین قزاقستان و ازبکستان است که چندی پیش در دیداری بین هیئت عالی رتبه کشورهای ازبکستان و قزاقستان مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. این پروژه، اهمیت‌های اقتصادی متعددی برای افغانستان به همراه دارد که می‌تواند در زمینه تطبیق سیاست‌های پولی نیز تأثیری داشته باشد.

اهمیت اقتصادی راه آهن افغان-ترانس برای افغانستان جنبه‌های مهمی را در بر می‌گیرد، این پروژه قادر است حمل و نقل کالاها را به صورت سریع و کارآمد فراهم کند، مصارف حمل و نقل را کاهش دهد و تجارت داخلی و خارجی کشور را تسهیل کند. همچنین، با اتصال مستقیم به بازارهای جدید، راه آهن افغان-ترانس می‌تواند توسعه صادرات را تسهیل نماید و با ایجاد فرصت‌های شغلی و جذب سرمایه‌گذاری، به رشد اقتصادی افغانستان کمک کند.

در زمینه تطبیق سیاست‌های پولی نیز، راه آهن افغان-ترانس تأثیرات قابل توجهی می‌تواند داشته باشد، با افزایش تحرک اقتصادی و افزایش حجم تجارت، نیاز به پول افزایش می‌یابد و همچنین، ساخت راه آهن افغان-ترانس نیاز به سرمایه‌گذاری بزرگی دارد که می‌تواند منبع جدیدی از درآمد برای افغانستان باشد و در تطبیق سیاست‌های پولی و مدیریت اقتصادی افغانستان نقش مهمی ایفا کند.

این پروژه به افغانستان امکان می‌دهد تا به صورت مستقیم با کشورهای همسایه و مناطق دیگر متصل شود. این اتصال به بازارهای جدید، تبادلات اقتصادی و تجاری را تسهیل می‌کند و ارتباطات افغانستان با دیگر کشورها را تقویت می‌کند. همچنین، با تطبیق این پروژه، افغانستان به عنوان یک مرکز حمل و نقل بین‌المللی تقویت خواهد شد که می‌تواند جایگاه این کشور در صحنه بین‌المللی را متبازر بسازد.

قابل ذکر است که امارت اسلامی افغانستان همواره از این گونه پروژه‌ها حمایت کرده است و تلاشش این است که برای هموطنان عزیز در همه عرصه‌ها تسهیلات ایجاد گردد.





د اسلامي بانکوالی  
محصولات او خدمتونه  
د کوچنیو او منځنیو  
تشیاتو د لاپیری ودې  
او پراختیا لامل کیږي.

## په افغانستان کې د غیر نغدي معاملاتو فرصتونه او ننگونې

ورکړې په غیرنغدي راکړو ورکړو بدلې شوي او د سوداګریزو راکړو ورکړو په برخه کې زیاتې آسانتیاوې رامنځته شوي. همدارنګه د هېواد مالي سیستم تر ډېره پیاوړی شوی دی.

د یادولو وړ ده چې د افغانستان بانک د اداینو سیستم د پراختیا په برخه کې په عملي توګه خپل کارونه پیل کړي او په دې برخه کې یې د پام وړ ګامونه اخیستي دي چې ځینې یې دلته په تفصیل سره بیانېږي.

۱- د ملي سویچ په توګه د افغانستان د اداینو سیستم اداره (APS) رامنځته شوې ترڅو د وړو برېښنایي راکړو

کیدو لامل ګرځي. سربېره پر دې، د پیسو د غلا کیدو او سوځیدو، په ورځنیو سوداګریزو معاملو کې د جعلی پیسو لاس په لاس کیدل، مالي فساد، د مالې څخه د تېښتې او د نورو ستونزو او ننگونو لامل کیږي. غیر نغدي اداینې پورتنۍ ستونزې کموي او د اقتصادي معاملو په تر سره کولو کې ډیرې آسانتیاوې رامنځته کوي. له همدې امله د افغانستان بانک د هېواد د مرکزي بانک په توګه ژمن دی چې په تدریجي ډول د اداینو سیستمونو او برېښنایي راکړو ورکړو ته اړینه پراختیا ور په برخه کړي. په هېواد کې تر یوه بریده نغدي راکړې

افغانستان یو له هغو هېوادونو څخه دی چې لویې اقتصادي راکړې ورکړې یې په نغدو (فزیکي) پیسو ترسره کیږي. په داسې حال کې چې ټکنالوژۍ د اداینو په برخه کې زیاتې آسانتیاوې رامنځته کړي، په نغدو پیسو راکړه ورکړه ډیرې ننگونې له ځان سره لري.

په ورځنیو اقتصادي راکړو ورکړو کې د نغدو پیسو کارول د پیسو د ژر زړیدو لامل ګرځي، د پیسو د چاپ او همدارنګه د ځمکې او هوا له لارې د پیسو د لېږد رالېږد لګښتونه زیاتوي او د نغدو پیسو د راکړو ورکړو پرمهال د پیسو په شمېرلو کې د خلکو د وخت د ضایع



۳- په هېواد کې د برېښنايي اداينو د وسايلو لکه د پاز (POS) او د صرافيو خپلکاره ماشينونو (ATM) کموالی.

۴- يواځې په ښاري سيمو کې د برېښنايي اداينو د خدمتونو تمرکز،

۵- په مالي سکتور کې د مالي ټکنالوژۍ د متخصصو او تجربه لرونکو کارکوونکو نشتوالی،

۶- د غير رسمي اقتصادي فعاليتونو لوړه کچه،

۷- په هېواد کې د انټرنېټ ټيټ سرعت او لوړ لگښت،

۸- د برېښنايي اداينو خدمتونو د وړاندې کولو په برخه کې د ځينو مالي بنسټونو لوړ فیسونه او کمیشنونه.

د پورتنیو ننگونو سربېره، د افغانستان مالي سیستم اوسمهال په نړيوالو سیستمونو سمبال دی او د نورو هېوادونو په څېر دا وړتيا لري ترڅو ټولې نغدي مالي معاملې په غیرنغدي ډول تر سره کړي. له همدې امله باید د هېواد ټول وګړي له بانکونو سره يوځای شي او د شته برېښنايي سیستمونو څخه په مؤثر ډول کار واخلي او د غیرنغدي مالي معاملاتو په ترويج کې خپله ونډه ترسره کړي ترڅو په مالي معاملاتو کې رویتيا او د افغاني بانکونو له مندرس کیدو څخه مخنیوی وشي.

لیکونکی: خالد واحدی

د مالي خدمتونو د پراختیا لوی آمریت

مرستیال

لوړول

۲- د پیسو د ساتلو او لېږدولو خطرونه کمول،

۳- په هېواد کې د پیسو راکړه ورکړه آسانول

۴- په اقتصادي معاملو کې د نغدو پیسو کارونه راکمول،

۵- د هېواد په مالي سیستم کې د نوې ټکنالوژۍ رول زیاتول

۶- د خلکو ترمنځ د بانکي خدمتونو فرهنگ عامول،

۷- د امکان تر حده مالي سکتور پیاوړی کول،

۸- د افغاني بانکونو د ژر زړیدلو څخه مخه نیول،

۹- برېښنايي اقتصاد او حکومتوالی ته زمینه برابری،

۱۰- د فساد کمول، د دولت د عوایدو د زیاتولو او راټولولو په برخه کې چټکتیا رامنځته کول،

#### د غیر نغدي معاملو ننگونې

د نغدي معاملو د کموالی او د الکترونیکي معاملو د زیاتوالي په برخه کې د اقداماتو سره سره، په هېواد کې د الکترونیکي معاملو د پراختیا پر وړاندې لاندې ستونزې او ننگونې شتون لري:

۱- د خلکو د پوهې او مالي وړتیا ټیټه کچه او له بانکي خدمتونو او اداينو د معاصرو سیستمونو سره د بلدتیا نشتوالی،

۲- بانکي حسابونو ته د لاسرسي ټیټه کچه، يواځې ۱۰٪ پر شرایطو برابر خلک بانکي حسابونه لري.

ورکړو د ودې او د برېښنايي پیسو د مؤسسو (EMI)، سوداګریزو بانکونو، د کوچنیو مالي تمویلاتو مؤسسو او شرکتونو په شمول د برېښنايي اداينو ټولې ادارې او سیستمونه له یو بل سره وصل، مدیریت او تر منځ یې همغږي رامنځته کړي.

۲- د هر ډول برېښنايي اداينو لپاره د زېربنا رامنځته کیدو په موخه، د اف پی (AFPay) په نوم د ملي اداينو مناسب او د کنټرول وړ کارت معرفي کول.

۳- د بین بانکي اداينو سیستم پراختیا او له یاد سیستم سره د افغانستان د ټولو سوداګریزو بانکونو او د هغوی د ولایتي څانګو نښلول. همدارنګه د (ATS) په نوم د نوې ټکنالوژۍ پېرودل، ترڅو د بین بانکي اداينو سیستم نور هم پیاوړی او د سوداګریزو بانکونو د محاسبې سیستمونه، د مالې وزارت د عوایدو راټولولو سیستم او د افغانستان د اداينو سیستم APS سره وصل شي.

۴- د APS او ATS د عامه او مالیاتي سیستمونو د نښلولو لپاره پلان جوړول او پلي کول.

۵- د ویلپوډي او غبریزو رسنیو له لارې د عامه پوهاوي کمپاینونو او په بېلابېلو ولایتونو، ښوونځیو او پوهنتونونو کې د کنفرانسونو او ورکشاپونو جوړول.

#### د غیر نغدي معاملو موخې:

۱- په هېواد کې د مالي شمولیت سطحه



## هند د نړۍ د دریم اقتصاد په لور

امریکایي شرکتونو ۱.۵ میلیونه کارکوونکي په دندو بوخت دي چې دا شمېرې په بهرنیو هېوادونو کې تر ټولو زیات شمیر کارکوونکي په گوته کوي. د هند د ونډو بازار په دنیا کې د ارزښت له پلوه څلورم ځای لري او د هوایي چلند بازار یې دریم ځای خپل کړی دی. د هند لخوا د روسیې د تیلو پېرل پر نړیوالو بیو اغیزې لري. مخ پر زیاتیدونکی ثروت په سیمه کې د سیاسي ځواک په معنا دی. خو له دې سره سره هم هند بنیایي د چین په څېر د تولید په برخه کې په یوه معجزه بدل نشي. دا هېواد په داسې وخت کې د پرمختیا په حال کې دی چې د توکو سوداګرۍ کې یې د پخوا په پرتله وده نه ده تر سترګو شوې او

دا مقاله له اکانومسټ مجلې څخه ژباړل شوې. هند یو له هغو هېوادونو څخه دی چې په ډیرې چټکۍ سره مخ پر ودې روان دی او اوسمهال د نړۍ د پنځم لوی اقتصاد په توګه یې اقتصادي وده په کلني ډول ۶-۷ سلنې ته رسیري. نوي معلومات او شمېرې دا په ډاګه کوي چې د ۲۰۱۰ کال راهیسې د خصوصي سکتور د پرمختګ په تړاو مثبتې هیلې او باورونه پیاوړي دي. د اقتصاد پوهانو اټکلونه دا په ډاګه کوي چې تر ۲۰۲۷ کال پورې به هند له امریکا او چین څخه وروسته د نړۍ د دریم لوی اقتصاد په توګه سر راپورته کړي. د هند ځواک په نوو بڼو د راڅرګندیدو په حال کې دی. په دې هېواد کې د

دا مثبت بدلونونه د دولت رول هم په ډاگه کوي چې د خپلو اقتصادي پالیسیو پر مټ یې ځینې مهمې پریکړې کړې دي. خو له مثبتو بدلونونو سره سره، هند له یوې جدي ستونزې سره هم مخ دی. کار ته چمتو د یو میلیارد وگړو له ډلې څخه یې یواځې شاوخوا ۱۰۰ (سل) میلونه وگړي رسمي دندې لري. د پاتې نورو وگړو لویه برخه یې په مؤقتي او غیر رسمي دندو کې بوخت او یا بې وظیفې دي. د بې دندو وگړو لپاره د کاري زمینو برابرولو په موخه دولت یو تشویقي پروگرام پیل کړی دی ترڅو تولیدي سکتور ته وده ورکړي. خو که چیرې دا پروگرام خپلې موخې ته هم ورسې نو یواځې ۷ میلیونه دندې به رامنځته شي. همداراز، د چین لخوا د صادراتو ډیرولو پلان به هم د هند د دولت لپاره د یاد پروگرام موخې ترلاسه کول ستونزمن کړي.

د هند اقتصاد باید د اقتصادي ودې د دوام لپاره بې شمیره کاري فرصتونه رامنځته کړي. یوه لاره یې ښایي حتی د معلوماتي ټکنالوژۍ د سکتور لا پراختیا وي چې د ډیجیټل یا برېښنايي کولو لپاره د یو مرکز په توگه عمل وکړي او د برېښنايي مالي چارو، خوړو او دفاع برخو په شمول د صادراتي صنعتونو په یوې مجموعې بدل شي. د دې صنعتونو د کارگرانو لخوا لگښتونه به په نورو برخو لکه ساختماني او د هوټلونو په څېر نورو سکتورونو کې هم ډیرې دندې رامنځته کړي. یو مؤثر، واحد کورنی بازار به د ټولیز تولید کچه لوړه کړي او د سوکالی په پام کې نیولو سره طرحه شوې موخې به له هغو کسانو سره مرسته وکړي چې وروسته پاتې دي. هند باید د دې موخې د ترلاسه کولو لپاره د تعلیم او کرنې په برخه کې مؤثر بدلونونه رامنځته کړي، او د هېواد ډیر نفوس لرونکې شمالي برخې څخه لویو سویلي او لویدیزو ښارونو ته د مهاجرت کچه لوړه کړي.

فابریکې یې د ټکنالوژیکي او بېلابېلو سیستمونو د ادغام له لارې د خپلو فعالیتونو د انسجام او بدلیدونکې ټکنالوژۍ سره د عیارولو په حالت کې دي. نو له دې امله یاد هېواد دې ته اړتیا لري چې د ودې یو نوی ماډل پر لاره واچوي. د دې ماډل یوه برخه څرگنده ده او هغه د زیربناوو یو ستر پروگرام دی چې موخه یې د زیربناوو یو لوی بازار پر یو واحد او منظم بازار بدلول دي. هند ۱۴۹ هوایي میدانونه لري چې شمیر یې د تېرو دوو لسیزو په پرتله دوه برابره شوی دی. همداراز، هوډ لري چې په کلني ډول ۱۵ ګیگا واټه برېښنا او ۱۰۰۰۰ (لس زره) کیلومتره سړکونه هم اضافه کړي. له یادو زیربناوو څخه ځینې یې د برېښنايي اداینو، د پانگې مدرنو بازارونو، بانکونو او د برېښنايي مالې د یو واحد سیستم په شمول، غیر ملموس دي. دا ټول هغه څه دي چې شرکتونو ته د دې زمینه برابروي چې له لویې کچې تولید څخه گټه پورته کړي.

د دې ماډل دویمه برخه د خدماتو صادرات دي چې د ناخالص داخلي تولید ۱۰ سلنه برخه جوړوي. په خدمتونو کې نړیواله سوداګري اوس هم د ودې په حال کې ده او هندي کمپنیو د معلوماتي ټکنالوژۍ په برخه کې د وړتیا نړیوالو مرکزونو لپاره د څیړنې او پراختیا او خدماتو لکه قانون او محاسبې په برخه کې بازار موندنه کړې ده. خو د پرمختللو ټکنالوژیکي مرکزونو سره سره، اوس هم هند نیمه کلیواله ټولنه ده. دا چاره د یاد اقتصادي ماډل وروستی برخه په ډاگه کوي چې هغه د هوساینې یو نوی سیستم دی چې پر مټ به یې په سلهاوو میلیونو غریب هندي وگړي د برېښنايي لېږدونو له لارې پیسې ترلاسه کړي. آمار او شمیرې دا په گوته کوي چې په ۲۰۱۷ کې د هغه نفوس سلنه چې په ورځني ډول له ۲.۱۵ ډالرو څخه کم عاید باندې گزاره کوي، د ۲۰۱۱ کال د ۱۲ سلنې په پرتله ۵ سلنې ته راټیټه شوې ده چې دا د شدیدې بېوزلۍ په نرخ کې کموالی څرگندوي.

## اطلاعیه مبنی بر ممنوع بودن فعالیت صرافی های آنلاین!

به تعقیب اطلاعیه های قبلی د افغانستان بانک مبنی بر منع بودن فعالیت های صرافی آنلاین در افغانستان، یک بار دیگر به سمع هموطنان عزیز رسانیده می شود که د افغانستان بانک تا کنون به هیچ شخص یا شرکت جواز فعالیت صرافی آنلاین را صادر ننموده و اینگونه فعالیت ها غیر قانونی می باشد.

د افغانستان بانک از هموطنان عزیز تقاضا دارد تا با توجه به خطرات، خسارات و مسؤلیت های بعدی این معاملات، از انجام معاملات آنلاین صرافی خودداری نمایند.

موضوع همزمان با ادارات کشفی و امنیتی نیز در جریان گذاشته شده است، در صورت دستگیری افراد و شرکت ها که چنین معاملات را انجام می دهند، برخورد قانونی صورت خواهد گرفت.



## د آنلاین صرافيو د ممنوعیت په اړه خبرتیا!

په افغانستان کې د آنلاین صرافيو د فعالیت د ممانعت په اړه د افغانستان بانک د مخکینیو خبرتیاوو په تعقیب، یو حل بیا گرانو هیوادوالو ته خبر ورکول کېږي چې د افغانستان بانک تر اوسه کوم شخص یا شرکت ته د آنلاین صرافی د فعالیت جواز نه دی ورکړی او دا ډول فعالیتونه غیر قانوني دي.

د افغانستان بانک له درنو هیوادوالو غواړي چې د دې ډول معاملاتو د خطر ونو، زیانونو او وروستیو مسؤلیتونو په پام کې نیولو سره له آنلاین صرافيو سره د معاملاتو له ترسره کولو ډډه وکړي.

په ورته وخت کې دا موضوع له کشفی او امنیتي ادارو سره هم شریکه شوې ده، هغه کسان چې په دې ډول معاملاتو کې ښکېل وي نیول کېږي او قانوني چلند ورسره کېږي.



complaints. Developing a trusty purchase environment, including online transactions showing humbleness in return policy, is one of the best ways (Tan, 1999; S. Wang, Beatty, & Foxx, 2004).

Current literature highlighted the relationship between service quality and trust in many cases, including in the online environment (S. Ha & Stoel, 2009). According to (Singh, 2002) most online buyers increase the expectation to develop the shopping experience based on the offered service. The relationship of trust with service quality has been tested in online environment (Gummerus, Liljander, Pura, & Van Riel, 2004; Harris & Goode, 2004; Ribbink, Van Riel, Liljander, & Streukens, 2004; Yoon & Kim, 2009).

According to Zeithaml (1988), interaction after-sales, managing the objection, policy for returning product, and delivery are services for online sellers offered by the company is called a service quality. Customers are always looking towards quality rather than the actual results of their desires from specific services. The buyer's thinking about service quality might be generally specific and subjective. It is still not defended that what should be called the satisfaction in the state of mind (Bitner, 1990) occurred more than an unknown period. It is difficult for the firm to deliver better quality service by using a guarantee, best transmission system,

and service and product complete information (Emons, 1988; S. Ha & Stoel, 2009; Yoon & Kim, 2009).

The different researchers examined trust connection with service quality in an online environment (Harris & Goode, 2004; Gummerus et al., 2004; Ribbink et al., 2004; Yoon & Kim, 2009). Advocates of the different conditions have unique thoughts because of changes in nature and interest to make some quality management in several quality ways. (Donthu & Yoo, 1998; Liu et al. 2001). When consumers complete the early part of online purchasing, there is a connection between satisfying consumer needs and trust, which later develops to be a powerful service part (Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1959). (Gronroos, 1994) suggested that the promotions of activities can influence the buyer's expectation, outside influences identify two kinds of service quality. Therefore, it is hypothesized that.

***H2: Service quality has a positive influence on online trust.***

**The remaining parts of this article will follow in the coming issues of the magazine.**

**By: Ihsanullah Mansoor, Rahman Shah, Bary jan Patwal**

claimed is called organization corporate reputation (Whetten & Mackey, 2002).

The role of reputation is the same as equity or brand goodwill in the marketplace, especially in several services. In the current study, we hypothesized the consumer's perception regarding purchasing, which is always defined by his or her expectation which itself strongly affected by firm reputation. In previous articles, the interactive nature of a firm's reputation was studied in an ordinary manner (Crosby & Stephens, 1987; Lynch Jr, 1985; White & Truly, 1987). Information and experience are two significant sources of a firm's reputation which researchers have recognized. Anyone offering will affect the consumer's expectation of all other offerings by similar marketers just because of the consumer's experience. In the entire product line, high-quality offerings can improve reputation (B. P. Shapiro, 1973; Wolinsky, 1987).

A good reputation is a strength that can build consumers' expectations regarding a firm's offerings (Schmalensee, 1978; C. Shapiro, 1983). Furthermore, it reduces doubts concerning offerings. Therefore, good reputation helps the fast market penetration (Robertson & Gatignon, 1986). In a study of supermarkets, product uniqueness was similar to customer's reputation and promotional effectiveness for purchasing new products in supermarket study

(Montgomery, 1975). The way organization reputation helps as an entry barrier (Milgrom & Roberts, 1982) and how reputation serves the first mover to build locality and relationships with buyers and develop a unique image within the industry (Porter, 1985). According to (Raj, 1985) a good reputation will always provide a stronger position to market share.

An organization that creates a solid reputation is trusted by the consumers (Koufaris & Hampton-Sosa, 2004). When a few different people believe that a company requires a certain degree of integrity, sincerity, and fairness, then a potential customer may be inclined to accept the quality (McKnight, Choudhury, & Kacmar, 2002). An agency's reputation needs real strength to support the company's share of values and an extra trusting intention to establish new values.

**H1:** *Company reputation has a positive influence on online trust.*

### **2.3. Service quality and online trust**

In an online environment, excellent service quality reflects a company's attempt to provide higher service through good delivery, guarantees, extensive and detailed product/service information, and more customization (Emons, 1988; S. Ha & Stoel, 2009; Yoon & Kim, 2009). When companies offer low-quality services, they will not be interested in providing a high-quality warranty, so this is costly and results in many customer

technology (C.-C. Wang, Chen, & Jiang, 2009). Ecommerce is including of online buying and selling and several kinds of products through online transaction systems connected to the Internet with Internet and computer networks.

The present study fills multiple research gaps. This paper presents an empirical investigation to find out how the antecedents of trust include website design, service quality, company reputation, security, and privacy policy, which influence consumer perception in the Afghan environment. This study aims to analyze the relationship of company reputation, website design, security and privacy policy, and service quality with the trust-building effort of the e-business. Since the established online marketplaces are currently unknown in Afghanistan, we aimed to study whether trust developed online will translate into repeat purchases in an offline context.

## **2. Literature Review**

### **2.1. Company reputation and online trust**

The literature expressed that brand reputation is an indication of service or product quality. It is a variable that encompasses the service of information. Seeking information and risk perceived for selecting the firm, consumers used this variable to reduce the struggle. (Rao, Qu, & Ruekert, 1999; Teas & Agarwal, 2000). Furthermore, reputation

provides its company with motivation to perform and keep a good image that they worked very hard. For expressing the sign good of product quality, reputation always plays a significant role in online sales. Before purchasing, people have to advise buyers to provide a facility to try, see, and touch products. (Bramall et al., 2004). Buyers' expectations about the company's offerings can constantly be enhanced when the company has a good reputation (Schmalensee, 1978; B. P. Shapiro, 1973).

According to Tanaka (1993), when there is fast-moving variation in the products, customers from different nations will not think similarly about online business. The company's reputation reflects its past performance (Kreps & Wilson, 1980; Rosenthal & Landau, 1979). Moreover, consumers' expectations are always affected concerning offerings quality (Margulies, 1977; Nelson, 1970; C. Shapiro, 1982). Reputation has been explained in detail where shareholders' evaluation in the long term about what the company is and how the company meets their promises and makes sure the shareholders' expectations, but especially fitting the overall company performance regarding socio-political atmosphere (Logsdon & Wood, 2002). According to Whetten & Mackey (2002), certain kinds of shareholders' feedback to the organization concerning the credibility of the firm's identity, which they



stance, in the U.K., the online buying community has risen from 25.5% to 14.6 million buyers, which they bought £8.2 billion (\$14.3 billion) of products through online websites from 2004 to 2005. It means online shopping grew by 28.9 % (see [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk)). The same case in America, in 2006, buyers consumed 670 million dollars on Cyber Monday, which means 25% greater than the previous year ([www.usatoday.com](http://www.usatoday.com)).

The existing marketing network and channels are now an essential part of many different channels for maximum customers. Even though there is physical absenteeism, retailers find new methods to develop healthy e-business relationships to lessen the insecurity on internet users (Warrington, Abgrab, & Caldwell, 2000). The famous media published news that prominent high gaps in online security are causing hacking and spamming than ever before, which is some statistical data suggesting that a massive portion of online business is fake. Significant variations of fraudulent cases on the hacking of credit card numbers to the leaking of personal information are causing alarms regarding consumer identity theft (Newholm, McGoldrick, Keeling, Macaulay, & Doherty, 2004). In these hurdles, the retailers must build a reliable relationship with consumers to increase sales in online business and foster customer loy-

alty.

The absence of physical availability of goods and physical presence between consumers and sellers reduces online buying and selling in a particular environment (Jamil & Hasnu, 2013) which means trust is essential. According to an online business study, success elements in online business include technology that is purely addressing security and privacy issues to some degree (Lamonica, 2000). I.T. experts must work out with their customers to review the value of trust and build the relationship in business.

According to E. O. Wilson (1999), businesses are improving themselves into a global market, as expressed by online business improvement. Moreover, they will need to imitate different customers for the first time to have unique norms and beliefs (Bramall, Schoefer, & McKechnie, 2004; San-Martín & Camarero, 2012). To acquire customers from different nations and environments, it is necessary to implement the new concept's market segmentation concept. To enhance their sales by classifying the customers in the same categories, it permits the online retailers to act fast while entirely failing their needs (Barnes, Bauer, Neumann, & Huber, 2007). Purchasing and selling through the Internet and shopping is usually known as e-commerce, and it is expanding fast as the network technology and flourishing of information

# FACTORS INFLUENCING ONLINE TRUST AND REPEAT PURCHASE

## INTENTION: A STUDY OF AFGHAN CONSUMERS

### Abstract

The purpose of this study is to examine the online factors (company reputation, website design, service quality, security and privacy policy, and relationship commitment) on online trust. Furthermore, we aimed to find whether that online trust translates into offline repeat purchases. A pre-tested questionnaire survey was used to gather responses from the consumers residing in Afghanistan. Two hundred and fifty-two valid responses were received for data analysis. SPSS 21 and AMOS 21 were used for demographics, confirmatory factor analysis, and structural equations modeling. Findings showed that Company Reputation, Service Quality, Security and Privacy Policy and Relationship Commitment positively predicted online trust, positively predicting repeat purchase intention. This is one of the first studies to examine the influence of online factors on online trust and offline repeat purchase intentions in Afghan students. In addition, relationship commitment was introduced as a novel factor affecting online trust and repeat purchase intention. The study has implications for researchers and practitioners as well, which are discussed in the following sections.

**Keywords:** Company Reputation, Service Quality, Security and privacy policies, Relationship commitment, online trust, repeat purchase intentions, Afghanistan.

### 1.Introduction

#### 1.1.Background

Interpersonal trust is a belief held by one person or group of individuals that any term, promise, spoken, or written statements that they might trust on each other (Rotter, 1967). 'Online trust is faith in the firm by shareholders concerning their business activities in the electronic channel. The role of a website is necessary for a business to consumer (B2C) and business to business (B2B) in electronic business. According to Forrester, in 2000, 51% of firms would not prefer to do business with their partners because they do not believe in different websites (Shankar, Urban, & Sultan, 2002). The emerging electronic economy brings up new business models for online retailers and buyers worldwide, looking for new challenges and opportunities. Internet is a driving force for the emerging economy, which has given birth to online transactions. In the 21st century, online selling is the most progressive way of buying and selling for most firms. For in-



زمور پیسې، زمور هویت دی!  
افغانی د سیمې او نړۍ په کچه  
ثبات لرونکې پیسې دي.



بهار ۱۴۰۳ امید برای یک سال پر بار برای افغانستان