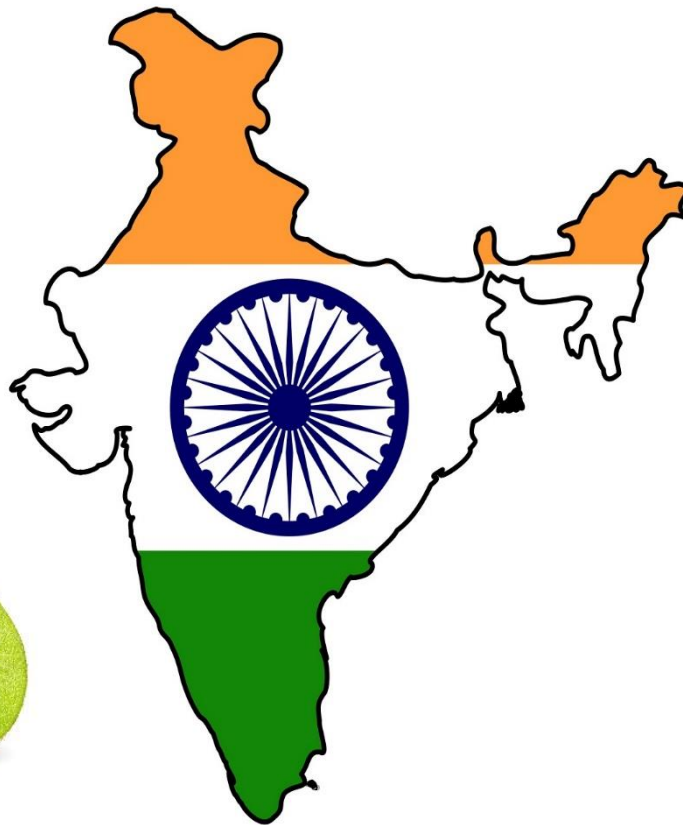




شرکت شهرکهای صنعتی استان گیلان

## مطالعات بازار کشور هند (با رویکرد بازار کیوی)



تهیه کننده : ابوالحسن وارسته

ناظر و مشاور فنی : دکتر هادی عسگری

اسفند ماه ۱۴۰۱



# مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



## فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۸
مقدمه.....	۱۰
فصل اول هند در یک نگاه.....	۱۲
جغرافیا.....	۱۴
جمعیت شناسی.....	۱۴
دولت.....	۱۴
شاخص های کلیدی اقتصادی.....	۱۵
تجارت.....	۱۶
بررسی سیاست تجاری هند.....	۱۷
هندوستان: کشور فرصت ها و طرح های بزرگ.....	۱۷
سیاست تجاری هند ۲۰۱۶-۲۰۲۲.....	۱۹
مرور متن سند تجارت خارجی هند.....	۲۰
فصل دوم قوانین تجاری و استانداردها.....	۳۶
عوارض و تعرفه ها.....	۳۷
تعرفه های واردات.....	۳۷
نرخ تعرفه ها.....	۳۷
عوارض گمرکی.....	۳۷
انواع تعرفه ها و عوارض گمرکی.....	۳۸
محاسبه کل تعرفه ها.....	۳۸
طرح معافیت از عوارض.....	۳۹
موانع تجاری.....	۳۹
واردات.....	۳۹
انواع واردات.....	۳۹



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



۴۰	مراجع صدور گواهینامه برای واردات کالاها.....
۴۰	وضعیت سرمایه گذاری.....
۴۰	سرمایه گذاری های مشترک.....
۴۱	صنایع دارای اولویت.....
۴۱	موارد صنعتی تابع مجوز اجباری.....
۴۲	سرمایه گذاری مستقیم خارجی ( FDI ).....
۴۲	آزادی سرمایه گذاری خارجی.....
۴۲	شورای ارتقاء سرمایه گذاری خارجی.....
۴۲	سرمایه های سهام داران.....
۴۳	حق رأی.....
۴۳	ممنوعیت های FDI.....
۴۳	سیاست ها و اقدامات هند برای جذب سرمایه گذاران خارجی.....
۴۳	خصوصی سازی.....
۴۳	سیاست های تبادل و انتقال.....
۴۴	سیاست حل اختلافات.....
۴۴	اجرای قوانین.....
۴۵	شفافیت سیستم قانونی.....
۴۵	بازده بازارهای سرمایه و اوراق بهادار.....
۴۵	شرکت های مالی غیربانکی.....
۴۵	نیروی کار.....
۴۵	بنادر و مناطق آزاد تجارت خارجی.....
۴۶	نحوه پرداخت.....
۴۷	سیستم بانکی.....
۴۷	بیمه.....
۴۷	شرایط سرمایه گذاری خارجی در هند.....
۴۸	موقعیت مکانی کارخانه.....
۴۸	استخدام.....
۴۸	مالیات ها.....
۴۸	حقوق مالکیت و مؤسسات خصوصی.....



# مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



۴۹	حقوق مالکیت ملکی
۴۹	حقوق مالکیت فکری ( IPR )
۴۹	حق انحصاری اختراع
۴۹	کپی رایت
۵۰	علائم تجاری
۵۱	فصل سوم بازاریابی محصولات و خدمات
۵۲	استفاده از یک عامل یا توزیع کننده
۵۲	انتخاب توزیع کننده / عامل هندی
۵۳	امتیازات محدود بودن حوزه عمل یک توزیع کننده کوچک
۵۳	دایر نمودن دفتر
۵۳	رابط یا دفتر نمایندگی
۵۴	دفتر شعبه
۵۴	دفتر پروژه
۵۴	رهنمودهای اساسی در مورد دفاتر
۵۵	بازاریابی مستقیم
۵۶	فروش به دولت
۵۷	کانال های توزیع و فروش
۵۷	سیستم سه لایه
۵۸	برون سپاری تهیه و توزیع کالاها
۵۸	ترخیص و حمل و نقل
۵۸	شرایط بازار
۵۸	موقعیت بازار
۵۹	اندازه بازار
۵۹	بازار سیاه
۵۹	بازار خاکستری
۵۹	تکنیک ها و عوامل فروش
۶۰	تجارت الکترونیک
۶۱	تبلیغات و ارتقاء تجارت
۶۲	قیمت گذاری



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



۶۲	ارائه خدمات پس از فروش و پشتیبانی از مصرف کننده.....
۶۴	<b>فصل چهارم صادرات کیوی ایران به هند.....</b>
۶۵	صادرات کیوی ایران به هند.....
۶۶	ارسال کیوی ایران به هند از طریق بنادر امارات متحده عربی.....
۶۷	از بزرگترین صادرکنندگان کیوی ایران به هند.....
۶۸	بانک اطلاعاتی خریداران هندی و صادرکنندگان ایرانی.....
۶۸	مسیرهای حمل و ترانزیت کیوی ایران به هند.....
۶۸	ضوابط و مقررات صادرات غذایی و کشاورزی به هند.....
۸۳	آمار و اطلاعات مهم واردات و صادرات کشور هند .....
۸۳	محصولات فراوری شده هند در سال ۲۰۲۱.....
۸۴	محصولات باغی و زراعی هند در سال ۲۰۲۱.....
۸۶	محصولات دامی هند در سال ۲۰۲۱.....
۸۷	محصولات فرآوری شده دامی هند در سال ۲۰۲۱.....
۸۸	ارزش کالاهای وارد شده به هند از ایران در سال ۲۰۲۱.....
۸۹	ارزش کالاهای وارد شده به هند از جهان در سال ۲۰۲۱.....
۹۲	ارزش واردات کیوی هند از ایران و جهان در سه سال گذشته.....
۹۳	ارزش واردات کیوی هند از ۵ کشور صادر کننده در سال ۲۰۲۱.....
۹۳	میزان کیوی وارد شده به هند از ۵ کشور صادرکننده در سال ۲۰۲۱.....
۹۴	ارزش واردات کیوی هند از ۵ کشور صادرکننده بر حسب دلار بر تن ۲۰۲۱.....
۹۵	سهم ارزشی واردات کیوی هند از ۵ کشور صادرکننده در سال ۲۰۲۱.....
۹۶	ارزش کیوی وارداتی هند بر حسب دلار بر تن از ۵ کشور صادرکننده ۲۰۲۱-۲۰۱۷.....
۹۷	ارزش واردات کیوی هند از ۵ کشور صادرکننده ۲۰۲۱-۲۰۱۷.....
۹۸	میزان واردات کیوی هند از ۵ کشور صادرکننده ۲۰۲۱-۲۰۱۷.....
۹۹	فصل پنجم تحلیل راهبردی SWOT.....
۱۰۰	تحلیل استراتژیک و راهبردی SWOT در صادرات کیوی.....
۱۰۰	زمینه ها و دلایل انتخاب راهبردها.....
۱۰۰	نقاط قوت، ضعف، فرصت ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه کیوی.....
۱۰۰	فرصت ها: ( O ).....

۱۰۱	تهدیدها (T)
۱۰۱	نقاط قوت (S)
۱۰۱	نقاط ضعف (W)
۱۰۱	راهبردهای (SO)
۱۰۲	راهبردهای (ST)
۱۰۲	راهبردهای (WO)
۱۰۲	راهبردهای (WT)
۱۰۲	راهبردهای ترکیبی SWOT
۱۰۳	پیشنهادها و راهکارهای اجرایی برای افزایش صادرات کیوی ایران به هند
۱۰۵	فصل ششم راهنمای سفر و رسوم تجاری هند
۱۰۶	سلام و احوال پرسی
۱۰۶	فرایند تصمیم گیری
۱۰۶	موضوعات اولیه برای آغاز گفتگو
۱۰۷	نقش و حضور زنان در تجارت
۱۰۷	ملاقات ها و جلسات
۱۰۷	لباس تجاری
۱۰۷	هدایای تجاری
۱۰۷	مشاوره مسافرت
۱۰۸	ویزا
۱۰۸	انواع ویزا
۱۰۸	اجازة اقامت
۱۰۹	اجازة رانندگی
۱۰۹	ارتباطات
۱۰۹	حمل و نقل
۱۱۰	زبان
۱۱۰	بهداشت
۱۱۰	امکانات پزشکی و اطلاعات بهداشتی
۱۱۰	زمان محلی



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



- ۱۱۰..... تعطیلات عمومی
- ۱۱۱..... تفریح
- ۱۱۱..... اختصارات
- ۱۱۳..... منابع و مآخذها در گزارش مطالعات هند برای اطلاعات بیشتر



# مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



## پیشگفتار





## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### پیشگفتار

فرهنگ و تمدن نوین و مطرح امروزی دنیا، مرهون تمدنهای «پارس» و «دره ایندوس» دو کشور مقتدر ایران و هند است که از هزاره های قبل به عنوان وسیعترین گستره تمدنی زمان خود و با تمدن شهر سوخته ایران همزمان بوده است.

این دو ملت با پیوندهای مستحکم تاریخی، فرهنگی و اجتماعی در ادوار پیشین مردمی یگانه بودند و جای شگفتی نیست که پس از گذشت هزار سال، رنگ و بوی فرهنگ مشترک در سراسر نیم قاره هند چشم را می نوازد و مشام را تازگی مینماید و همین فرهنگ مشترک اقوام آریایی، هر دو کشور را زینت و بها داده است. به قول جواهر لعل نهرو «در دنیا هیچ دو کشوری قریب تر از ایران و هند نیستند».

این سرزمین از دیرباز آئینه اندیشه ها و احساسات ایرانیان بوده است و زبان و ادب پارسی حدود ۷۰۰ سال بر تارک اندیشه، سیاست، اقتصاد و فرهنگ مردم هند میدرخشید و به همین علت کلیه آثار مهم فرهنگی، مذهبی، سیاسی، ادبی، مکاتبات، اسناد شخصی و دولتی و احکام قضایی هند به زبان فارسی تحریر میشد و در جهان مکانی نیست که به اندازه هند اندیشه و جهانی بینی ایرانیان در آنجا بازتاب یافته باشد و خیل مردم شبه قاره به واسطه همین پیوندهای دیرینه، همواره زیباترین احساسات و بهترین نگرشها را به ایرانیان داشته اند و با نگاهی دوستانه به ملت ما نگرسته اند.

کشور هند با گستره وسیع جغرافیایی که طیف بیشماری از اقوام مختلف با فرهنگ و زبانهای متفاوت را در خود جای داده است بمنزله کثرتی است که وحدتی مثال زدنی را در خود جمع نموده و به رغم اختلافات و تجمع اضداد گونه گون که به یادگار از شلاقهای استعمار انگلیس بر گونه کبود هند بجای مانده و عفریت شوم فقر بر معیشت اکثر مردم هند سایه گسترده، ولی جامعه هند با آموزه های قناعت، همت و درایت که جوهره تمدن هند محسوب میشود در پلکان ترقی گام برداشته و حتی توانسته در پاره ای موارد از انگلستان که تا چند دهه قبل مدعی سیادت بر جهان بود، پیشی گیرد و این مهم برگ زرینی از دفتر عجایب هند است. به راستی کشوری که سالها بیم تجزیه و نابودی آن میرفت، چگونه توانست امروزه در ردیف کشورهای قدرتمند سیاسی، علمی و نظامی جهان قرار گیرد؟ در واقع چگونه شتاب چرخ نخریسی گاندی فقید به همان شتاب چرخ صنعتی غرب رسید؟

این نکات معمایی است که پاسخ آن را جز در مطالعه روند توسعه هند نباید جستجو کرد؛ قدر مسلم این است که هند از سال ۱۹۹۱ میلادی به بازار آزاد جهانی پیوست و در امور بین الملل، همکاری های دوجانبه سیاسی-اقتصادی رو به رشدی را با ایران دنبال میکند از جمله در جذب سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در صنایع نفت و گاز، پتروشیمی، راهسازی، تأسیسات بندری و صادرات غیرنفتی و نیز همکاری در زمینه فناوری بخصوص فناوری نانو و تبادل دانش و تجربیات علمی- فنی بین مراکز اقتصادی، تحقیقاتی و آموزشی در سطح کلان و کاربردی.

از طرفی نقش آفرینی دو کشور در سیاست بین الملل و منطقه ای آسیای میانه و تأثیرگذاری بر کشورهای عدم تعهد پتانسیلهای مثبتی را به همراه خواهد داشت. به هر تقدیر شایسته است خدمات ارزنده نیاکان و فرهیختگان پیشین را پاس داشته و میراث گرانبهای همکاری دو ملت را همچون چرخه مسطوره ابریشمین حفظ کنیم و مبادا که با فرصت سوزی و یا بی اعتنایی سیاسی و یا مغرضانه این سرزمین غنی، بکر و پر رمز و راز را از کف بدهیم.

در همین راستا گزارش مطالعات بازار هند با معرفی قوانین تجاری هند و ارائه اطلاعاتی مفید در زمینه سرمایه گذاری و نیز ارائه قابلیت های هند در اکثر حوزه های اقتصادی، راهنمای مناسبی برای تجار و صاحبان صنایع میهن اسلامی به خصوص در حوزه کیوی بوده و میتواند بسترساز همکاری های متنوع بخشهای دولتی، خصوصی و تعاونی دو کشور باشد.



# مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



## مقدمه



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### مقدمه

کشور هند به عنوان چهارمین اقتصاد بزرگ جهان به لحاظ تولید ناخالص داخلی براساس قدرت خرید و ششمین بازار مصرف انرژی در جهان، یکی از مرجح ترین و مطلوب ترین مقاصد برای سرمایه گذاری مستقیم خارجی FDI محسوب میشود؛ این کشور همچنین در حوزه فناوری اطلاعات و دیگر حوزه ها از قبیل محصولات شیمیایی، پوشاک، داروسازی و فناوری های زیستی از توان بالایی برخوردار است. هند همواره دارای یکی از مناسب ترین منابع و استعدادها برای سرمایه گذاران جهانی بوده است، اما سیاست های خشک مربوط به سرمایه گذاری مستقیم در این کشور، مانع بزرگی در این زمینه محسوب میشود. با انجام یک سری اصلاحات اقتصادی مثبت و خوش بینانه که به منظور حذف نظارت دولت از اقتصاد و سرمایه گذاری خارجی صورت گرفته است، در حال حاضر هند به یکی از کشورهای پیشروی منطقه آسیا - اقیانوسیه تبدیل شده و با سرعت بالایی در حال توسعه است.

سیاست سرمایه گذاری خارجی هند ( از سال ۲۰۰۵ ) آزاد شده است، سرمایه گذاری را تا حد سهام ۱۰۰٪ مجاز میداند. با اصلاحاتی که در سیاست صنعتی این کشور رخ داده است، الزامات مربوط به صدور پروانه تا حدی کاهش یافته، محدودیت های توسعه تا حد زیادی از بین رفته و دسترسی آسان به فناوری خارجی و سرمایه گذاری مستقیم خارجی ( FDI ) تسهیل شده است. منحنی رو به رشد بخش املاک و مستغلات مدیون اقتصاد رونق یافته هند و آزادسازی نظام سرمایه گذاری مستقیم خارجی در این کشور است. در ماه مارس ۲۰۰۵، دولت هند با اصلاح و تعدیل قوانین مربوطه، سرمایه گذاری مستقیم خارجی تا حد ۱۰۰٪ را در تجارت و اقتصاد مجاز اعلام کرد. با توجه به موارد ذکر شده، در حال حاضر تجارت در هند از اهمیت ویژه ای برخوردار است. اما همان طور که می دانید سرمایه گذاری و تجارت خارجی در هر کشور و به تبع آن، فرآیند پیچیده تصمیم گیری در عملکردهای بازرگانی خارجی مستلزم آگاهی از شرایط تجاری کشور مورد نظر و هماهنگی با رشد مستمر آن است. در این راستا، این مطالعات با بررسی اجمالی شرایط سرمایه گذاری، مالیات، سازمان ها و الگوهای تجاری هند، جدیدترین و کامل ترین اطلاعات در زمینه فرصت های سرمایه گذاری در هند را برای شرکت ها و افراد علاقمند فراهم می نماید.

ماخذ اصلی گزارش مطالعات هند معاونت بین الملل دفتر همکاری های فناوری ریاست جمهوری، بخش اقتصادی و وابستگی همکاری های فناوری سفارت جمهوری اسلامی ایران در دهلی نو، سایت Trade map و سایت خواربار جهانی FAO می باشد که تا سال ۲۰۲۲ تهیه و تنظیم شده است.



# فصل اول

## هند در یک نگاه

## فصل اول هند در یک نگاه



## ۱- جغرافیا

- مساحت: کشور هند ۳,۲۸۷,۵۹۰ کیلومتر مربع مساحت دارد که ۲,۳۷۹,۱۹۰ کیلومتر مربع آن خشکی و ۴۱۳,۴۰۰ کیلومتر مربع آن آب است. در واقع مساحت آن کمی بیش از یک سوم ایالات متحده است.
- وسعت اراضی: متغیر، از هیمالیا تا دره های مسطح رودخانه ها.
- خطوط مرزی: این کشور در مجموع ۴۱,۳۰۱ کیلومتر خطوط مرزی مشترک دارد و کشورهای هم مرز با هند عبارتند از: بنگلادش ۴۰۵۳ کیلومتر، بوتان ۶۰۵ کیلومتر، میانمار ۱۴۶۳ کیلومتر، چین ۳۳۸۰ کیلومتر، نپال ۱۶۹۰ کیلومتر و پاکستان ۲۹۱۲ کیلومتر.
- آب و هوا: متغیر بین معتدل در شمال و بادهای موسمی استوایی در جنوب
- بلایای طبیعی: خشکسالی، سیل های ناگهانی، توفان های تندری شدید و زلزله

## ۲- جمعیت شناسی

- ملیت: هندی
- جمعیت: ۱,۴۲۸,۵۱۱,۳۶۱ نفر ( مطابق ارزیابی فوریه ۲۰۲۳ )
- میانگین سنی: ۲۸ سال ( مطابق ارزیابی ۲۰۲۲ )
- نرخ رشد سالانه جمعیت: 1.02% مطابق ارزیابی ۲۰۲۳
- تراکم: ۴۱۶ نفر در هر کیلومتر مربع
- گروه های قومی نژادی: ۷۲ درصد هندوآریایی، ۲۵ درصد دراویدی، ۳ درصد مغول و سایر گروهها
- مذاهب: هندو ۸۰/۵ درصد، مسلمان ۱۳/۴ درصد، مسیحی ۲/۳ درصد، سیک ۱/۹ درصد، سایر گروهها ۱/۸ درصد و ۰/۱ درصد نیز مذهب مشخصی ندارند ( مطابق سرشماری سال ۲۰۰۱ ). طبق نظر شخصیت های برجسته مسلمان هند، این کشور بالغ بر ۲۰۰ میلیون نفر مسلمان ( شامل ۲۰ تا ۲۵ میلیون شیعه ) دارد. بنابراین دارای دومین جمعیت مسلمان دنیا ( پس از اندونزی ) و دومین جمعیت شیعیان دنیا ( پس از ایران ) است.
- زبان: انگلیسی مهمترین زبان در روابط ملی، سیاسی و تجاری است. زبان هندی، زبان ملی و اصلی ۳۰ درصد از مردم هند است و ۲۱ زبان رسمی دیگر نیز در این کشور وجود دارد.
- با سواد: زنان ۴۷/۸ درصد، مردان ۷۳/۴ درصد ( طبق سرشماری ۲۰۰۱ )
- نیروی کار: ۵۱۶/۴ میلیون نفر: کشاورزی ۶۰ درصد، صنعت ۱۲ درصد و خدمات ۲۸ درصد

## ۳- دولت

- نوع: جمهوری فدرال
- پایتخت: دهلی نو
- استقلال: ۱۵ آگوست ۱۹۴۷ ( از انگلیس )
- تعطیلی ملی: روز جمهوری، ۲۶ ژانویه ( سال ۱۹۵۰ )



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



• **قانون اساسی:** ۲۶ ژانویه ۱۹۵۰، که البته بارها اصلاح شده است.

• **قوه مجریه:** رئیس جمهور (رئیس ایالات)، نخست وزیر (رئیس دولت)، هیات وزیران (کابینه) علاوه بر این، هر ایالت دارای یک مجلس ایالتی و هیأت دولت ایالتی شامل سر وزیر (Chief Minister) است که در سه حوزه سیاست خارجی، ارتش و امنیت ملی حق دخالت ندارند.

• مجلس شورا (Lok Sabha) با ۵۴۳ کرسی، مجلس سنا (Rajya Sabha) با ۲۳۳ کرسی

• **قوه مقننه:** دو مجلس مقننه مجلس سنا و مجلس شورا

• **قوه قضائیه:** دادگاه عالی

• **احزاب سیاسی:** کنگره ملی هند (INC)، حزب بهاراتیا جاناتا (Bharatiya Janata Party: BJP)، حزب کمونیست مارکسیست هند (CPIM)، جاناتا دال (متحد) (Janata Dal)، حزب کمونیست هند (CPI) و تعداد زیادی احزاب کوچک منطقه ای و ملی.

• **حق رأی:** همگانی بالای ۱۸ سال

### ۴- شاخص های کلیدی اقتصادی هند ( ماخذ TRADE ECONOMICS )

• **تولید ناخالص داخلی (GDP) 3176.30** میلیارد دلار در سال مالی ۲۰۲۱

• **سرانه تولید ناخالص داخلی GDP 1936.94** دلار در سال مالی ۲۰۲۱

• **نرخ رشد واقعی GDP ۴/۴** درصد در سال مالی ۲۰۲۲

• **قدرت خرید:** در سال ۲۰۲۲، قدرت خرید حدود ۱۷۰ تا ۲۰۰ میلیون نفر از مردم افزایش یافته و این امر جمعیت مصرف کننده طبقه متوسط را افزایش داده است. ( بر اساس گزارشات IMF و WORLD BANK جامعه متوسط هند به لحاظ اقتصادی در سال ۲۰۲۳ میلادی بین ۳۰۰ تا ۳۵۰ میلیون نفر تخمین زده شده است).

• **منابع طبیعی:** زغال سنگ ( ۸۲ میلیون و ۸۷۰ هزار تن ظرفیت تولید ۲۰۲۲ Construction World)، بوکسیت، نفت خام (۵۸۳ هزار بشکه در سال ۲۰۲۲)، گاز طبیعی ( ۶۰ میلیارد متر مکعب ۲۰۲۲)، برنج ( ۱۹۵ میلیون تن ۲۰۲۱)، ذرت ( ۳۱/۶ میلیون تن ۲۰۲۱)، گندم ( ۱۰۹/۵ میلیون تن ۲۰۲۱)، دانه های روغنی ( ۱/۷ میلیون تن ۲۰۲۱)، پنبه ( ۶/۱ میلیون تن ۲۰۲۰).  
در ضمن تولید کل غلات هند در سال مالی ۲۰۲۲، ۳۰۸ میلیون تن گزارش شده است. ( ماخذ FAO )  
• **نرخ تورم:** ۶/۵ درصد (مطابق ارزیابی ۲۰۲۳)

• **نیروی جوان:** بیش از ۵۸ درصد از جمعیت هند، بالغ بر ۵۶۴ میلیون نفر، زیر بیست سال هستند که این رقم حدوداً دو برابر جمعیت ایالات متحده است.

• **کشاورزی:** ۱۷/۶ درصد از GDP، تولیدات: گندم، برنج، دانه های روغنی، شکر، پنبه، کنف، چای

- صنعت: ۲۹/۴ درصد از GDP، تولیدات: نساجی، گونی بافی، فرآوری مواد غذایی، فولاد، ماشین آلات، تجهیزات حمل و نقل، سیمان، آلومینیوم، کودها، معدن، نفت، موادشیمیایی و نرم افزار کامپیوتر.
- خدمات: ۵۲/۹ درصد از GDP

## ۵- تجارت

- واردات: ( سال مالی ۲۰۲۲ ) ۶۱۰/۷۱ میلیارد دلار
- صادرات: ( سال مالی ۲۰۲۲ ) ۳۶۳/۳۷ میلیارد دلار
- شرکاء تجاری عمده: آمریکا، چین، امارات متحده عربی، انگلستان، آلمان، سنگاپور
- پول رایج: روپیه هندی (مارس ۲۰۲۳: در برابر دلار ۷۹/۹ روپیه و در برابر یورو ۸۴/۷ روپیه )
- سال مالی: اول آوریل تا ۳۱ مارس سال بعد
- ذخایر ارزی: ۵۶۱/۲۷۰ میلیارد دلار در فوریه ۲۰۲۳

هند به سمت اصلاحات اقتصادی مبتنی بر بازار آزاد که در سال ۱۹۹۱ آغاز شد، پیش می رود. اصلاحات اخیر شامل موارد زیر است: آزادسازی سرمایه گذاری خارجی و روند تبادلات مالی، حذف کنترل دولت بر صنایع، کاهش قابل توجه تعرفه ها و سایر موانع تجاری، اصلاحات و مدرنیزه سازی بخش مالی، تطابق و سیاست های مالی چشمگیر دولت و حمایت از حقوق مالکیت فکری. در سال های اخیر، سرمایه گذاری مستقیم خارجی به طرز چشمگیری افزایش یافته است. هند با حذف منع واردات آزاد ۱۴۲۰ کالای مصرفی وارداتی در سال ۲۰۰۲، تصمیم جدی خود را برای ادامه کاهش تعرفه های گمرکی نشان داده است. آمریکا بزرگترین شریک تجاری هند است. تجارت دوجانبه این دو کشور در سال ۲۰۲۱-۲۰۲۲ حدود ۱۱۹/۴۲ میلیارد دلار بود. صادرات اصلی آمریکا عبارت است از هواپیما و قطعات، ماشین آلات، پنبه، کود، آهن قراضه و سخت افزار کامپیوتر. واردات آمریکا از هند شامل منسوجات، لباس دوخته شده، خدمات کامپیوتری، کشاورزی و محصولات مرتبط، سنگ ها و جواهرات قیمتی، محصولات چرمی و شیمیایی بوده است. سهم آمریکا از کل سرمایه گذاری خارجی در هند ۱۳ درصد است و بزرگترین شریک سرمایه گذاری هند محسوب می شود. تجارت دوجانبه دو کشور چین و هند در سال مالی ۲۰۲۱-۲۰۲۲ حدود ۱۲۵/۶ میلیارد دلار بود. سرمایه گذاری های خارجی عمدتاً در حوزه های تولید انرژی، مخابرات، بنادر، جاده ها، اکتشافات نفت و معادن صورت می گیرد. بدهیهای خارجی هند تا سپتامبر ۲۰۲۲ به ۶۱۰/۵۰۰ میلیارد دلار رسیده است.

رشد فزاینده تعداد میلیارددهای هندی، یکی از شاخصهای کلیدی رشد اقتصادی این کشور است. بر اساس گزارش اوت سال ۲۰۰۸ مجله آمریکایی Forbes، ۶۳ نفر از ۱۱۲۵ میلیارد در جهان، هندی هستند و ۴ میلیارد از ۱۰ میلیارد اول جهان، هندی بوده و در جایگاه ۴ تا ۸ قرار دارند (لاکشمی میتال رئیس کل گروه فولادسازی آرسلور میتال: ۴۵ میلیارد دلار، موکش آمبانی رئیس کل گروه صنایع ریلاینس: ۴۳ میلیارد دلار، آنیل آمبانی رئیس کل گروه زیرساختاری ریلاینس: ۴۲ میلیارد دلار، کی پی سینگ رئیس کل گروه ساخت و ساز دی.ال.اف: ۳۰ میلیارد دلار).

ارزش کل دارایی های برادران آمبانی با احتساب بازار بورس بمبئی در سطح هند بالغ بر ۲۰۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است که حدود ۱۷٪ کل اقتصاد هند میباشد.



### بررسی سیاست تجاری هند

کشور هندوستان به عنوان سومین قدرت اقتصادی جهان بر مبنای شاخص PPP و ششمین اقتصاد جهان بر مبنای GDP<sup>۱</sup> یکی از شگفت انگیزترین رشدهای اقتصادی در هزاره جدید را تجربه کرده است و با میانگین رشد اقتصادی بالای خود تا پیش از شیوع کرونا، به سرعت خود را به یکی از اقتصادهای بزرگ دنیا تبدیل کرد. از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۹، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی هند تنها سه سال زیر ۶ درصد بود و بیشتر این بازه زمانی ۸ درصد یا بالاتر بوده است.<sup>۲</sup> این امر در کنار جمعیت ۱/۴ میلیارد نفری هند، این کشور را به یکی از جذاب ترین گزینه های تجارت در جهان تبدیل کرده است.

موفقیت بالای اقتصادی هند تا حد زیادی در گرو توسعه تجارت خارجی این کشور بوده است و یکی از اسناد مهم برای مطالعه و بررسی روندهای هند در این حوزه، سند سیاست تجارت خارجی این کشور است. مطالعه دقیق سند سیاست تجاری که جامع ترین و رده بالاترین منبع سیاست گذاری تجاری کشورها نیز به شمار می رود، همچنین به سیاست گذاران و تجار ایرانی تصویر خوبی از روندهای کلان تجاری کشور هند به دست می دهد و کمک بزرگی برای ورود به بازار این کشور به شمار می رود. براساس سند سیاست تجاری کشور هند ۲۰۱۶-۲۰۲۱ که به دلیل تأثیر همه گیری کرونا بر اقتصاد، دولت هند تا کنون سه بار تصمیم به تمدید آن گرفته است و آخرین مورد آن ماه جاری بود که تا سپتامبر تمدید شد، این مطالعات نخست به معرفی مهمترین سیاست های کلان اقتصادی هند می پردازد تا یک زمینه کلی از اقتصاد این کشور و جایگاه تجارت خارجی در آن ارائه کند. سپس وارد مبحث تجارت خارجی شده و سند سیاست تجاری این کشور مورد بررسی قرار خواهد گرفت و پس از معرفی دقیق آن و بخش های مختلف، به ارزیابی تأثیر آن بر اقتصاد و تجارت خارجی هند پرداخته خواهد شد. به دنبال آن، روابط تجاری ایران و هند و مهمترین موانع و فرصت های آن در زمینه این سند به بحث گذاشته خواهد شد و در نهایت، برخی پیشنهادها و راهکارهای کلان در این حوزه ارائه می شود.

### هندوستان: کشور فرصت ها و طرح های بزرگ

طی سال های اخیر و به ویژه از نیمه دهه ۲۰۱۰ دولت ملی گرای مودی طرح های سراسری پرشماری را برای توسعه اقتصادی و تسهیل تجارت در این کشور مصوب کرد و به اجرا گذاشت که سهم مهمی در رشد اقتصادی سریع هند در یک دهه اخیر داشته و در شکل دهی به سیاست های تجاری این کشور نیز مؤثر بوده اند. مهمترین این طرح ها «در هند بساز» و «بازار الکترونیکی دولتی» هستند. همچنین، میتوان در کنار آن ها از ابتکارهای دیگری مانند هند دیجیتال، استارتآپ هندی و مهارت هند نیز نام برد.

<sup>۱</sup> بانک جهانی

<sup>۲</sup> ماکروترندز

## ۱- بازار الکترونیکی دولتی هند ( Government E-Marketplace GeM-SPV )

با عنوان پورتال ملی تدارکات ملی در سال ۲۰۱۷ آغاز به کار کرد. این بازار یک پورتال دولتی با مالکیت صد درصد دولت است که تدارکات، کالاها و خدمات مورد نیاز بخش های عمومی و دولتی را سامان می بخشد. در این پورتال، فروشندگان و ارائه دهندگان خدمات می توانند با سهولت و بدون هرگونه نیاز به کاغذبازی یا تماس شخصی کالاها و خدمات خود را فهرست کنند. هدف از این پورتال ایجاد شفافیت و سهولت در عرضه و تقاضای بخش های دولتی و عمومی با بخش خصوصی است. تا نیمه سال ۲۰۲۰، بیش از ۴۶۲۳۰ سازمان دولتی و ۴۴۷۰۰۰ ارائه دهنده خدمات بر روی این پورتال ثبت شده اند و تخمین زده می شود که ۱۷/۲ میلیون محصول و ۱۳۵ گونه خدمات بر روی این پورتال آماده باشند.

## ۲- سیاست کلان «در هند بساز» ( Make in India ) در حقیقت ابتکاری است که در سال ۲۰۱۴ معرفی

شد و هدف اولیه آن تبدیل کردن هند به کانون ساخت و تولید در جهان بوده است و این مهم را از مسیر تسهیل سرمایه گذاری، تقویت نوآوری ها، توسعه مهارت ها و فراهم کردن زیرساخت های ساخت و تولید درجه یک در نوع خود دنبال کرده است. این ابتکار اخیراً مورد بازبینی قرار گرفته و در حال حاضر ۲۷ بخش مختلف را در کانون تمرکز خود قرار داده است که ۱۵ بخش در حوزه تولید و ۱۲ بخش در حوزه خدمات هستند. در نسخه بازبینی شده این سیاست، دیپلماسی اقتصادی نقش مهمی ایفا می کند و با جذب سرمایه گذاران بالقوه به این کشور از طریق یک فرایند آنلاین بسیار ساده و سریع موسوم به واحد ترخیص سرمایه گذاری مسیر ورود سرمایه گذاران خارجی به کشور را هموار کرده است. همچنین، یک گروه متشکل از وزرای مرتبط کابینه هند که توسط شخص وزیر کابینه دولت هندوستان سرپرستی می شود، موسوم به **Secretaries to the Empowered Group of Government of India** عامل سیاست گذاری های بین بخشی در راستای این سیاست هستند. همچنین واحدهای پروژه های توسعه (PDC) نیز برای هماهنگی میان دولت مرکزی و دولت های ایالتی در حوزه توسعه پروژه ها شکل گرفته است.

## ۳- ابتکار دیگر ، هند دیجیتال<sup>۱</sup> است. هند دیجیتال برنامه پیشرو دولت هند برای تبدیل هند به یک

جامعه دیجیتالی است که در بلند مدت به یک اقتصاد دانش محور سامان خواهد بخشید. این برنامه سه بخش



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



اصلی دارد: زیرساخت دیجیتال به مثابه یک مزیت کلیدی برای هر شهروند، اداره و خدمات مورد تقاضا و تقویت دیجیتالی شهروندان.<sup>۲</sup> برنامه هند دیجیتالی تلاش می کند این اهداف را با استفاده از توسعه رشد در نه حوزه مشخص از جمله دسترسی فراگیر به ارتباطات سیار، برنامه دسترسی عمومی به اینترنت، دولت الکترونیک، اصلاح دولت از طریق فناوری، ارائه خدمات الکترونیکی، پهنای باند عریض، اطلاعات برای همه، ساخت و تولید الکترونیکی، فناوری اطلاعات برای اشتغال و برنامه های برداشت پیش از موعد (**Harvest Programs Early**) دنبال کند.<sup>۳</sup>

**۴- استارتاپ هندی (Startup India)** یکی دیگر از برنامه های اقتصادی پرچمدار دولت هند است که معطوف به فراهم کردن یک محیط مساعد برای رشد و نمو کسب و کارهای جدید و استارت آپی است. این برنامه که از سال ۲۰۱۶ معرفی شده است تلاش کرده تا فرهنگ توسعه استارت آپ های هندی را توسعه داده و شهروندان را تشویق به راه اندازی کسب و کار آنلاین مخصوص به خود بنماید. در این قالب، شرکت های واجد شرایط توسط دولت به عنوان استارت آپ شناخته می شوند و این امر به آنها این امکان را می دهد تا به مجموعه ای از تسهیلات مشخص دسترسی پیدا کنند. تا ژوئیه ۲۰۲۰ تعداد ۳۴۲۲۶ استارت آپ در قالب این ابتکار ثبت شده است.<sup>۴</sup>

**۵- مهارت هند (Skill India)** یک برنامه دیگر است که دولت هند از سال ۲۰۱۴ آغاز کرده است و هدف آن توسعه مهارت های جامعه جوان این کشور است. وزارت توسعه مهارت ها و کارآفرینی در هند متولی این برنامه ها است که از سال ۲۰۱۵ با هدف دستیابی به چشم انداز «هند ماهر» (**Skilled India**) برنامه های پرشماری را دنبال می کند و متعهد بوده است که تا سال ۲۰۲۲ ظرفیت های سازمانی برای آموزش ۳۰۰ میلیون هندی را فراهم کند. تا ژانویه ۲۰۲۰ بیش از چهار میلیون داوطلب در برنامه های آموزشی کوتاه مدت این وزارت خانه شرکت کرده اند.<sup>۳</sup>

**۶- انتقال مستقیم مزایا (Direct Benefit Transfer DBT)** یکی دیگر از برنامه های دولت هند است که هدف اصلی آن استفاده از زیرساخت های دولت الکترونیکی برای تسریع، بهبود و دقت بخشی به خدمات دولتی به بخش عمومی در هند است. این برنامه با استفاده از ابتکار ساز و کارهای موسوم به **JAM** تلاش می کند تا به یک اقتصاد «بدون چهره، بدون کاغذ و بدون پول نقد» برسد و از این طریق، شفافیت، مسئولیت پذیری و هدف گذاری اقتصادی را بهبود بخشیده و سرعت خدمات را افزایش و هزینه آن را کاهش دهد.

1 Digital India

2 Digital Infrastructure as a Core Utility for Every Citizen, Governance and Service on Demand, Digital Empowerment of Citizens

3 <sup>3</sup> Investment Clearance Cell

## سیاست تجاری هند ۲۰۱۶-۲۰۲۲

سند سیاست تجاری هند<sup>۳</sup> همانگونه که گفته شد از سال ۲۰۱۶ اجرایی شد. سند FTP با هماهنگی با سازمان تجارت جهانی و بر مبنای تعهدات هند به این سازمان تهیه شده است و در اصل برای ۵ سال تهیه شده بود، ولی به دلیل کرونا ابتدا تا پایان سال ۲۰۲۱ و بار دیگر تا سال ۲۰۲۲ تمدید شد. همچنین، در سال به دلیل معرفی طرح جدید مالیات بر کالا و خدمات توسط دولت هند، این سند یک بار مورد بازنگری و تغییرات واقع شده است. روح اصلی این سند در راستای توافق های دولت هند با سازمان تجارت جهانی برای «آزادسازی تجارت و همگرایی عمیق تر با اقتصاد جهانی» بوده است. این قرارداد برای ایجاد یک محیط سیاست گذارانه با ثبات و پایدار برای تجارت خارجی در حوزه کالا و خدمات و سازگار با قواعد سازمان تجارت جهانی بوده است. این سند همچنین با قواعد کلان تر دولت هند از قبیل هند دیجیتال، مالیات کالا و خدمات، مهارت هند و دیگر اولویت های اقتصادی سازگار بوده است. عمده چشم انداز این سند متمرکز بر تسهیل تجارت با کوتاه کردن فرایندها، بوروکراسی، هزینه ها و زمان است.

## مرور متن سند سیاست تجارت خارجی هند

سند سیاست تجاری هندوستان مشتمل بر نه فصل و یک فصل مقدمه است که فصل نهم نیز به تعریف مفاهیم و اصطلاحات اختصاص داده شده است. کلیت سیاست تجاری هندوستان توسط دولت مرکزی این کشور و ذیل اختیارات دولت طبق قانون تجارت خارجی (توسعه و قاعده گذاری) صورت گرفته و عمل می کند. این سند که در سال ۲۰۱۵ اجرایی شد در مرحله نخست برای بازه زمانی ۲۰۱۶-۲۰۲۱ تا ۲۰۲۰-۲۰۲۱ تعیین شده بود که بعداً تا ۲۰۲۲ تمدید شد.

دبیرخانه اجرایی تجارت خارجی (Director General of Foreign Trade DGFT) نهاد تصمیم گیرنده و مجری این سند است. این نهاد متعهد به تسهیل واردات و صادرات با تکیه بر اصول حکمرانی خوب، یعنی کارآمدی، شفافیت و حساب پذیری است. دبیرخانه اجرایی همچنین شامل یک طرح برای صادر کنندگان و واردکنندگان تازه کار و کم تجربه تر می شود که موسوم است به **Niryat Bandhu Scheme** و در قالب آن، خدمات مشاوره ای و آموزشی به این طیف از تجار ارائه می شود.

بخش مهمی از هدفگذاری دولت در این سیاست شامل تسریع و تسهیل رویه های قانونی است که از طریق دو دستورالعمل انجام شده است: حذف بوروکراسی های غیرضروری و الکترونیکی کردن خدمات. کلیه فرایندها انجام امور تجاری از طریق سیستم DGFT به صورت برخط بوده است و از طریق کدهای IEC صورت می پذیرد که صدور آن معمولاً دو روز طول می کشد. این امر شامل ثبت موارد، امضای فرم ها، درخواست ها و پرداخت ها می شود.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



همچنین، برای تسریع کار و کاهش کاغذبازی، تعداد اسنادی که برای صادرات و واردات بایستی تهیه شود کاهش پیدا کرده و به سه مورد رسیده است.<sup>۴</sup> در واقع کلیه فرایندها و ارتباطات در قالب DGFT به منظور واردات و صادرات به صورت بر خط و از طریق نرم افزارهای دولتی و سوم شخص صورت می گیرد.

ترخیص ۲۴ ساعته هفت روز هفته کالا در گمرک های ۱۹ بندر و ۱۷ فرودگاه و سیستم تک پنجره ای SWIFT به گونه ای که واردکننده و صادرکننده تنها از یک مجرا و بدون نیاز به مراجعه به بخش های مختلف رویه های اداری لازم را طی می کند مهمترین نوآوری های این سیستم هستند. علاوه بر آن، وضعیت ویژه برای کالاهای فاسد شدنی کشاورزی، خدمات بانکی ویژه و امثال آن از دیگر تسهیلاتی هستند که این نهاد برای تسهیل تجارت در هندوستان تدارک دیده است.

یکی از مهمترین بخش های تصمیم سازی در سیاست تجاری هند، کمیته ملی تسهیل تجارت<sup>۲</sup> است که بنا بر موافقت نامه دولت هند با سازمان تجارت جهانی برای تسهیل تجارت (TFA) شکل گرفته و متولی نهادی تسهیل تجارت در کشور است. این نهاد که متشکل از نمایندگان وزارت خانه های گوناگون است توسط وزیر کابینه رهبری می شود و بالاترین نهاد در سطح ملی در امر تسهیل تجارت به شمار می آید.

برخی از اقلام در حوزه واردات بنا بر ماهیت مشمول تسهیلات ویژه از جمله معافیت مالیاتی و امکان تعویق در پرداخت مالیات می شوند. این حوزه ها عبارتند از منسوجات دستباف و زیورآلات، صنایع دستی، کفش و محصولات چرمی، بخش محصولات دریایی و کالاهای ورزشی و اسباب بازی شامل این بخش می شوند.

فصل دوم با چشم اندازهای اداره واردات و صادرات کالاها و خدمات سر و کار دارد. این فصل، به طور کلی قواعد و اصول کلی در مورد دسته بندی های گوناگون در حوزه واردات و صادرات کالاهای نو و دسته دوم و شرایط عمومی برای واردکنندگان و صادرکنندگان را مشخص می کند. صادرات و واردات آزاد خواهد بود به جز زمانی که به واسطه یکی از موارد «ممنوعیت Prohibition» «محدودیت Restriction» یا «تجارت اختصاصی از مسیر مؤسسه تجارت دولتی state trading enterprises (STEs)» برای آن قاعده ای وجود داشته باشد. این موارد در «طبقه بندی تجاری هند India Trade Classification, Harmonized System» مشخص شده است و به سیستم هارمونی شهرت دارد

علاوه بر این، مواردی وجود دارد که برای صادر یا وارد کردن آزاد هستند، ولی موضوع شرایطی هستند که در قوانین یا دستورالعمل های دیگری در برخی زمان ها مشخص شده است. به جز مواردی که به روشنی مشخص

شده، قواعد واردات مربوط به کالاهای نو است و قواعد مربوط به کالاهای دست دوم در همین سند مشخص شده است.

تمام قواعد و رویه ها و استانداردهایی که برای کالاهای تولید داخل وجود دارد، برای کالاهای وارداتی نیز اعمال می شود مگر اینکه مشخصا استثنا شده باشد. همچنین، کالاهای مورد استفاده در تولید کارخانه ها به منظور صادرات ممکن است از این استانداردهای محلی استثنا شده باشند.

هر شخصی برای واردات و صادرات به هندوستان باید یک **IEC** داشته باشد که توسط دبیرخانه (DGFT) صادر می شود.

موارد پرشماری وجود دارد که دبیرخانه می تواند واردات یا صادرات محصولاتی را ممنوع یا محدود کند از جمله در زمان کمبود داخلی، تأمین نظم و اخلاق عمومی، تأمین حیات و سلامت گونه های انسانی گیاهی و جانوری و مانند آن. همچنین کالاهایی که میتوانند وارد شوند و شامل محدودیت یا ممنوعیت نیستند، می توانند توسط هر شخصی وارد شوند مگر مواردی که مجوزهای خاص مورد نیاز است. همچنین، برخی از ممنوعیت ها در مورد تجارت با برخی کشورها یا کالاها به طور مشخص در این سند آمده است:

- صادرات و واردات تسلیحات یا کالاهای مرتبط به عراق ممنوع است. موارد خاصی در مورد «دولت عراق» قابل انجام است که باید با مجوز دپارتمان محصولات دفاعی هند صورت بگیرد.

-تجارت با داعش، النصره و دیگر سازمان های زیرمجموعه القاعده ممنوع است.

-تجارت با کره شمالی، ایران و سودان محدود است و ممنوعیت هایی به همراه دارد.

دو نکته مهم در مورد محدودیت ها و مشوق ها وجود دارد. نخست اینکه در این سند، سیستم بازپرداخت بدهی ( **Debt Repayment**) در مورد تجارت با روسیه به صورت صریح بیان و تصریح شده است که نهاد **DGFT** ساز و کارهایی برای این امر می تواند تدارک ببیند ولی در هر حال، در این مورد اصل بر قرارداد دوجانبه با روسیه است و حتی به روشنی آمده که هر بند سیاست تجاری هند که مغایر با آن توافق دوجانبه باشد، اعمال نخواهد شد.

نکته دوم اینکه تجارت با کشورهای همسایه در سند سیاست تجاری هند تشویق شده است و ترانزیت از مسیر هند به و یا از کشورهای همسایه موکول به توافقات دوجانبه و عرف بین المللی شده است در مورد کالاهای سرمایه ای که برای تعمیر یا بازرسی به خارج از کشور فرستاده می شوند، واردات دوباره آنها نیاز به مجوز ندارد. همچنین، پیمانکارهای هندی که در خارج از این کشور فعالیت می کنند می توانند پس از اتمام پروژه کالاهای خود اعم از سرمایه ای را بدون مجوز به کشور وارد کنند، منوط به اینکه حداقل یک سال مورد استفاده در آن پروژه قرار گرفته باشند.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



فصل سوم سند شامل توضیح و تفصیل دو طرح برای تشویق صادرات کالا و خدمات از هند است که به ترتیب عبارتند از طرح صادرات کالا از هند (MEIS)<sup>۱</sup> و طرح صادرات خدمات از هند (SEIS)<sup>۲</sup>. در قالب این دو طرح، بخش های مشخص و تعریف شده از صادرات هندی مشمول معافیت های مالیاتی و امتیازها می شوند. در این قالب ها، به عنوان مثال منزلت داران<sup>۳</sup> که صادرکنندگان برتر هستند می توانند از امتیازهای ویژه ای از قبیل خوداظهاری در ترخیص گمرکی، تسهیلات بانکی، تسهیل در اسناد مورد نیاز برای مراحل گوناگون، امتیازهای ترجیحی و اولویت در ترخیص محموله ها و بررسی اسناد تجاری برخوردار شوند.

فصل چهارم به طرح شرایط واردات آن دسته از محصولات اختصاص دارد که مواد اولیه فعالیت های اقتصادی تولیدی صادراتی هستند. این محصولات از مالیات معاف هستند.

نفت و سوختی که برای تولید استفاده می شود در زمره این محصولات قرار می گیرد و در قالب قواعد AA<sup>۴</sup> با آن ها رفتار می شود. همچنین، پارچه و مواد لازم برای تولید لباس نیز در این دسته قرار می گیرند در مورد محصولات و ملزومات دیگر، اولاً یک کمیته عمومی وجود دارد که زیر عنوان رویه های **Standard Input** و **SION (Output Norms)** و توسط کمیته هنجار (Norms Committee) برای محصولاتی مشخص، مجوزهای واردات محدود صادر می کند و ثانیاً، در مورد مواردی که در این دسته نیز قرار نمی گیرند، رویه ای وجود دارد که صادرکنندگان با حداقل دو سال سابقه صادرات می توانند به طور سالیانه درخواست هایی مبنی بر نیاز خود برای وارد کردن محصولات مورد نیاز خود بدون نیاز به مالیات ثبت کنند که در قالب قواعد **Advance Authorization for Annual Requirement** قرار می گیرند. در وهله بعدی، وقتی رویه سابقی در **SION** وجود ندارد و یا این که تولیدکننده نیاز مازاد پیدا می کند، می تواند در قالب خود اظهاری نیز اقدام کند و در این صورت، از بررسی محصول توسط کمیته هنجار معاف می شود. در هر حال، این معافیت های مالیاتی تنها شامل معافیت از مالیات های پایه<sup>۱</sup> می شوند و مالیات بر واردات (**Duty Free Import**) بایستی در قالب **SION** و به طور موردی بررسی و صادر شوند همچنین حداقل ارزش افزوده ای که بایستی در جریان تولید صورت بگیرد تا شامل این معافیت ها باشد، ۲۰ درصد تعیین شده است. برای جواهرات، فلزات قیمتی وسایل مصرفی، و الماس نیز قواعد ویژه ای تعیین شده است.

1 Merchandise Exports from India Scheme (MEIS)

2 Service Exports from India Scheme (SEIS)

3 Status Holders

4 Advance Authorization



فصل پنجم به بررسی طرح ترویج صادرات به واسطه کالاهای سرمایه ای اختصاص دارد که مبنای آن تسهیل واردات کالاهای سرمایه ای به منظور تقویت تولید و رقابت پذیر کردن تولید هندی است. واردات تمام دستگاه هایی که در مرحله پیش تولید، تولید و پساتولید مورد استفاده قرار دارند دارای نرخ مالیات صفر است، مگر مواردی که استثنا شده است. (ضمیمه همین فصل). همچنین در مقابل واردات آزاد این کالاها، یک تعهد به تولید وجود دارد. واردکننده موظف است ظرف مدت ۶ سال از تاریخ صدور مجوز، به میزان شش برابر ارزش مجموع مالیات ها، عوارض و تعرفه ها، کالا تولید و صادر کند. همچنین، واردکنندگانی که کالاهای سرمایه ای خود را به منظور تولید در مناطق کمتر توسعه یافته هند و نیز تولید کالاهای سبز (سازگار با محیط زیست) وارد کنند مشوق های اضافی دریافت خواهند کرد

فصل ششم به طور مشخص به چهار طرح اختصاص دارد که مربوط به موارد با منشأ صادراتی، پارک های فناوری سخت افزار الکترونیکی، نرم افزار و بیوتکنولوژی هستند. این طرح ها شامل واحدهایی است که تمام محصول تولیدی آنها صادر می شود و بنا به ماهیت، در قالب یکی از این چهار طرح بالا، به اختصار **EOUs-EHTP-STP-BTP** قرار می گیرد. هدف همه این طرح ها تشویق صادرات، گسترش درآمدهای ارزی و جذب سرمایه گذاری در این حوزه ها است

کلیه کالاهایی که این واحدها برای فعالیت های تولیدی خود نیاز دارند، اعم از کالاهای سرمایه ای و غیره، می توانند زیر عنوان طرح های بالا و به شرطی که در فهرست کالاهای ممنوعه نبوده و یا قانون دیگری در مورد آنها وجود نداشته باشد، با تسهیلات ویژه ای وارد شوند. واردات این کالاها بر مبنای خود اظهاری بوده و انواع مختلفی از معافیت ها و تخفیف های مالیاتی و تعرفه ای شامل حال آنها می شود.

واحدهای تولیدی چهارگانه **EOU/EHTP/STP/BTP** همچنین می توانند کالاهای سرمایه ای مورد نیاز خود را بدون تعرفه و مالیات از طرف های داخلی یا خارجی اجاره کنند (۶،۳) مهمترین ویژگی این واحدها و لازمه تعریف شدن در این قالب این است که چرخه درآمدهای ارزی مثبت داشته باشند همچنین، تمام محصول تولید شده در قالب این طرح های چهارگانه بایستی صادر شود. همچنین، میزان سرمایه اولیه این واحدها لازم است که از حد معینی، یعنی یک کرور روپیه، بالاتر باشد

فصل هفتم به دسته خاصی از صادرات موسوم به **Deemed Exports** اختصاص دارد و هدف آن فراهم کردن یک زمینه برای تولیدکنندگان در موارد خاصی است که دولت هند به شکل موقعیتی تصمیم به انجام آن میگیرد. مواردی که در قالب این **Deemed Exports** قرار می گیرد عمدتاً برای تأمین کالاهای مورد نیاز پروژه ها است. به این ترتیب، این دسته از کالاها کشور هند را ترک نمی کنند (هرچند در مقوله صادرات طبقه بندی می شوند) و بهای آن کالا یا خدمات یا با روپیه هند و یا ارزهای آزاد خارجی پرداخت می شود. مواردی که در ذیل این طرح قرار می گیرند در دو دسته کلی طبقه بندی شده اند: دسته نخست کالاهایی هستند که برای تأمین نیازهای تولیدکنندگان و عمدتاً در قالب طرح هایی مانند تأمین کالاهای سرمایه ای، کالاهایی که برای واحدهای تولیدی چهارگانه پارک های فناوری **EOU/EHTP/STP/BTP** مورد نیاز هستند. دسته دوم شامل کالاهایی می شود که



برای تأمین نیازهای پیمانکاران طرح های دوجانبه و چندجانبه مشخص شده توسط وزارت اقتصاد (Department of Economic Affairs DEA) و یا وزارت خارجه لازم هستند. همچنین، مواردی نیز بنا بر موقعیت توسط دیگر نهادهای دولتی از جمله وزارت مالیه (Financial Department) مشخص می شوند که در این چارچوب قرار می گیرند. تأمین کالاها برای نیروگاه های برق بزرگ، نیروگاه های هسته ای (با شرایطی) و نیز برای مأموریت های سازمان ملل و یا دیگر سازمان های بین المللی نیز در این دسته قرار می گیرند تولیدکننده ها و واردکنندگانی که در قالب این طرح ها تعریف می شوند، می توانند از مزایای تعرفه ای امتیازهای صادراتی مختلفی از جمله تعرفه ترخیص صفر، مالیات غیرمستقیم **terminal excise duty** و امثال آن بهره مند شوند (۷،۳) البته این امتیازها منوط به شرایطی است که در بند ۷ این فصل شرح داده شده است.

فصل هشتم به ساز و کارهای حل اختلاف و کنترل کیفیت محصولات صادراتی و وارداتی هند اختصاص دارد. این مبحث به ویژه از آن رو برای سیاست تجاری هند اهمیت دارد که به عنوان صادرکنندگان جدیدی که در تلاش است تا در رقابت با بازیگران کهنه کارتر، سهمی از بازار بین المللی برای خود تخصیص دهد، کنترل و تصحیح تصویری که از محصولات هندی در بازار جهانی ارائه می شود از اهمیت بالایی برخوردار است. بر مبنای بند نخست این فصل، مناقشات در سه دسته کلی تقسیم بندی شده است: اول، شکایت های خریداران خارجی نسبت به کیفیت پایین کالای صادراتی هستند، دوم، شکایت هایی که به دلیل کیفیت پایین کالاهای وارداتی توسط تولیدکنندگان داخلی ثبت می شود و سوم، شکایت های ناظر بر ابعاد اخلاقی قراردادها از قبیل عدم پایبندی به زمان تحویل، مغایرت کالا و تحویل ناقص کالاها. اینگونه دعاوی عمدتاً در قالب قانون تنظیم تجارت خارجی (Foreign Trade (Regulation) Rules 1993)، قانون تعرفه ها (1962 Customs Act,) و قانون بازرسی و کنترل کیفیت صادرات 1963 رسیدگی می شود برای تسریع رسیدگی ها، یک کمیته در دفاتر 22 گانه DGFT موسوم به 'Committee on Quality Complaints and Trade Disputes' (CQCTD) تأسیس شده است این کمیته مسئول رسیدگی و بازرسی تمام موارد مرتبط با کنترل کیفیت صادرات و واردات است و زمان رسیدگی معمول سه ماه است پیامدهای اقتصادی سیاست تجاری برای اقتصاد هند سند سیاست تجارت خارجی هندوستان تأثیر چشمگیری بر وضعیت اقتصادی این کشور گذاشته است. طبق ارزیابی مشترک دولت هند و سازمان تجارت جهانی طی چهار سال نخست سیاست تجاری هند، یعنی حد فاصل سال های مالی 2014-2015 تا 2018-2019 حجم تولید ناخالص داخلی کشور از 2 تریلیون دلار به 2/7 تریلیون دلار افزایش پیدا کرده است و رشدی بین 6 تا 7 درصد را به نمایش گذاشته است. هرچند رشد تولید ناخالص داخلی در سال های شیوع کرونا کاهش پیدا کرده و در 2019 به 4 درصد و در 2020 به رقم بی سابقه 7/2- درصد رسید، با این حال به نظر میرسد اقتصاد هند در حال بازیابی است، به گونه ای که در 2021 رشد اقتصادی 9/5 درصد بوده است. همچنین، تأثیر این سیاست بر نرخ تورم نیز قابل بحث است، به گونه ای که از 4/9 درصد در 2015-2016 به 3/4 درصد در 2018-2019 رسید.

در حوزه تجارت، سهم کل تجارت کالا (مجموع واردات و صادرات) از GDP طی دوره اعمال سیاست تجاری جاری هند روندی سینوسی را طی کرده است. این نسبت ابتدا از 37 درصد در سال مالی 2015-2016 به 36 درصد در

سال مالی ۲۰۱۶-۲۰۱۷ کاهش پیدا کرد، ولی دوباره در سال ۲۰۱۸-۲۰۱۹ به ۴۱ درصد افزایش یافت. با این حال در آخرین سال مالی گزارش مورد بحث یعنی ۲۰۱۹-۲۰۲۰ دوباره سهم تجارت خارجی از تولید ناخالص داخلی هند به ۳۷/۸ درصد کاهش پیدا کرد. بخشی از این کاهش طبیعتاً ناشی از کاهش رشد تجارت جهانی در دوران پاندمی بوده است.

در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ گروه های کالایی اصلی صادراتی هند شامل اقلام زیر بوده است: محصولات شیمیایی ۱۴/۴ درصد، محصولات پتروشیمی ۱۲/۳ درصد، سنگ های قیمتی و جواهرات ۱۱/۵ درصد، پارچه و منسوجات ۱۰/۸ درصد، ماشین آلات و دستگاه های الکترونیکی ۹/۱ درصد، محصولات کشاورزی ۸/۴ درصد و فلزات پایه ۷/۶ درصد. در کل تجارت کالای هند طی بازه زمانی ۲۰۲۰-۲۰۱۵ نرخ رشد میانگین سالانه ۱/۷ درصد را به نمایش گذاشته است و تنها در سال مالی ۲۰۲۰-۲۰۱۹ منفی بوده است. در ۲۰۱۸-۲۰۱۹ صادرات هند ۳۳۰ میلیارد دلار آمریکا بود، در حالی که این رقم در سال مالی بعدی، یعنی ۲۰۲۰-۲۰۱۹ به ۳۱۳ میلیارد دلار (منفی ۵/۱ درصد) کاهش پیدا کرد. این کاهش ناشی از کاهش تقاضای خارجی ناشی از کند شدن سرعت سرمایه گذاری جهانی ارزیابی شده است.

طی پنج سال مالی مورد بحث، از ۲۰۱۵-۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰-۲۰۱۹ واردات هند نیز به طور میانگین سالانه ۱/۹ درصد رشد داشته است، هرچند باز هم در سال مالی ۲۰۱۹-۲۰۲۰ با منفی ۷/۸ درصد کاهش نسبت به سال قبل، از ۵۱۴ میلیارد دلار آمریکا به ۴۷۴ میلیارد دلار رسید. عمده ترین محصولات وارداتی هند طی این دوران به شرح زیر بوده اند:

خوراک و محصولات پتروشیمی ۲۷/۵ درصد، سنگ های قیمتی و جواهرات ۱۱/۵ درصد، کالاهای الکترونیکی ۱۱/۱ درصد، ماشین آلات ۹/۵ درصد، مواد شیمیایی ۹/۳ درصد.

کسری موازنه تجارت کالا به عنوان درصد تولید ناخالص داخلی از ۶/۸ درصد در سال ۲۰۱۵-۲۰۱۶ (۱۱۷/۸ میلیارد دلار) به ۷/۷ درصد در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ (۱۶۰/۸ میلیارد دلار) رسید. وابستگی هند به واردات کالاهای اساسی از قبیل نفت خام، روغن های خوراکی، گاز، ذغال سنگ، وسایل الکترونیکی، کودهای شیمیایی و موارد مشابه از دلایل تراز منفی تجارت چشمگیر هند ارزیابی شده است.

### تجارت کالا

همچنین، در طول سال های اعمال سیاست تجاری جاری هند، تجارت این کشور با برخی مناطق در مقایسه با دیگر مناطق افزایش معناداری نشان داده است. سهم صادرات هند به مناطق امریکای شمالی و اروپا و آسیای مرکزی از ۱۴ و ۱۹ درصد در ۲۰۱۴-۲۰۱۵ به ۱۹ و ۱۹/۵ درصد در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ رسیده است. صادرات به آسه آن در همین بازه زمانی اندکی کاهش داشته است و از ۱۰/۲۵ درصد به ۱۰/۰۷ درصد رسیده است. اما بیشترین کاهش در این زمینه مربوط به منطقه خاورمیانه و شمال افریقا است که سهم آن از ۲۱/۳ درصد به ۱۸ درصد رسیده است. در میان همسایگان هم بیشترین افزایش صادرات، افزایش ۳۹/۲ درصدی صادرات به چین بوده است.

در حوزه واردات اما هرچند جایگاه اروپا کماکان محفوظ است و جزء دو مبدا وارداتی عمده هند است، اما این خاورمیانه است که مهمترین مبدأ وارداتی هند به شمار می رود و با توجه به حجم بالای واردات انرژی هند، این مسئله مورد انتظار هم هست. با این حال، سهم این دو منطقه از واردات هند طی دوره سند سیاست تجاری هند اندکی رو به کاهش گذاشته است و از ۱۶/۷ درصد (اروپا و آسیای مرکزی) در ۲۰۱۴-۲۰۱۵ به ۱۵/۵ درصد در ۲۰۱۹-۲۰۲۰ رسیده است، در حالی که سهم خاورمیانه از ۲۵/۸ درصد در سال آغاز معرفی سند تجاری هند، به ۲۴ درصد در سال مالی ۲۰۱۹-۲۰۲۰ کاهش پیدا کرده است. در مقابل، سهم امریکای شمالی از واردات هند افزایش پیدا کرده است و از ۶/۵ درصد به ۳/۹ درصد طی همین بازه زمانی رسیده است. سهم جنوب آسیا از واردات هند بسیار اندک و در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ تنها ۰/۸ درصد بوده است. به لحاظ کشورها هم چین بزرگترین رقیب وارداتی هند با ۱۳/۷ درصد بوده است که بعد از آن ایالات متحده با ۶/۹ درصد، امارات با ۸/۵ درصد و عربستان سعودی با ۵/۵ درصد در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ بوده اند. در مجموع واردات و صادرات، در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ سه شریک اول تجاری هند عبارت بود از ایالات متحده، چین و امارات متحده عربی. نکته مهم اینکه جایگزینی ایالات متحده با چین در طول دو سال اخیر اتفاق افتاده است.

## صادرات خدمات

سهم هند از بازار صادرات خدمات جهان بسیار چشمگیر است و بر اساس آمارهای سازمان تجارت جهانی رتبه هشتم را با سهمی معادل ۳/۳ درصد از کل صادرات خدمات در جهان دارا است، دو برابر سهم ۱/۷ درصدی این کشور از صادرات کالا. این خدمات عمدتاً در حوزه خدمات نرم افزار، خدمات مالی و خدمات ارتباطی بوده است. صادرات خدمات هند طی بازه زمانی سند سیاست تجاری با رشد سالیانه ۸/۴ CAGR درصد بسیار بهتر از رشد سالیانه ۴/۷ درصدی صادرات کالا عمل کرده است.

در حوزه واردات خدمات هم هند رشد چشمگیری را نشان داده است و در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ با ۱/۸ درصد رشد نسبت به سال قبل از آن به رقم بالای ۱۲۶/۱ میلیارد دلار رسید. به این ترتیب مهمترین دسته بندی های واردات خدمات توسط هند عبارتند از خدمات تجاری، حمل و نقل، مسافرت و نرم افزار.

دولت هند با توجه به اهمیت تجارت در حوزه خدمات، دوازده بخش اصلی را در این حوزه مشخص کرده و توجه ویژه ای به توسعه آنها دارد: فناوری اطلاعاتی (IT & ITeS) ،توریسم، مسافرت درمانی، خدمات حمل و نقل و لجستیک، خدمات ارتباطی، مهندسی ساخت و ساز و خدمات مرتبط، خدمات زیست محیطی، خدمات مالی و خدمات آموزشی. در همین راستا، دولت هند سالیانه نمایشگاهی با عنوان نمایشگاه جهانی خدمات (GES) برگزار می کند و هدف نهایی آن ایجاد یک زمینه برای تجارت خدمات در سطح جهانی است تا در نهایت منجر به توسعه تجارت خدمات هند و جریان سرمایه گذاری مستقیم خارجی در این بخش شود.

## سیاست های مکمل: معاهدات تجاری دو یا چندجانبه

برای رشد هرچه بیشتر تجارت خارجی و گسترش مبادلات تجاری خارجی، دولت هند در کنار قواعد سازمان تجارت جهانی اقدام به ایجاد موافقت نامه های دوجانبه با کشورها و مناطق مختلفی کرده است تا تجارت با این کشورها و مناطق را منظم تر، قاعده مندتر و قابل پیش بینی تر بکند. این کشور تلاش کرده است تا با مناطق و کشورهایی وارد موافقت نامه های دو یا چندجانبه شود که اقتصادی مکمل اقتصاد هند دارا هستند و موافقت نامه های تجارت منطقه ای (RTA) و موافقت نامه تجارت ترجیحی (PTA) را به مثابه «ساخت بلوکهایی برای رسیدن هدف نهایی آزادسازی/همه‌پسند سازی ابزارهای تعرفه ای و غیرتعرفه ای» می داند.

### موافقت نامه های تجاری دوجانبه هندوستان با کشورها و مناطق مختلف از این قرار است:

**۱- جنوب آسیا.** هندوستان از سال ۱۹۸۸ FTA با سریلانکا دارد که در نوع خود قدیمی ترین مورد است و به یک موافقت نامه جامع نیز گسترش پیدا کرده که تجارت، خدمات و سرمایه گذاری را در بر می گیرد. همچنین هند با بوتان و نپال توافق نامه تجارت ترجیحی (پی تی ای) دارد و با افغانستان نیز از سال ۲۰۰۳ یک پی تی ای امضا کرده است. علاوه بر اینها، از سال ۲۰۰۴ و در قالب سارک، هند با شش کشور دیگر این حوزه یعنی پاکستان، نپال، سری لانکا، مالدیو، بوتان و بنگلادش موافقت نامه ای برای محدوده تجارت آزاد **free trade area** امضا کرده است.

**۲- جنوب شرق آسیا:** هرچند ادغام شدن اقتصادی هند در جنوب شرق آسیا جدیدتر از جنوب آسیا است، اما ماهیت آن عمیق تر و چند لایه است. هندی ها با آسه آن از سال ۲۰۱۰ یک موافقت نامه تجارت کالا **TRADE IN GOODS AGREEMENT** دارند و از سال ۲۰۱۵ موافقت نامه خدمات و تجارت ( **service and investment agreement** ) نیز در این رابطه اجرا شد. در لایه بعدی، هند با بسیاری از کشورهای این منطقه قراردادهای تجاری دوجانبه دارد: با تایلند از سال ۲۰۰۴ یک موافقت نامه دوجانبه، با سنگاپور از ۲۰۰۵ یک توافق نامه جامع همکاری های اقتصادی ( **Comprehensive Economic Cooperation Agreement CECA** ) دارد و توافق نامه مشابهی نیز از سال ۲۰۱۱ با مالزی امضا کرده است. این کشور همچنین از سال ۲۰۱۰ با کره و از ۲۰۱۱ با ژاپن قرارداد جامع مشارکت اقتصادی ( **Comprehensive Economic Partnership Agreement** ) دارد.

**۳- اقیانوسیه:** هند از سال ۲۰۱۰ با نیوزیلند و از سال ۲۰۰۹ با استرالیا وارد مذاکرات برای امضای یک **CECA** شده است که تجارت در حوزه های کالا، خدمات، سرمایه گذاری و نیز دیگر حوزه های همکاری های اقتصادی را در بر می گیرد. تا کنون ۱۰ دور مذاکره با نیوزیلند و ۹ دور مذاکره با استرالیا برگزار شده است.

**۴- امریکا:** هند از سال ۲۰۰۶ با شیلی و از ۲۰۰۴ با بلوک تجاری **MERCOSUR** پی تی ای دارد که در حال حاضر در حال گسترش همکاری ها از طریق گسترش دامنه کالاها و تعرفه های ترجیحی است. از ۲۰۱۰ در حال مذاکره با کانادا برای یک **CEPA** است و تا کنون ده دور برگزار شده است. (سپا علاوه بر تجارت کالا شامل تجارت خدمات، سرمایه گذاری و همکاری های اقتصادی دیگر هم می شود). همچنین، دهلی تا کنون ۵ دور مذاکره با پرو برای یک افتی ای برگزار کرده است.

**۵- اروپا:** هند مذاکرات گسترده ای با اتحادیه اروپا برای رسیدن به یک موافقت نامه دوجانبه تجارت و سرمایه گذاری **BTIA** را از سال ۲۰۰۷ آغاز کرد و تا ۲۰۱۳ تعداد ۱۶ دور نشست را با این نهاد اروپایی برگزار کرد که پس از آن این نشست ها متوقف شد. همچنین ۱۷ دور مذاکره نیز از سال ۲۰۰۸ تا کنون با **EFTA** (ایسلند، لیختن

اشتاین، سوییس، نروژ) برای امضای یک موافقت نامه شراکت تجاری و اقتصادی TEPA برگزار کرده است و مذاکرات شراکت تجاری با بریتانیا نیز در حال انجام است.

**۶- سی آی اس:** هند از سال ۲۰۱۸ مذاکرات برای یک موافقت نامه تجاری دوجانبه با اتحادیه اقتصادی اوراسیا (EAEU) را آغاز کرده است (ارمنستان، قرقیزستان، قزاقستان، بلاروس و روسیه)

**۷- خاورمیانه و افریقا:** هند در حوزه خاورمیانه و افریقا در حال مذاکرات با دو نهاد و سه کشور است. این کشور تلاش کرده است تا یک پی تی ای با اتحادیه محصولات افریقای جنوبی SACU امضا کند (بوتسوانا، نامیبیا، افریقای جنوبی، سوازیلند و لسوتو). امضای یک اف تی ای با شورای همکاری خلیج فارس، اسرائیل و موریتانی نیز در دستور کار بوده است در حالی که مذاکرات با ایران برای یک موافقت نامه تجاری محدود در جریان بوده است و اخیراً با امارات متحده عربی به توافق نامه تجارت آزاد رسیدند.

### تجارت ایران و هندوستان و سند سیاست تجاری

تجارت دوجانبه میان ایران و هند طی یک دهه اخیر با نوسان های گوناگونی همراه بوده است. در سال های پس از امضای برجام که محدودیت ها برای مبادلات دوجانبه برداشته شد، روابط تجاری دو کشور به سرعت اوج گرفت و در مقطعی ارزش تجارت دوجانبه به ۱۵ میلیارد دلار نیز رسید. با این حال، به دنبال خروج دولت دونالد ترامپ از برجام، تجارت دوجانبه نیز در کنار دیگر بخش های روابط دو کشور از جمله در توسعه بندر چابهار و توسعه میدان گازی فرزاد به چالش کشیده شد. در میان ناباوری مقام های ایرانی، هند از سال ۲۰۱۹ واردات نفت از ایران را به دلیل تحریم های آمریکا متوقف کرد و این بزرگترین ضربه به روابط اقتصادی و البته سیاسی دوجانبه میان دو کشور بود. با این حال، آسیب های روابط تجاری دوجانبه محدود به این امرنماند و به دنبال تجدید تحریم های مالی، یک بار دیگر انتقال پول به مهمترین چالش تجارت تجار ایرانی با هند تبدیل شد. هرچند در ماه های اخیر و با زمزمه های احیای برجام، چشم اندازی از رفع این مشکل به وجود آمده است، با این حال ایران و هند طی این سال ها راهکارهای مختلفی برای رفع وابستگی روابط دوجانبه به انتقال مالی بین المللی پیگیری کرده اند، از جمله تأسیس یک بانک ایران در هند که عهده دار واریز وجه واردات به هند و انتقال آن به ایران باشد تا تعریف یک ساز و کار تجاری مبتنی بر رویه، معاف از مالیات.

با این حال و فارغ از مسائل یاد شده، در سال ۱۴۰۰ تجارت میان دو کشور پس از آسیب هایی که در سال های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ دیده بود، روند رو به رشدی را در پیش گرفت. در ۹ ماهه نخست سال ۱۴۰۰، ارزش تجارت ایران با هند حدود ۲/۴ میلیارد دلار بوده که ۱/۳۴ میلیارد دلار از آن را صادرات کالایی بدون نفت خام و حدود ۱/۰۵ میلیارد دلار از آن را واردات تشکیل داده است. طی مدت مذکور در مقایسه با ۹ ماهه نخست ۱۳۹۹ ارزش صادرات، حدود ۷۴ درصد افزایش و ارزش واردات، حدود ۳۷ درصد کاهش یافته است.

به دنبال افزایش صادرات و کاهش واردات از هند در این مدت تراز تجاری ایران و هند در ۹ ماهه ۱۴۰۰ حدود ۲۹۶ میلیون دلار به نفع ایران مثبت شده است. موقعیت هند در میان طرف های تجاری ایران در ۹ ماهه

سال ۱۴۰۰، در حوزه صادرات ششمین مقصد صادراتی و در حوزه واردات هفتمین مبدا وارداتی کشور است. در ۹ ماهه نخست ۱۴۰۰، حدود ۹۳۵ هزار تن کالای غیرنفتی (بدون احتساب نفت خام) از کشور هند وارد شده که نسبت به مدت مشابه سال ۹۹ حدود ۴۷ درصد کاهش داشته است.

طی این مدت تقریباً ۵ میلیون تن کالا از ایران به هند صادر شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته حدود ۵ درصد رشد داشته است. متوسط قیمت واردات از هند در ۹ ماهه نخست ۱۴۰۰ حدود ۱۰۹۹ دلار در هر تن و متوسط قیمت صادرات به هند حدود ۲۷۳ دلار در هر تن بوده است.

بر اساس این گزارش، برنج نخستین کالاهای وارداتی از هند است که ارزش ۲۲۰ میلیون دلاری را در ۹ ماهه امسال ثبت کرده است. چای سیاه با ارزش ۱۰۴ میلیون دلار، اکسید آلومینیوم با ارزش ۱۰۱ میلیون دلار و موز سبز تازه یا خشک شده نیز با ارزش ۶۴ میلیون دلار در رده های بعدی قرار دارند. اسانس کولا، شکر تصفیه نشده، مواد اولیه تولید دارو، فرو سیلیکومنگنز و زردچوبه نیز دیگر اقلام وارداتی از هند بوده اند.

کالاهای صادراتی ایران به هند در ۹ ماهه ۱۴۰۰ معادل ۲۴۶ ردیف تعرفه ۸ رقمی با مقدار ۴/۱۴ میلیون تن و ارزش ۱/۰۵ میلیارد دلار است. این کالاها بدون احتساب اقلام فصل ۲۷ است. تنها ۱۵ قلم کالا با کد تعرفه هشت رقمی ۷۰، درصد از ارزش صادرات به هند را دربر می گیرد که صادرات متانول و آمونیاک بدون آب در صدر آنها قرار دارد. بر اساس این گزارش، صادرات متانول ارزشی معادل ۱۱۶ میلیون دلار و آمونیاک بدون آب ارزشی معادل ۹۹ میلیون دلار دارد. پس از آن محصولات آهنی اسفنجی با ارزش ۸۳ میلیون دلار، پسته ها با پوست تازه یا خشک با ارزش ۷۲ میلیون دلار، تولوئن با ارزش ۵۵ میلیون دلار و اوره با ارزش ۴۸ میلیون دلار در رده های بعدی قرار گرفته اند. ورق فولادی نیز هفتمین کالای صادراتی ایران به هند بوده که دارای ارزش ۴۴ میلیون دلاری است.

خرما مضافتی تازه یا خشک کرده هم ۳۷ میلیون دلار ارزش دارد و هشتمین کالای صادراتی است. مغز پسته تازه یا خشک با ارزش ۳۴ میلیون دلار، پلی اتیلن گرید فیلم سنگین با ارزش ۳۲ میلیون دلار، سوسپانسیون پلی با ارزش ۲۵ میلیون دلار و پلی اتیلن گرید فیلم سبک با ارزش ۲۳ میلیون دلار نیز به ترتیب عمده ترین کالاهای صادراتی به هند محسوب می شوند. اتیلن گلیکول با ارزش ۲۲ میلیون دلار سیزدهمین کالای صادراتی ایران به هند است. همچنین سرب تصفیه شده به صورت کار نشده نیز ارزشی معادل ۲۲ میلیون دلار دارد و در رده چهاردهم قرار گرفته است. سیب تازه نیز پانزدهمین کالای صادراتی ایران به هند در ۹ ماهه امسال است که ارزشی معادل ۲۱ میلیون دلار دارد.

با این حال و با وجود توسعه تجارت دوجانبه میان دو کشور، هنوز موانع جدی در کنار فرصت های چشمگیر وجود دارند.

<sup>4</sup> <http://www.i-ibc.ir/news/item/245-2022-01-24-08-27-52>



به طور کلی سه دسته مانع عمده در تجارت دوجانبه وجود دارد. نخست، مسئله انتقال پول و تحریم ها است. طی دهه گذشته، به تناوب با اعمال و رفع تحریم ها کانال انتقال ارز حاصل از تجارت میان دو کشور با چالش های عمده ای روبه رو شده است و این امر بزرگترین ضربه را به تجارت میان دو کشور وارد کرده است. هرچند رفع تحریم ها به عنوان یک راهکار کلی برای کلیت اقتصاد کشور باید در دستور کار قرار گیرد، با این حال در مورد خاص ایران و هند طراحی و اجرای یک کانال تبادل مالی باثبات و مستقل که از روابط سیاسی ایران با غرب تأثیرپذیر نباشد، در اولویت قرار دارد. به گفته رئیس اتاق بازرگانی هند، حذف دلار از روابط تجاری ایران و هند و تجارت بر مبنای روپیه بهترین خبر برای تجارت دوجانبه است. این ساز و کار در کنار معافیت مالیاتی پرداخت های روپیه ای شرکت های هندی به ویژه برای نفت ایران میتواند یک گام بزرگ روپیه جلو برای روابط اقتصادی دوجانبه باشد. بنابراین، ایجاد کانال مالی برای انتقال پول بر مبنای روپیه و انتقال پول بر این اساس، به صورت معاف از مالیات مهمترین راهکار برای حل مشکل این بخش به نظر می رسد.

مسئله دوم، موانع تعرفه ای و قانونی است. به طور مشخص، بیشترین آسیب از تعرفه ها در روابط تجاری میان دو کشور متوجه بخش صادرات کشاورزی ایران است. هند از یک سو از محصولات وارداتی از ایران تعرفه های چشمگیری اعمال میکند، در حالی که بسیاری از رقبای تجار ایرانی در این حوزه محصولات خود را با تعرفه صفر به این کشور صادر میکنند. از سوی دیگر، به علت فقدان رویه های قانونی ثابت در تجارت دوجانبه، روند صادرات محصولات کشاورزی ایران به هند گاه به گاه با موانعی رو به رو می شود که به ویژه با توجه به فسادپذیری کالاهای این حوزه، امنیت صادرات به هند را دچار اشکال میکند. این مسأله در سال اخیر به ویژه در مورد **صادرات کیوی ایران** به هند خبرساز شد و به دنبال آن، در نشست های مختلف با مسئولان دو کشور، از جمله نشست نمایندگان مجلس با سفیر هند و نشست روسای اتاق بازرگانی و وزیر خارجه در جریان بازدید از این کشور به این مشکل پرداخته شد. در کوتاه مدت، سفیر هند در تهران ایجاد کارگروه هایی برای حل مشکل را پیشنهاد داد اما این مسأله لازم است که در بلند مدت و با به نتیجه رساندن مذاکرات برای رسیدن به قراردادی در مورد تجارت ترجیحی میان دو کشور به صورت بنیادین برطرف شود تا ریسک صادرات به هند کاهش یافته و تجار ایرانی به گسترش روابط با این کشور تشویق شوند.

مشکل سوم در روابط تجاری دوجانبه مجاری ترانزیتی و مبادی ورودی کالا در کشور است که از جمله مشکلات کلان در روابط تجاری و نیز سیاسی دوجانبه میان تهران و دهلی به شمار می آید. طی دو دهه گذشته هند به ظرفیت های بندرهای چابهار و بندرعباس برای توسعه روابط اقتصادی دوجانبه و نیز با منطقه توجه ویژه ای داشته است و به قراردادهای دو و چندجانبه برای توسعه بندر چابهار و مشارکت در کوریدور شمال جنوب به عنوان مهمترین تلاش های خود برای این مهم اهتمام داشته است. با این حال، مسایل مختلف، از جمله بوروکراسی ناکارآمد و تحریم های بین المللی همواره مانع از پیشرفت این پروژه ها شده است. از جمله اهمیت این پروژه ها برای ایران در حوزه تجارت دوجانبه این است که با فعال شدن این پروژه ها، امکان صادرات مجدد محصولات هندی از ایران به وجود می آید و این امر هم برای هند در جهت دسترسی به بازار ۵۰۰ میلیونی منطقه و هم برای ایران به لحاظ تبدیل شدن به هاب تجاری از اهمیت بالایی برخوردار است.



مطالعه و بررسی سیاست تجاری هند و قرار دادن روابط تجاری دوجانبه ایران و هند در قالب آن، میتواند چشم انداز واضحی از مسائل و راهکارهای این روابط پیچیده به دست بدهد. نخستین موضوعی که باید در خاطر داشت این است که بخش بزرگی از مشکلات روابط تجاری ایران و هند از مشکلات سیاسی ایران به ویژه با ایالات متحده و غرب است. بنابراین به میزانی که روابط سیاسی ایران با این بازیگران عمده نظام بین الملل عادی سازی شود، روابط تجاری آن نیز با کشورهای گوناگون، از جمله و به ویژه هند، تسهیل خواهد شد و این باید مهمترین دستورکار نظام تصمیم سازی باشد. با این حال، در سطح خرد تصمیم سازی و حوزه کارشناسی بخش خصوصی، مسائلی وجود دارد که با عنایت به مباحث این پژوهش می توان مطرح کرد.

### ۱- فشار برای پیشبرد موافقت نامه های تجاری ترجیحی دوجانبه: همانگونه که در طول متن

اشاره شد، بخش مهمی از مسائل تجارت ایران و هند ناشی از فقدان رویه های ثابت و قابل اتکا برای تجار دو طرف و نیز وجود تعرفه های ناعادلانه است. از سوی دیگر، همانگونه که در سند سیاست تجاری هند مورد اشاره قرار گرفت، موافقت نامه های تجاری دوجانبه و چندجانبه به عنوان مکمل سیاست تجاری این کشور، بخش مهمی از رویکرد دولت هند برای گسترش اندرکنش های تجاری با جهان است. آخرین مورد، دستیابی به یک موافقت نامه تجارت آزاد با دولت امارات متحده عربی است که از ۱ می ۲۰۲۲ اجرایی شده است. هند با بسیاری از کشورها و سازمان های منطقه ای طیف مختلفی از موافقت نامه های تجاری دارد، اما با وجود پیشینه طولانی و پتانسیل های فراوان روابط ایران و هند، چنین سندی در روابط دوجانبه میان دو کشور وجود ندارد. مذاکراتی برای یک موافقت نامه محدود از مدت ها پیش در جریان است، ولی ظاهراً تا دستیابی به یک توافق راه زیادی باقی است. مهمترین دستور کار بخش خصوصی در رابطه با هند ارائه کار کارشناسی و مشارکت در سیاست گذاری در این حوزه است.

### ۲- مذاکره برای گنجاندن وضعیت ویژه برای ایران در متن سیاست تجاری جدید: همانگونه

که اشاره شد، وضعیت ویژه ایران در نظام بین الملل مهمترین مانع توسعه روابط دوجانبه تجاری با هند بوده است. هرچند راهکار کلان برای این مسأله حل بحران سیاسی با غرب است و نه تنها روابط ایران و هند، بلکه بسیاری دیگر از ابعاد روابط تجاری و سیاسی ایران با دنیا در گرو آن به نظر می رسد، با این حال تعریف یک وضعیت ویژه برای ایران در سند سیاست تجاری بعدی هند که باز هم ابلاغ آن حداقل تا ماه سپتامبر سال جاری به تأخیر افتاده، برای ایجاد یک حاشیه امن ضروری به نظر میرسد. در سند سیاست تجاری جاری هند، روابط تجاری این کشور با روسیه به شکل صریح و مشخصی از رویه های معمول استثناء شده و ساز و کارهای ویژه ای برای آن اندیشیده شده، بلکه موافقت نامه های دوجانبه بر اصول کلی سند ترجیح داده شده است. ایران با توجه به تجربه های گذشته و امکان قرار گرفتن در وضعیت های مشابه پس از خروج آمریکا از برجام در آینده، نیاز دارد تا با DGFT وارد مذاکره شده تا ترتیبات مشابهی برای تجارت دوجانبه با هند در سند آتی تعریف شود.

### ۳- استفاده از ظرفیت های سیاست تجاری در بخش انرژی: هند نیاز بالایی به واردات انرژی دارد

و انرژی بخش مهمی از صادرات ایران به این کشور را در قله روابط تجاری دو کشور تشکیل می داد. همچنین، مواد

شیمیایی مورد استفاده در تولید بسیاری از مصنوعات که خود فرآورده صنایع پتروشیمی ایران هستند، در زمره صادرات ایران به هند قرار دارند. هر دو مورد این کالاها، می توانند در قالب فصل چهارم سند سیاست تجاری هند و به عنوان مواد اولیه فعالیت های تولیدی-صادراتی این کشور تعریف شوند و به این ترتیب از مالیات و تعرفه های مشخصی معاف شوند. سیاست های مشابهی را می توان در مورد دیگر تولیدات ایران که پتانسیل به کارگیری در فعالیت های تولیدی در هند را دارند در پیش گرفت. به طور کلی، ظرفیت های فصل های چهارم و ششم سیاست تجاری هند برای منظور یاد شده بالا به نظر میرسد لازم است مورد توجه بیشتر بخش خصوصی و تجار ایرانی قرار گیرد.

#### ۴- تجهیزات پیمانکاری پروژه های عمرانی: سیاست تجاری هند تسهیلات قابل توجهی را برای

پیمانکاران این کشور، از جمله پیمانکاران بین المللی، جهت واردات، اجاره، اورهال و تعمیر تجهیزات مورد نیاز جهت فعالیت های آن ها قایل شده است. از سوی دیگر، بسیاری از پروژه های عمرانی ایران از جمله پروژه های مشترک با شرکت های هندی در چابهار، تا حدی به دلیل مشکلات تأمین تجهیزات ناشی از تحریم ها با دشواری مواجه شده است، در حالی که شرکت های هندی چنین مشکلی ندارند. مرور امکان تأمین نیازهای عمرانی کشور از این طریق مثلاً تأسیس شرکت های مشترک ایرانی-هندی و بهره بردن از ظرفیت های این بخش از سند تجاری هند ممکن است راه حل های جدیدی پیشنهاد دهد.

#### ۵- تعریف زنجیره های صادرات و تولید مشترک با هند: این مورد شاید مهمترین پیشنهاد این

مطالعات باشد. همانگونه که از هدف و روح و بخش های مختلف سیاست تجاری هند مشخص است، هدف نهایی آن گسترش تولید در داخل هند به منظور صادرات است و مواردی که در این مطالعات از جمله در پیشنهاد های قبلی مطرح شد، بهره گیری از آن ظرفیت ها برای گسترش صادرات ایران است. با این حال، در میان مدت و بلندمدت هیچ برنامه ای نمی تواند مفیدتر، جاه طلبانه تر و سودآورتر از تعریف یک زنجیره صادرات-تولید-بازصادرات با مشارکت هند باشد. به این ترتیب، دولت و بخش خصوصی ایران با شناسایی پتانسیل های تولیدی در هند که دربرگیرنده واردات برخی مواد اولیه از ایران باشند، سرمایه گذاری های مشترکی در این بخش ها انجام داده و پس از تأمین نیازهای اولیه با ایران با بهره گیری از طیف گسترده ای از معافیت های مالیاتی و تعرفه ای، تولید در هند با بهره گیری از مزیت ها و معافیت های مشابه را صورت داده و سپس از سود حاصل از صادرات محصول نهایی از هند نیز سهم خواهد بود. این امر، از یک سو به جای رقابت با دیگر صادرکنندگان به هند، شکلی از صادرات انحصاری را برای تجار ایرانی در آن بخش به وجود خواهد آورد و از سوی دیگر، مشکلاتی که تولید و صادرات در ایران به همراه دارد و تحریم های بین المللی و بی ثباتی سیاسی در رأس آن قرار دارند را بر طرف خواهد کرد. عربستان سعودی در حوزه انرژی سیاستی را در قبال هند در پیش گرفته که تا حدی مشابه با این پیشنهاد است، به این ترتیب که در پالایشگاه ها و پتروشیمی های هندی سرمایه گذاری کرده و این تأسیسات، طبیعتاً نفت خود را از عربستان سعودی تأمین میکنند که یک امتیاز انحصاری برای نفت عربستان در این کشور به وجود آورده است. علاوه بر آن، پالایش نفت در هند مزیت های اقتصادی، زیست محیطی و زیرساختی فراوانی دارد که در هر حال، در نهایت هم منجر به تولید ارزش افزوده ای می شود که عربستان نیز در آن سهم است. دولت و بخش خصوصی ایران با پیگیری امکان



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



مشابه در بخش های اقتصادی مختلف هند می توانند یک پتانسیل کم نظیر را در روابط دو کشور فعال کرده و از آن بهره ببرند.



# فصل دوم

## قوانین تجاری و استانداردها

فصل دوم قوانین تجاری و استانداردها

### ۱- عوارض و تعرفه ها

**۱-۱ تعرفه های واردات:** از سال ۱۹۴۷ تا ۱۹۹۱ سیاست های واردات و صادرات هند به گونه ای بود که واردات اکثریت کالاها فقط با اخذ مجوز از ناظر صادرات و واردات دولت مرکزی (CCI&E) صورت می گرفت. در سال ۱۹۹۱، دولت هند اقدام به ایجاد اصلاحات اقتصادی نمود تا بر کاستی های بودجه، مشکلات موازنه پرداخت ها و عدم تعادل در ساختار بخش های صنعتی اقتصاد فائق آید. طی سالیان متمادی، هند رژیم تجاری خود را بسیار شفاف ساخته است. با این حال، تعرفه های هند هنوز هم نسبت به استانداردهای جهانی بالاست. این تعرفه های بالا و محدودیت های واردات، دیگر کشورها را از فروش در این بازارها و سرمایه گذاران خارجی را از واردات رقابت آمیز در صنایع مختلف بازداشته است. سیاست هند در ارتباط با چشم انداز کلی واردات و صادرات، به وسیله سیاست واردات-صادرات ۲۰۰۲-۲۰۰۷ (EXIM) هدایت می شود. در حال حاضر، واردات در اغلب موارد بدون مجوز نیز امکان پذیر است. البته واردات و صادرات برخی اقلام محدود یا ممنوع بوده یا واردات تنها از طریق کارفرمایان و بنگاه های اقتصادی متعلق به یک ایالت امکان پذیر است. طبقه بندی هشت رقمی جدید کالاهای مصرفی بر مبنای ITC است. در آوریل سال ۲۰۰۲ سیستم هماهنگی رمزگذاری واردات، اتخاذ شد. از آوریل سال ۲۰۰۱، هند محدودیت های کمی (QR) را از ۷۱۵ قلم کالا برداشت، در واقع این اقدام در سال ۱۹۹۱ و در راستای تکمیل روند آزادسازی سیاست تجارت، آغاز شد. به غیر از ۷۱۵ کالای ذکر شده، ۳۴۲ مورد محصولات نساجی، ۱۴۷ مورد محصولات کشاورزی از جمله نوشابه های الکلی و ۲۲۶ مورد سایر محصولات تولیدی از جمله اتومبیل جزو این موارد هستند. با وجود اینکه هند بعضی از تعرفه های گمرکی را حذف کرده است، اما موانع دیگری مانند اصلاح تعرفه ها و عوارض ضد انحصاری را مطرح نموده است. حدود ۳۰۰ قلم کالا، در لیست اقلام وارداتی «حساس» دولت قرار گرفته و دولت بر آنها نظارت دارد. گروه «اتاق عملیات» جهت نظارت دقیق روند واردات این قبیل کالاها ایجاد شده است. هند بر خلاف توصیه های گزارش هیات WTO در مورد محدودیت های کمی گزارش کشاورزی، نساجی و محصولات صنعتی، به هیات استینافی سازمان تجارت جهانی پیوسته است. این کشور مقامات این هیات را مسئول تعیین تأثیر تعادل پرداخت ها در تسهیل محدودیت های وارداتی و توانمندی کلی قراردادهای تجاری منطقه ای بر طبق قوانین WTO کرد. حذف QR و چشم انداز کاهش تعرفه ها تا سطح تعرفه های آسیا، به هدایت حجم بالایی از رقابت در واردات منجر خواهد شد.

**۲-۱ نرخ تعرفه ها:** علی رغم برنامه اصلاحات اقتصادی سال ۱۹۹۱ و اقدامات انجام شده برای گشودن بازارها، تعرفه های هندی به خصوص در بخش کشاورزی، هنوز هم در مقایسه با استانداردهای بین المللی نرخ بالایی دارند. شرکت های خارجی با موانع تعرفه ای و غیرتعرفه ای مواجه هستند که آنها را از صدور کالا به هند باز می دارد. با این حال برای کالاهای غیرکشاورزی، پیشرفت قابل ملاحظه ای در بازسازی تعرفه ها در نظر گرفته شده است در فوریه سال ۲۰۰۵، دولت هند GOI تعرفه های ۲۰ درصدی اقلام غیرکشاورزی را از ۵ درصد تا ۱۵ درصد کاهش داد.

**۳-۱ عوارض گمرکی:** عوارض گمرکی به سه طریق اعمال می شود:

• نرخ مخصوص: مالیات به صورت نرخ مصوب به ازای یکی از واحدهای کالا مانند وزن یا طول

• بر اساس قیمت: مالیات براساس ارزش کالاها

• هر دو مورد با هم به طور هم زمان

قانون گمرک در سال ۱۹۶۲ از طریق جلوگیری از واردات و صادرات غیرقانونی کالاها جهت کنترل واردات شکل گرفت. قانون تعرفه های گمرکی نرخ تعرفه ها را مشخص نمود و در جهت سیاست های تبعیض قیمت و حقوق گمرکی جبرانی، مالیات وضع کرد. نرخ تعرفه ها، عوارض مالیات غیرمستقیم، عوارض مقررات و حقوق گمرکی جبرانی در بودجه های سالانه مورد تجدید نظر قرار گرفت.

در حالی که اغلب گمرک ها برای انجام امور آماری از کدهای شش رقمی استفاده می کنند ، DGCI&S از کدهای هشت رقمی استفاده می کند . DGFT به طور گسترده به کدهای ۸ تا ۱۰ رقمی گسترش یافته است.

## ۴-۱ انواع تعرفه ها و عوارض گمرکی

**عوارض پایه:** همان طور که در برنامه اول قانون تعرفه های گمرکی ذکر شد باید برای تمام کالاهای وارداتی به هند، عوارض پرداخت شود. در این برنامه گاه به گاه اصلاحاتی نیز صورت میگیرد. این عوارض می تواند به صورت درصدی از ارزش کالا یا با نرخ خاص محاسبه شود. دولت هند علاوه بر عوارض گمرکی از تمام واردات، یک درصد به عنوان بهای انجام امور گمرکی دریافت می کند.

**عوارض فوق العاده:** ۱۰ درصد از نرخ پایه تمام کالاهای مصرفی به استثنای نفت خام و محصولات نفتی، طلا، نقره و موارد مربوط به GATT (موافقت نامه کلی در خصوص تعرفه های گمرکی و بازرگانی) را شامل می شود .

**عوارض اضافی:** همان عوارضی است که در میان مردم به عنوان CVD یا عوارض جبرانی مصطلح است و بر اساس هزینه های واردات کالا محاسبه شده، با عوارضی که به همان کالا در صورت تولید در هند تعلق می گیرد، برابر است. هدف از این کار، حفاظت از صنعت داخلی به وسیله عوارض واردات است.

**عوارض آموزش:** هند از جولای ۲۰۰۴ اقدام به اخذ عوارض جدید آموزش به میزان دو درصد کل عوارض گمرکی نموده است. البته عوارض حفاظتی، عوارض اضافی و عوارض ضد دامپینگ در محاسبه قیمت عوارض گمرکی لحاظ نمی شود. کالاهای ذکر شده در معاهدات بین المللی از این عوارض معاف هستند.

**عوارض ضد دامپینگ:** این عوارض در مورد کالاهای وارداتی به خصوص از کشورهای خاصی مانند آمریکا و جهت محافظت صنعت بومی در برابر صدمات، اعمال می گردد.

**عوارض حفاظتی:** چنانچه دولت هند بعد از تحقیق و استعلام مطمئن شود که کالایی از کالاهای وارداتی با حجم بالا و شرایط خاص، باعث ضرر یا تهدید جدی صنعت داخلی می شود، ممکن است از طریق اطلاعیه ای برای آن کالای خاص، عوارض حفاظتی تعیین کند.

**۵-۱ محاسبه کل تعرفه ها:** عوارض قابل پرداخت = جمع هزینه: حمل کالا به بندر، تخلیه و عوارض گمرکی، عوارض پایه گمرکی بر اساس قانون تعرفه های گمرکی، تعرفه های اضافی، عوارض افزوده و عوارض آموزش.

هیات مرکزی مالیات غیرمستقیم ( CBEC ) ، برای ارائه راهنمایی مناسب در زمینه دسته بندی تعرفه های گمرکی کالاها، کتابچه راهنمایی به نام «راهنمای تعرفه های گمرکی هند» منتشر نموده و در آن به انواع تعرفه های تعیین شده توسط CBEC اشاره کرده است. این قانون به شرح جزئیات دیدگاه ها در زمینه انبارداری کالاهای وارداتی و امکان تولید کالاها در انبارها می پردازد. دولت هند نرخ تعرفه های گمرکی را منتشر کرده است، اما نهاد رسمی خاصی وجود ندارد که از تمامی اطلاعات در مورد نرخ تعرفه ها و مالیات های وضع شده بر واردات مطلع باشد.

علاوه بر این، در هر یک از ایالات هند، مالیات ها بر اساس تجارت و بازرگانی داخلی ایالت ها محاسبه می شود و این موضوع باعث سردرگمی بازرگانان می گردد. در آوریل سال ۲۰۰۵ دولت هند به منظور جایگزین نمودن مالیات های داخلی در ایالت ها اقدام به اجرای سیستم مالیات بر ارزش افزوده VAT نمود ، اما این طرح هنوز در تمام ایالت ها اجرا نشده است.

**۶-۱ طرح معافیت از عوارض:** طرح معافیت از پرداخت عوارض، واردات کالاهای اولیه مورد نیاز برای تولیدات صادراتی هند را بدون نیاز به پرداخت مالیات فراهم می کند. در ابتدا یک مجوز تحت عنوان طرح معافیت از عوارض صادر می شود. طرح معافیت مالیاتی، در مورد کالاهایی اعمال می شود که با وارد کردن مواد اولیه از کشورهای خارجی به کالاهای صادراتی هند تبدیل می شود. این طرح از



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



DFRC و DEPB تشکیل شده است. DFRC به کالاهای وارداتی که به عنوان مواد اولیه کالاهای صادراتی هند استفاده می شود، تعلق گرفته و در مورد این کالاها، عوارض گمرکی اعمال نمی گردد. دولت برای وضع معافیت از عوارض کلی یا جزئی و برای تعیین شرایطی مانند وضع مقررات برای مصرف کننده نهایی، از اختیار عمل کامل برخوردار است. تقریباً نیمی از مواد اولیه مورد استفاده در هند تحت چنین تعرفه های اعطایی وارد کشور می شود. اگرچه با اجرای برنامه کاهش تعرفه، برخورداری از معافیت ها در حال کاهش است. صنایعی که ممکن است از کاهش نرخ تعرفه ها برخوردار شوند عبارتند از: محصولات مصرفی، غذاهای فرآوری شده، محصولات اسباب بازی و مخابرات، کاغذ و مقوا، کود، تجهیزات معادن، کامپیوتر، ماشین آلات اداری و قطعات یدکی، ماشین آلات نساجی و قطعات یدکی، ابزار دستی، مشروبات غیرالکلی، نوشیدنی های گیاهی و کنسروهای سوپ.

### ۲- موانع تجاری

هر نوع محدودیت اعمال شده بر جریان آزاد تجارت یک مانع تجاری محسوب می شود. موانع تجاری ممکن است شامل موانع تعرفه ای (مالیات معمولی عوارض گمرکی مطابق با قانون GATT) یا موانع غیرتعرفه ای (هر نوع مانع تجاری غیر از موانع تعرفه ای) باشد. یکی از موانع غیرتعرفه ای شناخته شده، ایجاد ممنوعیت یا محدودیت در واردات از طریق الزامی نمودن اخذ مجوز برای این کار است. اگرچه هند برای اغلب کالاهای مصرفی، لزوم اخذ مجوز را لغو کرده است، اما مجوز گرفتن برای محصولات خاص، همچنان یک مانع تجاری محسوب می شود. برای مثال، دولت هند برای واردات موتورسیکلت و وسایل نقلیه، اخذ مجوزی را لازم می داند که بسیار محدودکننده است. مجوز ورود موتورسیکلت به افراد بیگانه ای اعطا می گردد که از اقامت دائم در هند برخوردار بوده و در شرکت های خارجی این کشور که بیش از ۳۰ درصد سهام را در اختیار دارند، مشغول به کار هستند. همچنین، افراد خارجی مشغول به کار در سفارتخانه ها و مأموریت های خارجی نیز می توانند مجوز دریافت نمایند.

### ۳- واردات

**۳-۱ انواع واردات:** واردات کالاهای سرمایه ای، مواد خام، کالاهای واسطه ای، قطعات، کالاهای مصرفی، قطعات یدکی، اجزاء، لوازم، ابزار، وسایل و کالاهایی که محدودیت واردات ندارند، ممکن است توسط هر فردی انجام شود. با این حال، اگر چنین وارداتی نیازمند کسب مجوز باشد، وارد کننده حقیقی به تنهایی می تواند چنین کالاهایی را وارد کند مگر اینکه مقام صادرکننده مجوز، با توجه به شرایط مصرف کننده حقیقی، صراحتاً این مجوز را باطل کند.

**واردات کالاهای دست دوم:** واردات کالاهای دست دوم محدودیت داشته و ممکن است تنها در راستای اهداف سیاسی اجازه ورود پیدا کند.

**واردات بر پایه صادرات:** ابزارها، تجهیزات، قالب ها (شامل قالب غلطک های کانتوری)، قالب های ریخته گری (شامل قالب هایی برای ریخته گری با قالب فلزی)، الگوها، ابزار پرس، ماشین آلات ساختمانی، تجهیزات بسته بندی برای بسته بندی کالاها جهت صادرات و سایر لوازم می تواند بدون مجوز توسط یک شرکت قانونی یا با ارائه ضمانت نامه بانکی به مراجع گمرکی، وارد کشور شود.

**فروش در دریاهای آزاد:** فروش اجناس در دریاهای آزاد برای واردات به هند ممکن است مشمول

سیاست صادرات و واردات EXIM یا قانون های دیگر شود.

**واردات کالاهای استیجاری:** برای وارد کردن کالاهای سرمایه ای جدید تحت عنوان کالاهای استیجاری، نیازی به اخذ مجوز از مقامات مسئول نیست.

**واردات کالاهای سرمایه ای:** اخذ مجوز واردات این کالاها می تواند تحت عنوان برنامه ارتقاء صادرات کالاهای سرمایه ای (EPCG) و با نرخ تعرفه های کمتری صورت گیرد. برنامه EPCG در حال حاضر در تمام بخش های صنعتی کاربرد دارد و برای تمام کالاهای سرمایه ای بدون هیچ محدودیتی و با پرداخت ۵ درصد از عوارض گمرکی قابل اجراست. برنامه معافیت عوارض گمرکی همچنین در مورد واردات مواد اولیه، قطعات، کالاهای مصرفی، مواد و لوازم بسته بندی برای استفاده مستقیم در محصولات صادراتی قابل اجرا است که ممکن است تحت عنوان مجوزهای مختلف از پرداخت عوارض گمرکی معاف شود.

## ۲-۳ مراجع صدور گواهینامه برای واردات کالاها

- **دپارتمان الکترونیک:** اعطای مجوز واردات کامپیوتر و سیستم های مرتبط با آن
- **دپارتمان استراتژی و ارتقای صنعتی:** اعطای مجوز واردات به شرکت های بخش سازمان یافته به استثنای واردات کامپیوتر و سیستم های مبتنی بر آن
- **وزارت دفاع:** اعطای مجوز واردات اقلام دفاعی
- **مدیرکل تجارت خارجی:** اعطای مجوز واردات صنایع کوچکی که در موارد قبل ذکر نشده است.

## ۴- وضعیت سرمایه گذاری

**۱-۴ سرمایه گذاری های مشترک:** یک شرکت اقتصادی مشترک که عموماً بر طبق قرارداد ۱۹۵۶ شرکت های هندی تشکیل می شود، مشترکاً متعلق به یک شرکت هندی و یک شرکت خارجی است. این نوع سازماندهی کاملاً مرسوم است زیرا هند از همکاری های خارجی برای تأمین سرمایه و سرمایه گذاری، واردات اساسی و انتقال فناوری استقبال می کند. بازار هند نیازمند روشی محتاطانه است زیرا هر اشتباهی ممکن است بسیار پرهزینه باشد و تاجران محلی از لحاظ ذکاوت و شم اقتصادی بسیار قوی هستند. زمانی که تصمیمی جهت راه اندازی یک فعالیت اقتصادی مشترک اتخاذ می گردد، نکات عملی زیر ممکن است برای شرکت های خارجی مورد استفاده قرار گیرد: تعریف نقش و انتظارات هر یک از شرکاء زیرا عدالت و اعتماد به ادامه همکاری شرکا با یکدیگر کمک خواهد نمود؛ استفاده از عامل کلیدی و مؤثر تجربه؛ انجام تحقیقات و همچنین انتخاب یک چشم انداز بلند مدت.

یک شرکت خارجی برای سرمایه گذاری در هند می تواند از طریق دریافت یک مجوز اتوماتیک از بانک مرکزی هند (RBI) یا از طریق هیات ارتقاء سرمایه گذاری خارجی (FIPB) اقدام نماید. مجوز FIPB برای تمامی پیشنهادات سرمایه گذاری که شرایط لازم برای کسب مجوز اتوماتیک را ندارند، مورد نیاز است.

**۲-۴ صنایع دارای اولویت:** در هند ۳۵ صنعت وجود دارد که سرمایه گذاری در آنها از اولویت بالایی برخوردار است. این ۳۵ صنعت که در ۲۴ جولای سال ۱۹۹۱ توسط دولت در بیانیه سیاست صنعتی تعریف شده، عبارتند از: صنایع متالورژی، کارخانجات تولید بخار و ساخت دیگ های بخار، دستگاه های محرک (به غیر از ژنراتورهای الکتریکی)، تجهیزات الکتریکی، تجهیزات حمل و نقل، ماشین آلات و ابزار صنعتی، ماشین آلات کشاورزی، ماشین آلات خاکبرداری، صنایع ابزارسازی، تجهیزات علمی، کودهای کشاورزی، مواد شیمیایی، فرآورده های دارویی، کاغذسازی و سایر محصولات مرتبط، محصولات پلاستیکی و لاستیکی سنگین، شیشه سازی، سرمایه های دارای کاربرد صنعتی، سیمان، تجهیزات بازیافت با تکنولوژی فوق پیشرفته، صنایع کربن و محصولات آن، لوله های RCC فشار قوی، تجهیزات صنعت لاستیک سازی، ماشین آلات صنعت چاپ، الکتروندهای جوشکاری، الماس های صنعتی مصنوعی، تجهیزات دارای کاربردهای بیوتکنولوژی؛ استخراج و افزایش کیفیت نفت های نامرغوب، لوازم ساختمانی پیش ساخته، محصولات سویا، کشت دانه های روغنی با محصول زیاد، فرآوری مواد غذایی، بسته بندی مواد غذایی، صنعت گردشگری و هتلداری و توسعه نرم افزاری.



در برخی صنایع مجوز مشارکت شرکت های خارجی تا سقف ۵۰ درصد به صورت اتوماتیک صورت می گیرد ، مانند استخراج سنگ معدن آهن، استخراج سنگ معدن فلزات غیر از سنگ معدن آهن و اورانیوم و استخراج معادن غیرفلزی که پیش از این ذکر نشده اند. در برخی از صنایع دیگر، مجوز سهام شرکت های خارجی تا ۵۱ درصد به صورت اتوماتیک است. این صنایع عبارتند از: تولید مواد غذایی، نساجی، پنبه، پشم، ابریشم و فیبرهای مصنوعی، مواد و الیاف ضد آب، مواد اصلی شیمیایی و محصولات شیمیایی به استثنای محصولات نفتی و زغال سنگ، لاستیک، پلاستیک، محصولات نفت و زغال سنگ، اجزاء و محصولات فلزی به استثنای ماشین آلات و تجهیزات، محصولات غیرفلزی معدنی، ماشین آلات و تجهیزات خدمات پشتیبانی از انتقال آب و زمین و خدمات لازم برای نقل و انتقال که در موارد دیگر ذکر نشده اند، بهداشت و خدمات پزشکی و گردشگری مرتبط با صنعت.

در ادامه، فهرست صنایع و مواردی آمده است که صدور مجوز سهام شرکت های خارجی تا ۷۴ درصد به صورت اتوماتیک انجام می شود: خدمات استخراج معدن، صنایع پایه فلزات و آلومینیوم، تولید لوازم و تجهیزات دارویی، جراحی، تجهیزات علمی و اندازه گیری، تجهیزات کنترل فرایندهای صنعتی، متغیرهای اندازه گیری آب، گاز و برق، لوازم آزمایشگاهی و علمی، کالاهای عکاسی، کالاهای مصرفی اپتیکال و سینمایی، ساخت سیستم تولیدکننده برق، پروژه های انتقال و توزیع، ساخت سیستم های نیروی هیدروالکتریک و صنعتی، تولید و توزیع انرژی غیرهسته ای، ایجاد و محافظت حمل و نقل اقیانوسی، خاکی و آبی، سردخانه ها و انبارسازی محصولات کشاورزی.

صنایع کوچکی که مورد حمایت قرار میگیرند در حدود ۵۰۶ مورد هستند. یک واحد صنعتی کوچک به عنوان واحدی با سرمایه گذاری محدود به ۲۲۲۲۲۲ دلار در کارخانجات و ماشین آلات تعریف می شود. سرمایه این صنایع ممکن است در زمان های مختلف مورد تجدید نظر قرار گیرد. بستنی، بیسکویت، ابزار کشاورزی، قطعات اتومبیل و کاغذ مقوای موجدار نمونه هایی از تولیداتی هستند که اخیراً تحت این عنوان محسوب شده و برای تولید در واحدهای صنعتی غیر کوچک، شروع به کار کرده اند. سهم شرکت خارجی در یک فعالیت صنعتی کوچک تا سقف ۲۴ درصد مجاز است.

اما چنانچه واحد قصد داشته باشد وضعیت کوچک بودن خود را عوض کند، هیچ مانعی بر سر راه مالکیت سهام بیشتر توسط شرکت خارجی وجود ندارد. واحدهای غیرکوچک می توانند محصولات صنایع کوچک را نیز تولید کنند. در مواردی که (الف) یک واحد غیرکوچک و (ب) یک واحد کوچک با سرمایه خارجی بیش از ۲۴ درصد، به تولید محصولات صنایع کوچک می پردازد، یک پروانه صنعتی برای صادرات اجباری پنجاه درصد از محصولات در یک چارچوب زمانی خاص، صادر می شود.

**۳-۴ موارد صنعتی تابع مجوز اجباری:** تمام اقدامات صنعتی به جز صنایع بخش دولتی، صنایع دارای مجوز اجباری، تولیدات بخش صنایع کوچک و طرح های مواجه شده با محدودیت مکانی، از گرفتن پروانه صنعتی برای تولید معاف هستند. واحدهای صنعتی از گرفتن پروانه صنعتی برای تکمیل تفاهم نامه کارآفرینی صنعتی (IEM) با دبیرخانه معاونت صنعتی (SIA) در وزارت صنعت و بازرگانی معاف هستند. در هند تنها در پنج صنعت، کسب پروانه اجباری، لازم است. کسب پروانه به جهت تضمین ایمنی و ملاحظات دفاعی و محیطی صورت میگیرد. این مجوز توسط وزارت توسعه صنعتی به صنایع زیر اعطا می شود:

همه نوع تجهیزات دفاعی و هوایی الکترونیکی، مواد مورد نیاز در انفجارهای صنعتی شامل فیوزهای ایمنی و آتش گیرنده ها، باروت و مواد شیمیایی نیتروسلولزی و برخی از صنایع منحصراً دولتی.

در موارد زیر سرمایه گذاری خصوصی جز با کسب مجوز خاص امکانپذیر نیست :

جنگ افزار، مهمات و سایر موارد مرتبط با تجهیزات دفاعی، هواپیماهای دفاعی، کشتی های جنگی، انرژی هسته ای و حمل و نقل ریلی.

**۴-۴ سرمایه گذاری مستقیم خارجی (FDI)** از اواسط دهه نود میلادی، دولت هند برای بسیاری از بخشها مجوز اتوماتیک صادر نموده است و به تدریج بر تعداد این بخش ها می افزاید. سرمایه گذاران خارجی بدون نیاز به مجوز یا گواهی دولت به آسانی از موجودی سرمایه خود در

بانک مرکزی هند مطلع میشوند. سایر بخشها نیازمند کسب مجوز از FIPB یا کمیته دولتی سرمایه گذاری خارجی هستند. قوانین از صنعتی به صنعت دیگر تفاوت دارد و متناوباً تغییر می کند. البته این تغییرات بیشتر در راستای آزادسازی صورت میگیرد.

**۴-۴-۱ آزادی سرمایه گذاری خارجی:** هند سرمایه گذاری خارجی را با اعمال محدودیت هایی در زمینه دارایی، حق رأی، مجوزهای دولتی اجباری و نظارت های اساسی کنترل میکند. از سال ۱۹۹۱ زمانی که برنامه اصلاحات اقتصادی به کندی تحقق می یافت، دولت هند به تدریج بسیاری از این موانع را حذف نمود. با این وجود، هنوز هم موانع بسیاری پابرجاست و در راستای آن یک خصوصیت پنهان نسبت به سرمایه گذاری خارجی از بعضی جهات وجود دارد.

**۴-۴-۲ شورای ارتقاء سرمایه گذاری خارجی:** شورای ارتقاء سرمایه گذاری خارجی (FIPB) یک آژانس مرکزی سطح بالا در وزارت دارایی است که به بررسی و شفاف سازی پیشنهادات برای سرمایه گذاری در هند می پردازد. رئیس شورا، رئیس دپارتمان امور اقتصادی است. سایر اعضای شورا، دبیران وزارت صنایع و بازرگانی و دبیر روابط اقتصادی در وزارت امور خارجه هستند. ممکن است در زمان مقتضی، اعضای دیگری از میان سران ارشد دولت و متخصصین حرفه ای صنعتی، تجاری و بانکی انتخاب شوند. تقاضانامه ها توسط دبیران همکاریهای صنعتی SIA به FIPB ارائه میگردد. SIA که در دپارتمان «استراتژی و ارتقاء صنعتی» در وزارت صنایع قرار دارد به مانند دریچه ایست برای همکاریهای کارآفرینی، تسهیل امور سرمایه گذاری، پردازش تمامی تقاضانامه هایی که تنها به مجوز دولت نیاز دارند، همکاری با کارفرمایان و سرمایه گذاران در پذیرش پروژهها (شامل ارتباط با سایر سازمانها و دولتهای ایالات) و نظارت بر انجام پروژه ها. این شورا در مذاکره با سرمایه گذاران، بسیار منعطف بوده و تصمیمات FIPB معمولاً تا شش هفته بعد از دریافت تقاضانامه و توسط SIA به اطلاع متقاضیان خواهد رسید.

چنانچه سرمایه گذار خارجی، یک طرح پیشنهادی با جزئیات کامل بنویسد و FIPB را در مورد اینکه این سرمایه گذاری به توسعه اهداف صنعتی هند کمک میکند، کاملاً متقاعد سازد، مجوز در مدتی کمتر از سه هفته صادر میشود. پیشنهاداتی که به خوبی بیان نشده باشد یا در راستای اهداف FIPB نبوده و با مخالفت های سیاسی، زیست محیطی یا سلامت عمومی مواجه شود، پذیرفته نخواهد شد.

**۴-۴-۳ سرمایه های سهامداران:** سرمایه های سهامداران برای فهرست سرمایه گذاری های خارجی گاهی اوقات شامل سرمایه های FDI نیز می شود. هیچ شرکتی اجازه ترکیب FDI و مجموع سرمایه های خارجی را درسهامداری خود ندارد. در برخی موارد، سرمایه های FDI، فهرست سرمایه گذاریهای خارجی را نیز در بر میگیرد. در سایر موارد این دو با یکدیگر بی ارتباط هستند.

**۴-۴-۴ حق رأی:** طبق اصلاحیه اخیر قانون شرکتها، چنانچه دارایی سهامداران خارجی در شرکتهای هندی از FDI پیشی بگیرد، حق رأی ندارند. این بدان معناست که اگر میزان مشارکت خارجی در یک شرکت در بالاترین حد مجاز باشد، سهامداران حق رأی نخواهند داشت.

**۴-۴-۵ ممنوعیت های FDI سرمایه گذاری خارجی** در املاک و مستغلات (با استثنائات محدود) خرده فروشی، خدمات قانونی، کشاورزی و کشت و زرع (به استثنای چای) خدمات ایمنی و راه آهن ممنوع است. بومیان هندی که مقیم هند نیستند (NRIS)، برای سرمایه گذاری در مسکن، املاک و مستغلات مجاز هستند. همچنین میتوانند مالک ۱۰۰ درصد سهام شرکتهای هواپیمایی غیرنظامی که سرمایه گذاری خارجی در آن تا سقف ۴۹ درصد مجاز است نیز باشند.

## ۵- سیاستها و اقدامات هند برای جذب سرمایه گذاران خارجی

**۱-۵ خصوصی سازی:** سیاست خصوصی سازی هند به سرمایه گذاران خارجی اجازه می‌دهد فروش واحدهای متعلق به ایالت را به مزایده بگذارند. با این حال در ماه می ۲۰۰۴ برنامه خصوصی سازی دولت متوقف شد. سرمایه گذاران خارجی در همان آغاز سرمایه گذاری یا پس از آن از معامله ملی برخوردار میشوند. در بخشهایی که نیاز به اخذ مجوز است، نحوه عملکرد به گونه ای است که میان شرکتهای خارجی تفاوت نمیگذارند. با این وجود، الزامات خاص صنایع تولیدکننده کالاهای مصرفی خاص و مندرجات ضروری محلی، به سرمایه گذار خارجی تحمیل میشود. اگر بخشی در جریان مجوز اتوماتیک قرار داشته باشد، شرکتهای موجود میتوانند از مجوز اتوماتیک FDI برای کسب سرمایه خارجی جهت سرمایه گذاری FDI/NRI استفاده کنند. شرایط لازم برای این کار عبارتند از:

۱- افزایش سهام باید همراه با توسعه سرمایه شرکت باشد.

۲- سرمایه گذاری باید شامل واریز یک ارز خارجی باشد.

۳- هیات مدیره شرکت خارجی باید آن را تأیید نماید.

**۲-۵ سیاستهای تبادل و انتقال:** هیچ محدودیتی در زمینه ارسال وجه جهت پرداخت هزینه خدمات یا کالاهای وارد شده وجود ندارد. برخی بخشها مانند سرمایه گذاری در زمینه توسعه شهری یکپارچه و سرمایه گذاری NRI در زمینه املاک و مستغلات ممکن است با موانعی مواجه شوند. برای بهره برداری از منافع و سود و جوه ارسالی، نیازی به کسب مجوز از بانک RBI نیست. گواهی پرداخت مالیات بر درآمد، ضروری است، اما معمولاً از ۶۰ روز بیشتر نخواهد شد. شرکاء خارجی میتوانند بدون کسب مجوز از RBI، سهام خود را به سرمایه گذاران مقیم هند بفروشند، مشروط بر آنکه سهام مذکور براساس اصل «باز گرداندن به کشور» نگهداری شود. عواید ADR/GDR می تواند بدون هیچ گونه محدودیتی، از خارج از کشور کسب شود، مگر اینکه در مورد تحریم سرمایه گذاری در املاک و مستغلات و بازارهای سهام باشد.

مجوز FIPB برای انتقال سهام افراد غیرمقیم به افراد مقیم در هند کاربرد دارد. در روند انتقال سرمایه به هند ممکن است تا سقف یک میلیون دلار وجه به این کشور ارسال شود. افراد حرفه ای مانند روزنامه نگاران و قضات ۱۰۰ درصد درآمد خود از ارائه خدمات مشاوره ای در خارج از کشور را در حسابهای ارزی خارجی نگهداری مینمایند. رویه هند برای مبادلات حسابهای جاری کاملاً قابل تبدیل است. مبادلات حسابهای جاری بر اساس قوانین مصوب سال ۲۰۰۰ برای مدیریت تبادلات خارجی، تدوین شده است. جهت اخذ ارز بیشتر از مقدار مجاز برای اهداف ویژه مانند مسافرتهای خارجی، ارائه خدمات مشاوره ای و مطالعات خارجی، کسب مجوز اولیه RBI لازم است و در مبادلات حسابهای سرمایه ای برای سرمایه گذاران خارجی، اخذ مجوزهای گوناگون امکانپذیر است. از سال ۲۰۰۴ با افزایش تبادلات ارزی، دولت هند گامهای بلندتری را در راستای تسهیل کنترل حسابهای سرمایه ای و ارزی برای شرکتهای و اشخاص هندی برداشته است. به طوری که در حال حاضر افراد میتوانند بدون کسب مجوز، تا سقف ۲۵۰۰۰ دلار را تبدیل نمایند. مؤسسات سرمایه گذاری خارجی (FIIS) می توانند بر اساس نرخ تبادلاتی بازار، سرمایه را از رویه به ارز خارجی و بالعکس تبدیل نمایند. همچنین آنها می توانند بدون نیاز به اخذ مجوز، سرمایه یا دارایی خود، عواید حاصل از سرمایه، سودها و هرگونه جبران خسارت حاصل از فروش طرحهای حقوقی و شبکه مالیاتها را به پول رایج کشور خود تبدیل کنند. RBI برای صنایع هندی جهت شرکت در قراردادهای خارجی، مجوز اتوماتیک صادر می کند. اما مبلغ کل پرداختهای سرمایه نباید بیشتر از ۲ میلیون دلار باشد. در مورد قراردادهای انتقال فناوری بین شرکت های هندی و خارجی، شرکت های هندی می توانند بدون نیاز به کسب مجوز، تا ۵ درصد برای فروش داخلی و ۸ درصد برای صادرات، از امتیاز پرداخت وجه برخوردار شوند. اما پرداخت مجدد حق بهره برداری، مانند مجوزهای ثبت اختراع معمولاً به دریافت ۸ درصد از قیمت فروش محصول در یک دوره ۱۰ ساله محدود می شود. به امتیازها و پرداختهای کلی، ۳۰-۲۰ درصد مالیات تعلق می گیرد. اگر انتقال فناوری در میان نباشد، پرداخت حق امتیاز برای استفاده از نام و نشانهای تجاری به ۲ درصد از صادرات و ۱ درصد از فروش داخلی محدود میشود.

در موارد انتقال انرژی، پرداخت امتیاز شامل پرداخت امتیاز استفاده از نام و نشان تجاری شریک خارجی است. بانکهای خارجی میتوانند عواید و مازاد محصولات خود را به شعب مرکزی خود ارسال کنند که این امر بر اساس قانون مقررات بانکداری سال ۱۹۴۹ تحت عنوان «مقبولیت بانکها» امکانپذیر است. بانکها همچنین میتوانند کارت های اعتباری را بدون مجوز RBI صادر نمایند. آنها اجازه دارند بدون هیچ محدودیتی به معاوضه ارزهای خارجی با رویه بپردازند و این امر مشتریان را قادر میسازد که در برابر دیون ارزی خارجی خود، مصونیت پیدا کنند. همچنین بر اساس FDI اجرا شده از سال ۱۹۹۳، بانکها میتوانند برای نهادهای غیرمقیم، بیمه سلف صادر کنند. دولت هند محدودیت سرمایه گذاری در بانکهای خصوصی را تا ۷۴ درصد سرمایه افزایش داد. برای بانکهای ایالتی، محدودیت FDI در حد ۲۰ درصد باقی ماند. این ۷۴ درصد، کل فهرست سرمایه گذاری خارجی را در بر میگیرد. همواره باید حداقل ۲۶ درصد از سرمایه پرداخت شده، تحت نظارت مقیمان کشور باشد. شعب بانکهایی که تماماً متعلق به بانکهای خارجی است از این قاعده مستثنی هستند.

**۳-۵ سیاست حل اختلافات:** سرمایه گذاران خارجی دائماً از «معتبر نبودن قراردادهای» شکایت دارند. اگرچه دادگاه های هند مستقل است، اما مملو از پرونده هایی است که به مشاجرات ناتمام میپردازد. به گفته منتقدین، تصفیه حساب یک شرکت ورشکسته ممکن است تا ۲۰ سال به طول انجامد. طی تلاشی که به منظور یکپارچه سازی رسیدگی به پرونده های اختلافات بر سر قراردادهای تجاری با سایر مناطق دنیا صورت گرفته است و بر اساس قانون مصوب کمیسیون سازمان ملل تحت عنوان «قانون بین المللی تجارت»، دولت هند لایحه حکمیت و حل اختلاف ۱۹۹۶ را تصویب کرد. تشکیل هیات قضات خارجی، تحت نظارت کنوانسیون های چند جانبه مانند کنوانسیون ژنو ضروری است. به منظور برطرف نمودن اختلافات داخلی و بین المللی از طریق روش های مختلف حل اختلافات، «مرکز بین المللی حل اختلافات» به عنوان یک سازمان مستقل و تحت نظارت وزارت قانون و قضا تأسیس شده است. هند در مرکز بین المللی حل اختلاف در زمینه سرمایه گذاری عضویت ندارد اما عضو کنوانسیون ۱۹۵۸ نیویورک است.

**۴-۵ اجرای قوانین:** سیستم قضایی جنایی هند از مالکیت فکری چندان حمایت نمیکند. نظام اجرایی IPR جزایی هند که عهده دار محافظت از مرزها در برابر اجناس تقلبی و قاچاق می باشد، عملکردی ضعیف دارد. تا کنون موارد اندکی از تخلفات کپی رایت و مجازات متخلفان آنها گزارش شده است. قضاوت در پرونده های مرتبط با این موضوع بسیار کند است. اقدامات پلیس در برابر تکثیر غیرقانونی فیلم، از سال ۲۰۰۳ تا حدی سبب بهبود این اوضاع شده است. ممانعت از حمله، افشای اطلاعات سری، تأخیر در آماده سازی پرونده های جزائی و کمبود پرسنل قضایی آموزش دیده، نقش عمدهای در مختل شدن روند اجرایی دارد.

در کشور هند، وکلا نقش بسیار مهمی ایفا می نمایند. سیستم قانون عمومی هند با آمریکا، انگلیس و استرالیا مشترک است. بسیاری از موقعیت ها و روندهای هند، از مجموعه قوانینی مشابه کشورهای مذکور، تبعیت می کند. در حقیقت، وکلای هندی دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد حقوق هستند. علاوه بر این، چندین مؤسسه قانونی نیز شروع به مشارکت با شرکت های هندی نموده اند. اگرچه اخیراً از مشارکت مستقیم و تبلیغات منع شده اند. سیستم قانونی هند کارا و مؤثر بوده و قانون به شدت اجرا میشود، با این حال در مواردی ممکن است رسیدگی به پرونده ها با تأخیرهای طولانی صورت گیرد.

**۵-۵ شفافیت سیستم قانونی:** اگرچه از سال ۱۹۹۱ تاکنون، هند پیشرفت زیادی در زمینه اصلاحات اقتصادی داشته است، اما هنوز هم وجود قوانین بسیار زیاد و بوروکراسی عریض و طویل مانع پیشرفت اقتصاد هند شده است. به علاوه سیستم حکومتی هند یک سیستم غیرمتمرکز است که در آن دولت های ایالتی از قدرت قانونی گسترده ای برخوردارند. تصمیمات قانونی حاکم بر مسائل مهمی چون منطقه بندی، استفاده از زمین و محیط زیست در ایالت های مختلف هند متفاوت است. مخالفت اتحادیه های کارگری و هیات های سیاسی سبب کاهش سرعت اصلاحات در حوزه هایی چون سیاست خروج، ورشکستگی و قانون کار شده است. علیرغم این کمبودها، تلاشهای دولت مرکزی جهت ایجاد تنظیمات مؤثر، مستقل و متعادل در برخی بخش ها مانند مخابرات، سیستم های امنیتی و بیمه نتایج مثبتی به بار آورده است.

**۵-۶ بازده بازارهای سرمایه و اوراق بهادار:** طی سال های اخیر، بازار سرمایه هند رشد چشمگیری داشته است. اما در مقایسه با بازارهای نوظهور و اقتصادهای توسعه یافته، همچنان بازاری کوچک محسوب می شود. نرخهای جاری برای شاخص سهام معمولاً در اختیار بازار بوده و مکانیسم های پرداخت بسیار شبیه به استانداردهای بین المللی است. بازارهای پول و بدهی هند تحت تأثیر بازارهای سهامش قرار دارد. دولت هند در حال انجام نسل دوم اصلاحات بازارهای مالی برای بهبود نقدینگی و توسعه سرمایه گذاری داخلی است. حضور سرمایه گذاران خارجی (FIIS) در هند نسبت به حضور جهانی شان نسبتاً اندک ولی رو به رشد بوده و در سال ۲۰۲۲-۲۰۲۱ ارزش آن ۸۳/۶ میلیارد دلار بوده است، در حالی که FIIS ها مجاز به سرمایه گذاری در تمامی اوراق بهادار مورد خرید و فروش در بازارهای اولیه و ثانویه هستند.

**۵-۷ شرکت های مالی غیربانکی:** این شرکت ها عبارتند از: بانک های بازرگانی، بیمه، مدیریت سرمایه گذاری ها، مشاوره مالی، مدیریت ارزش گذاری، سرمایه گذاری ریسک پذیر، دلالتی بورس و اوراق بهادار، میزان اعتبار و تأمین مالی مسکن، لیزینگ و تأمین مالی، اعتبار و بازرگانی، معاملات تبدیل ارز، خدمات نمایندگی و خدمات مشاوره سرمایه گذاری. در موارد نام برده، FDI با مجوز اتوماتیک تا ۱۰۰ درصد امکان پذیر است. سرمایه گذاری های عادی به شرح زیر است: اگر FDI کمتر از ۵۱ درصد باشد، باید ۵۰۰,۰۰۰ دلار به عنوان بیعانه دریافت شود.

**۵-۸ نیروی کار:** هند از نیروی انسانی علمی و ماهر زیادی برخوردار است. حدود ۲۰ درصد از ۵۰۰ شرکت فورچون (Fortune) در هند به فعالیت های تحقیق و توسعه مشغول هستند. اغلب مدیران و تکنسین ها و بسیاری از کارگران ماهر به زبان انگلیسی صحبت میکنند. بیشتر شرکتهای چند ملیتی کارمندان بخش مدیریت و مهندسی خود را از میان افراد بومی استخدام میکنند. با این وجود، بی سوادی به عنوان یک مانع بر بهره وری نیروی کار تأثیر گذاشته است. هند یکی از اعضای سازمان بین المللی کار (ILO) بوده و با ۳۷ قرارداد، این سازمان برای حمایت از حقوق کارگران، موافق است. قانون اختلافات صنعتی سال ۱۹۴۷ بر روابط صنعتی هند حاکم است. کارگران میتوانند نسبت به تشکیل یا پیوستن به اتحادیه ها اقدام کنند. پرداخت دستمزدها طبق قانون پرداخت دستمزدهای ۱۹۳۶ و قانون حداقل دستمزد ۱۹۴۸ صورت میگیرد. شرکتهای خصوصی، طرحهای بازنشستگی اختیاری را کاهش داده اند. بانکهای خارجی نیز برای بستن شعبه های خود نیازمند کسب مجوز از RBI هستند.

**۵-۹ بنادر و مناطق آزاد تجارت خارجی:** دولت هند برای تشویق تولیدات صادرات-محور اقدام به ایجاد چندین منطقه تجاری کرده است. با راه اندازی این مناطق بسیاری از موانع مالی و زیرساختی اقتصاد کشور که سبب کاهش رقابت پذیری کالاها و خدمات هندی در بازارهای بین المللی شده است، حذف میگردد. جدیدترین طرح در این رابطه، طرح منطقه ویژه اقتصادی (SEZ) است که از پرداخت مالیات معاف بوده و از زیرساخت های صنعتی پیشرفته جداگانه ای بهره مند شده است. جهت از میان برداشتن مالیاتها، قانون SEZ اخذ گواهینامه یک مرحله ای و ساز و کار اخذ مجوز برای استقرار در واحدهای مناطق SEZ را فراهم می کند. SEZ از لحاظ مالیات ها و عوارض، یک منطقه خارجی تلقی شده و خارج از حوزه مقامات و گمرک عمل می کند. واحدهای SEZ مجازند که ۱۰۰ درصد از درآمد ارزی خود را در حساب های ارزی صادرات ذخیره نمایند. همچنین میتوانند با پرداخت عوارض گمرکی تعیین شده، کالاها را در منطقه تعرفه های داخلی (DTA) بفروشند. فروش شرکتهای DTA به واحدهای SEZ برابر با تبادلات منظم تجاری است و از این طریق قادر به بهره برداری از تمام مشوق های صادراتی و طرحهای معافیت ارزشهای خارجی میشوند. به علاوه، بسیاری از دولتهای ایالتی به اعطای معافیت های مالیات فروش، برای فروش DTA-SEZ می پردازند. واحدهای SEZ همچنین از پرداخت خدمات و نظامهای مالیاتی غیرمستقیم دولت مرکزی معاف هستند. انتظار میرود مشاغل SEZ، در پنج سال اول تولیدشان، درآمد ارزی مثبتی داشته باشند. هیچ کدام از سرمایه گذاری های FDI در مورد واحدهای SEZ قابل اجرا نبوده و در مناطق SEZ نیازی به کسب پروانه های صنعتی نیست. واحدهای بانکداری در مناطق فلات قاره (OBU) به صورت مجازی و تقریباً مانند شعب بانک های خارجی، مجاز به فعالیت در SEZ هستند تا امکان فعالیت مالی را در مقیاس بین المللی فراهم آورند. قانون جدید،

مدت معافیت از مالیات را برای توسعه دهندگان و واحدهای تولیدی SEZ، از ۱۰ به ۱۵ سال افزایش داده است. مقررات SEZ تأسیس یک مرکز خدمات مالی بین المللی را امکان پذیر کرده است تا از این طریق، اعطای خدمات مالی به واحدهای SEZ تسهیل شود. چهار منطقه SEZ به نام های کاندلا، بمبئی، کوچین و سورات، فعالیت خود را از سال ۲۰۰۱ آغاز کرده اند. همچنین ۸ منطقه SEZ ایالتی و ۱۳ منطقه خصوصی دولتی و ایالتی در مراحل مختلف تأسیس هستند. در بمبئی، کلکته، کوچین، نوایدا در نزدیکی دهلی، کوچ، چنای و ویشاکاپاتنام، ۷ منطقه EPZ به مناطق ویژه اقتصادی SEZ تبدیل شده اند. اگرچه مشوق های مالیاتی بسیاری برای مناطق SEZ در نظر گرفته شده است، اما هنوز هم قوانین کاری بسیار محدود کننده ای بر آنها حاکم است و این مسئله عاملی بازدارنده برای سرمایه گذاران داخلی و خارجی محسوب میشود. EPZ ها، پارکهای صنعتی با مشوق هایی برای سرمایه گذاران خارجی در زمینه فعالیتهای تجاری صادرات-محور هستند. STP ها مناطق ویژه با مشوق های مشابه برای صادرات نرم افزار هستند. واحدهای EPZ/STP میتوانند بدون پرداخت مالیات، کالاهای واسطه ای را وارد کنند.

میزان کسب درآمد ارزی از صادرات واحدهای EPZ/STP، باید حداقل ۳ درصد از کل صادرات این واحدها باشد. واحدهای EPZ/STP می توانند پس از پرداخت مالیات، تا ۵۰ درصد از صادرات خود را در بازارهای داخلی بفروشند. در این زمینه واحدهای فعال در زمینه ماشین های موتور، مشروبات الکلی، چای، کتاب و یخچال معاف از مالیات هستند.

EOU ها شرکت های صنعتی هستند که در نقاط مختلف کشور واقع شده و تمام محصولاتشان صادر می شود. حدود ۲۳۰ واحد EOU در هند وجود دارد. این شرکت ها از مزایایی چون واردات معاف از عوارض، کالاهای واسطه ای معاف از مالیات، مرخصی مالیاتی ۱۰ ساله، معافیت از مالیات غیرمستقیم کالاهای سرمایه ای، قطعات و مواد خام و لغو مالیات های فروش برخوردار هستند.

**۵-۱۰ نحوه پرداخت:** روند تأمین مالی واردات مطابق با الگوهای داد و ستد غربی است. مطمئن ترین راه برای دریافت هزینه صادرات، از طریق تنظیم یک اعتبار نامه (LC) غیرقابل فسخ است. LC باید در ازای ارائه اسناد حمل و نقل، از طریق بانک فرد یا شرکت واردکننده در وجه فرد یا شرکت صادرکننده قابل پرداخت باشد. واردکنندگان برحسب شرایط قرارداد، یک حساب معتبر LC به مدت سه تا شش ماه باز می نمایند. دولت هند عموماً پیش پرداخت برای کالاهای وارد شده را مجاز نمی داند. بانک ها در هند به منظور صدور LC مبلغ ودیعه ای را از واردکننده درخواست میکنند. عموماً LC ها طی فرآیند تولید و حمل و نقل در جریان بوده و معمولاً تا هفت روز کاری پس از تحویل کالا پرداخت میشوند. شرکت ها برای دستیابی به بازارهای سرمایه نیاز به کسب مجوز از دولت هند ندارند، اما برای سرمایه گذاران غیرمقیم قبل از صدور هرگونه سهامی، کسب مجوز از RBI اجباری است.

بانکهای تجاری همچنان مهمترین مراکز تأمین مالی کوتاه مدت برای شرکت های هندی محسوب می شوند. این شرکت ها همچنین از طریق پذیرش ودیعه های عموم مردم و صدور اوراق تجاری و اوراق قرضه به دنبال افزایش سرمایه هستند. چندین مؤسسه تأمین مالی عمومی به پروژه های سرمایه گذاری جدید، وام های مدت دار، ارزی و محلی ارائه می دهند.

این مؤسسات همچنین با روش های مختلف پرداخت وام، سرمایه لازم برای سرمایه گذاری بلند مدت، خدمات بیمه سهام و اعتبار صادراتی را فراهم می کنند. سرمایه گذاری های مخاطره آمیز در بخشهای منتخب، بسیار فعال بوده و این امر تأثیر چشمگیری بر به جریان انداختن سرمایه برای بخشهای نوپا و رشد عالی IT و بیوتکنولوژی داشته است.

شرکتهای خارجی مقیم هند و شرکتهای محلی اجازه دارند در پروژههای خاصی، وام های میان مدت خود را به وام های بلند مدت تبدیل نمایند. پروژه های مورد نظر شامل مواردی است که نیازمند تجهیزات سرمایه ای، واردات فناوری و خرید هواپیما یا کشتی به صورت ارز خارجی هستند. دولت هند استقراض از طریق اعتبارات تأمین کنندگان و خریداران، وام های سندیکایی، قراردادهایی با نرخ های متغیر، تجدید تسهیلات بیمه و اوراق بهادار را مجاز اعلام کرده است. RBI برای وام هایی که موعده آنها در طول یک سال سر می رسد، اجازه بازپرداخت از منبع درآمدهای ارزی را صادر نموده است به طوری که وام گیرندگان نیازی به کسب مجوز اولیه از دولت ندارند وام های ارزی علاوه بر بانک های تجارت و توسعه هندی، از طریق بانک های تجاری خارجی، مؤسسات تأمین مالی خارج از کشور (مثلاً مؤسسه مالی بین المللی و بانک توسعه آسیا) و بنگاه های اعتبار صادرات خارجی نیز دریافت می شود. شرکت های هندی می توانند براساس «رهنمودهای استقراض تجارت



های خارجی (ECB) که توسط وزارت دارایی منتشر می شود، مبلغ وام های ارزی خود را افزایش دهند. محدودیتی برای استفاده از چنین وام هایی وجود ندارد مگر اینکه کاربردی برای سوداگری بازار سهام نداشته باشد.

**۱۱-۵ سیستم بانکی:** قبل از اصلاحات سال ۱۹۹۱، سیستم بانکی هند به استثناء حدود ۲۲ بانک بخش خصوصی و بانک های خارجی، تماماً توسط دولت اداره میشد. اصلاحات سال ۱۹۹۱ منجر به تغییر سیستم بانکی از یک بخش کاملاً کنترل شده به یک بخش بازار آزاد شد. وجود بانک های جدید در بخش خصوصی، رقابت را افزایش داده است. با این وجود بانک های بخش دولتی (PSBs) همچنان بر سیستم بانکی تسلط دارند. وزارت دارایی مسئول سیاست های سیستم مالی است RBI نیز به تنظیم سیستم بانکی در شرکت های مالی غیر بانکی (NBFCs) و مؤسسات مالی مهم می پردازد. در بانکهای بخش خصوصی، سهام خارجی تا سقف ۷۴ درصد به صورت اتوماتیک مجاز است که شامل سرمایه مؤسسات سرمایه گذاری خارجی تا سقف ۴۹ درصد و سرمایه گذاری افراد هندی غیر مقیم تا سقف ۲۴ درصد است.

**۱۲-۵ بیمه:** از گذشته صنعت بیمه در کشور هند تحت نظارت شرکت های بیمه دولتی بوده است، یعنی شرکت هایی چون: شرکت بیمه عمر در بخش بیمه عمر، شرکت بیمه عمومی و شرکت اعتبار و تضمین صادرات در بخش بیمه غیر عمر. در آگوست سال ۲۰۰۰، بخش بیمه وارد عرصه بخش خصوصی شد و به دنبال آن، ۱۵ شرکت جدید بیمه عمر و ۱۱ شرکت جدید بیمه عمومی به عنوان سرمایه گذاران مشترک با شرکت های بزرگ بیمه جهانی وارد بازار شد.

FDI که شامل سرمایه گذاری های مؤسسات سرمایه گذاری خارجی (FII) و افراد هندی غیر مقیم (NRI) است، با کسب مجوز از IRDA و به طور اتوماتیک تا حداکثر ۲۶ درصد مجاز اعلام شده است. جهت بررسی امکان تأسیس شرکت های مستقل بیمه سلامتی، کمیته ای توسط IRDA تشکیل شده است. این کمیته، افزایش میزان FDI در چنین شرکت هایی را تا سقف ۴۹ درصد و کاهش حداقل نیازمندی های سرمایه گذاری تا ۵/۵۶ میلیون دلار (معادل ۴۴۴/۸ میلیون روپیه در سال ۲۰۲۳) نسبت به میزان فعلی ۲۲/۲ میلیون دلار آمریکا (معادل ۱/۷ میلیارد روپیه در سال ۲۰۲۳) را برای هر شرکت بیمه توصیه می نماید.

### ۶- شرایط سرمایه گذاری خارجی در هند

**۱-۶ موقعیت مکانی کارخانه:** مؤسسات صنعتی در انتخاب موقعیت مکانی پروژه در شهرهایی با جمعیت بیش از یک میلیون نفر، آزادی عمل دارند. موقعیت مکانی پیشنهاد شده باید حداقل ۲۵ کیلومتر از محوطه استاندارد شهری فاصله داشته باشد. برای صنایع الکترونیک، کامپیوتر و چاپ مانند سایر صنایع بدون آلاینده، این الزام وجود ندارد. مقررات محیط زیست و سیاست های منطقه ای دولت محلی می تواند موجب به تأخیر افتادن پروژه ها شود.

**۲-۶ استخدام:** الزامی برای استخدام افراد هندی در شرکتهای خارجی وجود ندارد. در حال حاضر، محدودیت هایی که برای استخدام مدیران و تکنیسینهای خارجی وجود داشت، لغو شده است. با این وجود، شرکت ها معتقدند که استخدام و پرداخت پاداش به اشخاص خارجی وقت گیر و گران است.

استخدام افراد خارجی به صورت ۱۲ ماهه، نیازمند اخذ مجوز از وزارت مسکن می باشد.

**۳-۶ مالیات ها:** دولت هند برای راه اندازی فعالیتهای مبتنی بر دانش یک معافیت ۱۰ ساله مالیاتی در نظر گرفته است. همچنین اکثر دولتهای ایالتی، امتیازات مالی را نیز اعطاء می کنند. کمبودهای مالی دولت مرکزی و تلاش های صورت گرفته برای اصلاح جریان های مالیاتی مستقیم و غیرمستقیم در تمام هند، باعث کاهش اطمینان سرمایه گذاران نسبت به بدهی های مالیاتی شده است. به هر حال روند عمومی، به سوی تسهیل کدهای مالیاتی، کاهش نرخ های مالیاتی، معافیت ها و شفافیت هر چه بیشتر سازمان مالیات پیش می رود. سیاست تجارت خارجی که

در سال ۲۰۰۵ ارائه شد، مشوق های کاهش مبالغ مالیاتی را برای صنایع صادرات- محور و دیگر بخشهای مورد نظر اعمال نموده است. برای مثال این سیاست، واردات کالاهای اولیه برای شرکت های صادرکننده را معاف از مالیات میداند. کالاهای سرمایه ای، ماشین آلات نساجی، ترکیبات و مواد خام و همچنین فروش در سطح فدرالی و ایالتی، معاف از مالیات هستند. واردات مواد مصرفی، تجهیزات تخصصی و قطعات یدکی در بخش خدمات در سه سال اول تا سقف ۱۰ درصد از عواید تبادلات ارزی حاصل از صادرات، معاف از مالیات هستند. برای بخشهایی که در اولویت هستند، مرخصی مالیاتی به صورت کاهش مالیات وجود دارد. صنایع زیرساختی، تا ۱۰ سال از پرداخت مالیات سود تجاری خود معاف هستند.

**۴-۶ حقوق مالکیت و مؤسسات خصوصی:** به دلیل مواجه شدن با محدودیت های خاص بخش ها، نهادهای خصوصی داخلی و خارجی می توانند کسب و کارهایی مانند شرکتهای تجاری، شرکت های وابسته، فعالیت های اقتصادی مشترک، شعبه ها، دفاتر پروژه ها و دفاتر ارتباطی راه اندازی نموده و مالک آن باشند. برای راه اندازی یک فعالیت تجاری، برای موارد مختلف، مجوزها و گواهینامه های مختلفی مورد نیاز است که عبارتند از: ترکیب شرکت، ثبت و توزیع زمین، مجوز استفاده از زمین در مورد صناعی که در خارج از محوطه صنعتی واقع شده اند، مجوز موقعیت مکانی، مجوزهای انرژی و تأمین مالی، مجوز برای فعالیت ها و طرح های ساختمانی، ثبت مطابق قانون مالیات فروش در ایالت و قوانین دولتهای ایالتی و دولت مرکزی و فعالیت تحت قوانین نظارت بر آلودگی آب و هوا. صناعی چون ترکیبات پتروشیمی، پالایش نفت، کارخانه های سیمان حرارتی، داروهای عمده، کودها، رنگ و کاغذ باید از وزارت محیط زیست و جنگلها گواهینامه محیط زیست دریافت کنند.

**۵-۶ حقوق مالکیت ملکی:** محدودیت های بسیاری که سیستم قانونی هند بر انتقال زمین اعمال میکند، اغلب سبب دشواری تبادلات خرید و فروش شده است. به طور کلی در کشور هند، قوانین کپی رایت به اندازه کافی وجود دارد، اما اجرای این قوانین ضعیف بوده و استفاده غیرقانونی از موارد دارای کپی رایت بسیار شایع است. هند یکی از اعضای کنوانسیون ژنو برای حمایت از حقوق تولیدکنندگان نشان های صدا، کنوانسیون جهانی کپی رایت، سازمان جهانی مالکیت فکری (WIPO) و یونسکو است. دولت هند هنوز قانون داخلی معاهدات اینترنتی WIPO را تصویب و ثبت نموده است. سالهاست که به روز رسانی قانون کپی رایت، تحت تأثیر مباحثات بین وزارتخانه های متوقف شده است. در سال ۱۹۹۹ با ارائه سند جدیدی برای نشان های تجاری، قانون محافظت از نشان تجاری تا قانون سطح استانداردهای بین المللی ارتقا یافت. این سند، استفاده و حفاظت از نشانهای تجاری خارجی و نشانهای خدماتی را مدون نموده است. طبق مصوبه ۲۳ مارس ۲۰۰۵، مواد دارویی و کشاورزی نیز جزو محصولات هستند که مشمول طرح حفاظت از امتیاز ثبت انحصاری می شوند. اما این قانون جدید در حوزه های مهمی مانند کسب مجوز لازم برای پروانه آغاز کار و تعریف حوزه اختراعات قابل ثبت با کمبودهایی مواجه بود. دولت هند به واسطه قانون حقوق کشاورزان و گونه های گیاهی از گونه های مختلف گیاهان محافظت به عمل می آورد. در این کشور، قانونی برای برخورد با استفاده تجاری غیرمجاز از آزمایش ها و سایر اطلاعاتی که شرکتهای جهت کسب مجوز بازاریابی برای محصولات شیمیایی، رادیویی یا گیاهی خود به دولت تحویل میدهند، وجود ندارد. در ضمن قوانین هند هیچگونه محافظتی از اسرار تجاری به عمل نمی آورد.

**۶-۶ حقوق مالکیت فکری (IPR):** حمایت از IPR در هند در زمینه حق انحصاری اختراع در حال پیشرفت است. با این وجود، در زمینه های نرم افزار، رسانه های تصویری و صنایع چاپی همچنان مشکل کپی غیرقانونی بسیار شایع است.

**۱-۶-۶ حق انحصاری اختراع:** در اول ژانویه سال ۲۰۰۵، دولت هند به دنبال قرارداد WTO در مورد جنبه های مرتبط با تجارت حقوق مالکیت فکری (TRIPS)، طرح اصلاحیه امتیاز ثبت اختراع را صادر کرده و ضرب العجلی برای تصویب قانونی جهت محافظت از حق انحصاری اختراع تعیین کرد. در ۲۳ مارس سال ۲۰۰۵ پارلمان هند قانون تثبیت تغییرات در قانون حق ثبت انحصاری اختراع را که دولت



در دسامبر سال ۲۰۰۴ با فوریت بیان کرده بود، تصویب نمود. قانون جدید، به محافظت از حق انحصاری اختراع برای کالاهای دارویی و مواد شیمیایی کشاورزی نیز می پردازد. با این حال، قانون جدید در زمینه های مهمی مانند گرفتن پروانه آغاز به کار و تعریف حوزه هایی که از پتانسیل حق ثبت اختراع برخوردار هستند، با نواقصی روبرو است. همچنین حجم بالای تقاضاهای موجود برای دریافت حق انحصاری، باعث طولانی شدن زمان دریافت پتنت شده است. دولت هند برای برطرف نمودن این نواقص، اخیراً به تجدید نظر در قانون پرداخته و قوانینی را در این راستا اجرا نموده است. دولت هند با تصویب قانون حقوق کشاورزان و گونه های گیاهی به حمایت از آنها پرداخته است. قوانین هند برای برخورد با استفاده تجاری غیر مجاز، هنوز هم ناقص است؛ چه در مورد حمایت از آزمایشات و سایر اطلاعاتی که شرکت ها در اختیار دولت قرار میدهند و چه در مورد حمایت از محصولات شیمیایی کشاورزی و دارویی که خواهان کسب مجوز بازاریابی هستند. دولت هند به تازگی برای محافظت از برخی از انواع داده ها، قانونی را به مجلس تسلیم نموده است. اگر محصولات شرکت ها در برابر استفاده های تجاری ناعادلانه مورد حمایت قرار نگیرند، می توانند محصولات خاص دارویی را کپی کرده و به دنبال اخذ موافقت فوری دولت برای بازاریابی باشند. با شناخت نقش حمایت مداوم TRIPS در پرورش خلاقیت و سرمایه، هیات مؤسسان داخلی هند، شکل گرفته است. این هیات کوچک اما در حال رشد که از شرکتهای دارویی هند، شرکتهای فناوری و مؤسسات آموزشی و تحقیقاتی تشکیل شده است، طرفدار ایجاد تغییرات برای ارتقاء حمایت از اطلاعات است.

### ۶-۶-۲ کپی رایت: طبق محاسبات صورت گرفته، در سال ۲۰۰۴ ضرر فروش به سبب نسخه برداری

غیرقانونی، ضبط غیرقانونی موسیقی ها، آهنگ ها، برنامه های کامپیوتری و کتاب در هند، حدوداً ۴۸۴ میلیون دلار بوده است. قانون فناوری اطلاعات سال ۲۰۰۰، مجازاتی را برای کپی غیرقانونی نرم افزار کامپیوتر تعیین کرده است. جریمه ها تا ۲۴۰۰۰۰ دلار بوده و همچنین پرداخت مبلغ به این معنا نیست که مجرم تحت پیگرد قانونی قرار نمیگیرد. دولت هند عضو هیچکدام از قراردادهای کپی رایت ۱۹۹۶ WCT ، WIPO یا WPPT نیست.

گروهی مرکزی متشکل از مقامات دولت هند، نمایندگان کارخانجات محلی، موکلان و دانشگاهیان، در حال مذاکره در مورد اصلاحیه قانون کپی رایت هند هستند که هند را قادر به اجرای این قرارداد ها خواهد ساخت.

اکنون به ارائه قوانین اصلاحی میپردازیم:

قانون اساسی هند مسئولیت اجرا را به دولت های ایالتی واگذار کرده است. دولت مرکزی قوانین را تصویب می کند، اما خود ایالت ها مسئول اجرای آن قوانین هستند. دفتر مرکزی تحقیق و توسعه (CBI) نیز که دارای قدرت قانونی است، مسائل مربوط به حقوق مالکیت فکری (IPR) را پیگیری نمیکند. دولت، شهرداری و نیروهای پلیس محلی عهده دار اجرای قوانین IPR هستند. استفاده غیرقانونی از مواد دارای کپی رایت، (به خصوص نرم افزار، فیلم، داستان های پر طرفدار و متن های خاص) همچنان به عنوان مشکلی برای تولیدکنندگان هندی پابرجاست. اگر چه در این مورد، رایزنی هایی بین قسمتهای اجرایی دولت در حال انجام است، دسته بندی تخلفات استفاده غیر قانونی از کپی رایت و علامت تجاری در بخش «جرائم عمدی»، باعث افزایش جستجو و توقیف پلیس در این رابطه شده است.

این قانون حداقل مجازات را حبس میداند. چنانچه این قانون اجرا شود، این مجازاتها می تواند جلوی تخلفاتی از این دست را بگیرد. استفاده غیرقانونی از کابل تلویزیون، با تخمین وجود ده ها هزار سیستم غیرقانونی، همچنان به عنوان مشکل قابل توجهی مطرح است. محصولات دارای کپی رایت، اغلب بدون کسب اجازه از صاحبان امتیاز و با استفاده از دستگاه های ویدئویی، VCD یا DVD از این رسانه ضبط و تکثیر می شود. این تخلف گسترده از قانون کپی رایت، صدمات گسترده ای بر بازار تصاویر متحرک، تئاتر، ویدئوهای خانگی و تلویزیون آورده است. برای مثال، فیلم ها در شهرهای بزرگ در حالی که هنوز درحال اکران هستند به طور غیرقانونی تکثیر میشوند و تکثیر غیرقانونی کابل های تلویزیونی منجر به دزدی کابل ها شده است.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



۶-۶-۳ **علائم تجاری:** برای دولت هند، ارتقاء قوانین حاکم بر علائمه‌های تجاری یک الزام است. این ارتقاء شامل تدبیری ملی جهت استفاده از مارک های تجاری خارجی ، محافظت های قانونی از علامت های خدماتی و شفاف سازی شرایط لغو یک علامت در شرایطی قانع کننده و توجیه پذیر می باشد. قوانین علامت های تجاری هند به حمایت و حفاظت از علامت های خدماتی می پردازد . اگرچه اجرای آن رو به پیشرفت است ، اما محافظت از علامت های خارجی همچنان با مشکلاتی روبروست .



## فصل سوم

# بازاریابی محصولات و خدمات

## فصل سوم بازاریابی محصولات و خدمات

### ۱- استفاده از یک عامل یا توزیع کننده

چنانچه شرکتی قصد عرضه محصولات یا خدماتش را در هند داشته باشد، می تواند پیش از دایر کردن دفتر یا شعبه، از طریق تعیین یک عامل، نماینده یا توزیع کننده وارد بازار شود. چنانچه محصولات از بازار خوبی برخوردار باشند، توصیه میشود که یک نماینده یا توزیع کننده محلی برای این امر تعیین گردد.

در کشور هند، اصطلاحات عامل، نماینده و توزیع کننده کاربرد یکسان داشته و به جای هم استفاده می شوند. البته به طور کلی عامل کسی است که تجارت را راه اندازی کرده و طی قراردادی، حقوق دریافت می کند. از تعریف اصطلاح «عامل» چنین بر می آید که شرکت خارجی به طور مستقیم با یک واردکننده هندی معامله کرده و سپس عامل، اقدام به وارد نمودن تمام کالاهای مورد تعهد شرکت خارجی می نماید. از طرف دیگر، توزیع کننده به عنوان واردکننده عمل کرده و محصولات را پیش از فروش برای مصرف کننده نهایی ذخیره می کند. به سبب ریسک ذخیره سازی محصولات، سطح کار یک توزیع کننده از یک عامل بالاتر است. توصیه میشود که عاملان از میان بومیان و اهالی همان محل انتخاب شوند.

با گشوده شدن تدریجی بازارهای مورد تقاضای تعهدات WTO در هند، صادرکنندگان خارجی میتوانند گروه وسیعی از محصولات خود را از طریق نمایندگی ها و توزیع کنندگان، عرضه نمایند. به هر حال از آنجائیکه ایجاد ارتباط با توزیع کنندگان و عاملان محلی در موفقیت کار اهمیت به سزایی دارد لذا جنبه های مختلفی را باید در گزینش این نمایندگان در نظر گرفت.

### ۱-۱ انتخاب توزیع کننده/ عامل هندی: شرکتهای خارجی باید در انتخاب یک توزیع کننده یا عامل هندی، جانب احتیاط را رعایت کنند.

انجام یک بررسی کامل و همه جانبه قبل از برقراری ارتباط ضروری است. هنگام سنجش عامل یا توزیع کننده مواردی مانند اعتبار شرکت هندی در امور تجاری، منابع مالی، تمایل و توانایی سرمایه گذاری، قدرت بازاریابی، پوشش محلی، مهارت در صنعت و ارزش اعتبارات آن باید در نظر گرفته شود. یک توزیع کننده هندی باید از مناسبات بانکی فوق العاده قوی برخوردار بوده، بتواند اعتبار خود را توسعه بخشیده و ظرفیت عرضه کامل محصولات و خدمات را داشته باشد. موضوع مهم دیگر این است که عامل یا توزیع کننده از زیرساخت های پیشرفته ای بهره مند بوده و به امکاناتی مانند انبار، کارگاه های خدماتی، نمایشگاه و کارمندان آموزش دیده در جهت عرضه محصولات و افزایش حجم مبادلات بیش از میزان پیش بینی شده، مجهز باشد. شرکت های خارجی باید مراقب باشند که از طرف توزیع کننده یا نمایندگان آنها تحت فشار قرار نگیرند. گاهی اوقات مؤسسات هندی، شرکت هایی را معرفی میکنند که فرصت های اندکی در اختیار داشته یا تمایل چندانی به توسعه بازارهای جدید ندارند. همچنین ممکن است مؤسسات هندی تمایلی به افزایش ارتباطات خود نداشته باشند. لذا بسیار مهم است که میزان واقعی توانایی، تمایل و عزم شرکت ها در توسعه شبکه ها، ارتباطات و حوزه های جدید تجاری سنجیده شود. با بررسی گزینه های مختلف منابع تخصصی، شرکت های خارجی میتوانند به اطلاعات کافی در مورد شریک هندی دست پیدا کنند. زمانی که یک نماینده لیستی عریض و طویل از مشتریان خارجی ارائه می کند، شرکتهای خارجی باید با دیده تردید به آن بنگرند، زیرا ممکن است عامل یا توزیع کننده به سبب محدودیت های زمانی، مالی، مدیریتی یا تدارکاتی، توانایی انجام تمام تعهدات و وظایف خود را برای ایجاد روابط جدید نداشته باشد. شرکتهای خارجی باید از توانایی عامل یا توزیع کننده برای ارائه محصولاتشان، در کنار محصولات مشتریان فعلی اطمینان حاصل نمایند.

در آخر شرکت های خارجی باید مطمئن شوند که توزیع کننده یا عامل منتخبشان، کاملاً نسبت به ارتقاء محصول آنها متعهد است. اغلب اوقات توزیع کنندگان یا عوامل با ارائه تصویری تخصصی از خود چنین وانمود می کنند که از کارکنانی مناسب، شبکه های وسیع توزیع و حضور در سطح کشور برخوردارند. شرکت خارجی موظف است از عدم واگذاری توزیع کالاها توسط چنین شرکت هایی به شبکه های توزیع دیگر اطمینان حاصل نماید. لذا شرکت های خارجی باید پیش از تصمیم گیری در مورد انتخاب عاملان یا توزیع کنندگان، به دقت تمامی عوامل را بررسی نمایند.

**۲-۱ امتیازات محدود بودن حوزه عمل یک توزیع کننده کوچک:** برای انجام یک استراتژی توزیع انعطاف پذیر ممکن است انتخاب یک توزیع کننده کوچک، بسیار ایده آل به نظر برسد. از آنجایی که هند کشوری گسترده و دارای ایالات مختلف است، یک عامل یا توزیع کننده در زمینه تهیه و توزیع، با چالشهای بسیاری روبروست. توزیع کننده ای که با محصولات مشابه یا مرتبط با محصولات یک شرکت خارجی سر و کار دارد، ممکن است قادر به تحویل مناسب کالاها نباشد. یک توزیع کننده کوچک ممکن است در منطقه ای از هند قرار داشته باشد که آشنایی با نحوه زندگی مصرف کنندگان، مهمتر از شناخت بازار رقابتی محلی باشد. یک توزیع کننده کوچک با مهارتهای مناسب در زمینه بازاریابی و محصولات، اغلب بسیار مطلوبتر از یک توزیع کننده بزرگ است که بازاریابی محصولات خود را به یک بخش یا دپارتمان سازمان خود می سپارد. شرکت های خارجی باید چندین نمایندگی را برای عرضه محصولات مختلف خود در زمان مقتضی تعیین کنند. از آنجایی که هند اقتصاد جدید و رو به رشدی دارد، روشهای ساده و سستی برای احراز صلاحیت شرکای احتمالی چندان قابل اعتماد نیستند و یک بررسی همه جانبه مورد نیاز است. شرکت های خارجی باید از طریق بانک طرف حساب عامل یا توزیع کننده، وضعیت سلامت مالی و شهرت و ارزش اعتباری شریک خود را ارزیابی کنند. در صورت لزوم، جزئیات بیشتری باید لحاظ گردد. شرکت های خارجی میتوانند براساس داده های بانک، حسابداران مجاز، وکلاء، شرکای صنعتی و سایر منابع، یک عامل یا توزیع کننده مناسب را انتخاب کنند. شرکتهای خارجی باید برای محصولات تکنیکی از تخصص تکنیکی توزیع کننده، امکانات، تجارب کارکنان فنی و غیره اطمینان حاصل نمایند. قبل از امضاء قرارداد، ارائه یک چک ضمانت از طرف شریک هندی ضروری است. همچنین در نهایی سازی جزئیات قرارداد یا تفاهم نامه، باید جانب احتیاط رعایت شود.

## ۲- دایر نمودن دفتر

شرکت های خارجی لازم است جهت انجام هر گونه فعالیت کشاورزی، اقدام به دریافت مجوز کلی یا خاص از بانک مرکزی هند (RBI) نمایند. یک شرکت خارجی یا خصوصی که قصد راه اندازی فعالیتی در هند داشته و تمایلی به ایجاد شعبه یا فعالیت مشترک با شریک هندی ندارد، می تواند این کار را با راه اندازی دفتر رابط، طراحی و شعبه در هند انجام دهد. تقاضای راه اندازی چنین دفتری باید به RBI ارائه شود. در ضمن چنین شرکت هایی باید ظرف ۳۰ روز پس از راه اندازی یک واحد تجاری در هند، شرکت خود را در اداره ثبت شرکت ها به ثبت رسانند.

**۲-۱ رابط یا دفتر نمایندگی:** بسیاری از شرکت های خارجی در ابتدای امر، حضور خود را در هند از طریق یک رابط یا دفتر نمایندگی که به طور مستقیم درگیر مبادلات تجاری در هند نباشد، دنبال میکنند. کشورهای خارجی اغلب دفاتر نمایندگی یا رابط خود را برای نظارت بر فعالیت های شبکه، ارتقاء آگاهی از محصولات و یافتن فرصت های تجاری و سرمایه گذاری راه اندازی مینمایند. یک دفتر رابط، مجاز به انجام هیچ فعالیت اقتصادی نیست، بنابراین نمیتواند هیچ درآمدی کسب کند و در نتیجه مالیاتی برای این دفاتر در نظر گرفته نشده است. چنین دفاتری جهت عرضه و ارائه خدمات شرکت به عنوان رابط، مجاز به دریافت هیچ کارمزد یا کسب هیچ نوع درآمد دیگری از جانب مصرف کنندگان هندی نیستند. کل هزینه ها توسط رئیس دفتر خارج از کشور تقبل شده است. یک شرکت خارجی دایرکننده یک دفتر ارتباطی نمیتواند از هند پول خارج کند. پیمان مدیریت تبادلات خارجی هند (FEMA) قوانین استقرار و عملکرد دفاتر ارتباطی را مشخص کرده است. اجازه نامه RBI برای دایرکردن دفاتر ارتباطی در ابتدا برای یک دوره ۳ ساله که قابل تمدید است، صادر می شود. زمانی که تقاضانامه شرکت در دفتر ثبت شرکتهای ROC به ثبت رسید شرکت خارجی باید کپی های طرح و موضوعات همکاری، ترازنامه و هر نوع قراردادی که در هند بسته است را ارائه کند. در شرایط بهبود یافته کنونی و با در نظر گرفتن الزامات دپارتمان امور شرکت ها، دیگر نیازی نیست که طبق بخش ۵۹۴ قرارداد شرکت ها در سال ۱۹۵۶، شرکتهای خارجی با دفاتر ارتباطی در هند، ترازنامه را به طور کامل پرکنند و سود و زیان توسط ROC

محاسبه می شود. مأموران رسیدگی باید سالانه یک گواهینامه به دفتر منطقه ای RBI ارائه دهند. این گواهی نامه باید به بیان این مطلب پردازد که دفتر ارتباطی به شرایط و ضوابط دستورالعمل مصوب RBI متعهد بوده و تمام هزینه های دفتر ارتباطی از وجه ارسال شده تأمین می شود.

**۲-۲ دفتر شعبه:** یک شعبه مانند یک دفتر ارتباطی، یک شرکت به ثبت رسیده نیست. RBI فعالیت شعب شرکت های خارجی را محدود به موارد زیر نموده است: نمایندگی شرکت مادر و فعالیت به عنوان عامل خرید و فروش، انجام تحقیقات برای شرکت مادر، انجام صادرات و واردات، ارتقاء همکاری های تکنیکی و فنی میان هند و شرکت های خارجی، ارائه خدمات تخصصی یا مشاوره ای، ارائه خدمات در فناوری اطلاعات و توسعه نرم افزاری هند و ارائه خدمات پشتیبانی تکنیکی برای محصولات شرکت مادر یا گروه شرکت های تولیدکننده آن محصولات. در واقع دفاتر شعبه به تجارت در هند پرداخته و ملزم به پرداخت مالیات هستند. با این وجود، حق انجام فعالیت های تولیدی را ندارند. اما می توانند به عنوان پیمانکار فرعی، چنین فعالیت هایی را برای یک شرکت تولیدکننده هندی انجام دهند. طبق قرارداد دستورالعمل بانکی سال ۱۹۴۹، افتتاح شعب بانک های خارجی در هند، منوط به کسب مجوز از RBI است.

ارسال درآمد خالص/ مازاد توسط شعب هندی این بانکها به رؤسای خارجی، نیازمند کسب مجوز اولیه از دپارتمان کنترل مبادلات RBI است. همچنین طبق قرارداد شرکت های هندی، مدارک لازم باید توسط ROC در ایالت محل تأسیس شعبه و نیز دفتر اصلی در دهلی نو بایگانی شود. پس از ثبت اولیه، محاسبات شعبه باید سالانه به دپارتمان ثبت شرکتها ارسال شود. شعبه پس از پرداخت مالیات می تواند عواید حاصل از تجارت خود را برای شرکت مادر در خارج از کشور ارسال نماید.

**۳-۲ دفتر پروژه:** گاهی اوقات شرکت های خارجی برای به عهده گرفتن پروژه هایی در هند، اقدام به تأسیس یک دفتر پروژه موقتی می نمایند. این دفاتر معمولاً برای اهداف کوتاه مدت انجام یک پروژه خاص تأسیس می شوند. مجوز دفتر پروژه معمولاً برای اجرای پروژه های ساختمانی مورد حمایت دولت یا پروژه های مالی که توسط مؤسسات مالی هندی و بین المللی و سازمان های چند جانبه انجام میشود، صادر می گردد. در برخی موارد خاص، پروژه های خصوصی نیز می توانند این مجوز را کسب نمایند. یک دفتر پروژه اجازه دارد به مجرد تکمیل پروژه، سرمایه مازاد را به کشور خود بازگرداند. هیچ کدام از این موارد، بدون اخذ مجوز از RBI مجاز به تأسیس دفتر نیستند. اما می توانند تا ۵ سال تجهیزات مورد نیاز را اجاره نمایند.

**۴-۲ رهنمودهای اساسی در مورد دفاتر:** شرکت های جدیدی که تصمیم به راه اندازی دفاتری در هند دارند باید چندین رهنمود اساسی را مورد نظر قرار دهند: شناسایی تصمیم گیرنده های مناسب، در جریان قرار دادن این تصمیم گیرندگان و سایر دست اندکاران اصلی در مورد جزئیات پروژه، اجتناب از گرفتن زمین از منابع خصوصی، برخورد مناسب با نیروی کار محل (زیرا قوانین هندی اخراج کارکنان را ممنوع کرده است) و جدی گرفتن مخالفان خصوصاً سیاستمداران یا ساکنین محلی.

طبق بررسی های انجام شده توسط مجله تجاری هند یعنی Business Today و تولیدکننده و فروشنده بزرگ هندی یعنی Gallup-MBA ، مهم ترین نکات انتخاب محل در هند عبارتند از:

۱. زیرساخت های فیزیکی

۲. انعطاف پذیری و حمایت دولت ایالتی

۳. هزینه و امکان دسترسی به منبع انرژی

۴. وضعیت قوانین و فرامین

هزینه و دستیابی به نیروی کار، روابط با نیروی انسانی و فرهنگ کار، نزدیکی به منابع و بازارها عواملی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند. طبق قانون کار، یک کارفرما با بیش از ۱۰۰ نفر پرسنل، بدون اجازه مأمور عالی رتبه دولتی نمیتواند آنها را اخراج کند. با توجه به کمبود دفاتر تجاری مناسب با قیمت مناسب در شهرهای مهم هند، برای شرکت های جدید که خواستار استقرار فیزیکی در هند هستند، محل مناسب گزینه



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



ای مهم محسوب می شود. این مراکز تجاری آماده تحویل بوده و مجهز به سیم کشی لازم جهت ارتباطات و تهویه مطبوع هستند. ارسال صورت حساب ها به صورت ماهیانه است. برای استفاده طولانی مدت، معمولاً می توان تخفیف گرفت. بسیاری از دولت های ایالات به ایجاد پارک های فناوری برای بخش های منتخب صنعت مانند نرم افزار، بیوتکنولوژی و خودروسازی اقدام کرده اند. دولت های ایالات که مشتاق جذب سرمایه به چنین مکانهایی هستند، اغلب از این گونه فعالیت ها حمایت نموده و مشوقهایی برای آن در نظر می گیرند. با وجود اینکه برخی از شرکت های خارجی در شهرهای کوچکتر سرمایه گذاری کرده اند، اما تعداد آنها به کندی افزایش می یابد. با در نظر گرفتن اندازه شهرهای بزرگ از لحاظ جمعیت و درآمد متوسط و عالی، همواره توجه بسیاری از شرکت های خارجی معطوف به دهلی و بمبئی بوده است. طی دهه های گذشته، شرکت های خارجی، مکان های دیگری را برای فعالیت اقتصادی یافته اند، که از آن میان می توان به بنگلور، چنای و حیدرآباد اشاره کرد. پونا هم به خصوص از لحاظ شرکت های نرم افزاری پیشرفت سریعی داشته است.

### ۳- بازاریابی مستقیم

یکی از صنایع در حال رشد و درآمدزای مناسب برای تمام تجار، فروش مستقیم است. به علاوه فروش مستقیم، امکان خریداری رضایتمندانه تر و آگاهانه تر درکنار سیاستهای تضمین بازگشت سرمایه را برای خریداران فراهم می سازد. طبق اظهارات انجمن فروش مستقیم هند، صنعت فروش مستقیم در سال مالی ۲۰۲۲-۲۰۲۱، حدوداً ۵/۵۴ میلیارد دلار گردش پول داشته است. در کشور هند، فروش مستقیم به طور سنتی به معنای عقد قرارداد بین بنگاه ها و تولیدکنندگان برای انتقال محصولات مازاد یا تبلیغاتی یا ورود تولیدکنندگان کوچک برای فروش در درب منازل به سبب عدم توانایی رقابت در بازار خرده فروشی است. این مطلب همچنین به معنای به کارگیری کارمندان برای فروش، عرضه مستقیم و تحویل فوری محصولات میباشد. دیدگاه سنتی فروش مستقیم در حال تغییر است. یکی از اولین شرکتهای هندی برای فروش مستقیم در هند «Eureka Forbes» بود که انواع لوازم خانگی را از طریق فروش مستقیم عرضه می نمود. اگرچه برخی از روشهای فروش مستقیم در هند عملی شده است، اما طی دهه گذشته موج جدیدی از علاقمندی به فروش در بازار هند از طریق مفهوم مدرن فروش مستقیم آغاز شده است. اخیراً (۲۰۲۲) صنعت فروش مستقیم برای بیش از ۷/۳ میلیون نفر ایجاد اشتغال کرده و از سال ۲۰۲۱-۲۰۲۰ تا سال ۲۰۲۲-۲۰۲۱، حدوداً ۱,۰۰۰,۰۰۰ نفر افزایش داشته است. در حدود ۱,۲۰۰,۰۰۰ مجری فعال فروش مستقیم (شامل مردان، زنان و زوج هایی که در یک تیم فعالیت می کنند) وجود دارند که محصولات را حداقل هر دو ماه یک بار خرید و فروش میکنند. شمار کلی محصولات از ۳۸۰ مورد به ۲۱۰۰۰ محصول مختلف افزایش یافته و تنوع این محصولات از لوازم آرایشی و لوازم آشپزخانه تا لوازم کمک آموزشی و محصولات طبیعی گسترده است. طبق برآوردهای صنعتی، حدود ۲۰۰ شرکت فروش مستقیم در تمام کشور و تقریباً ۱۰۰۰ شرکت کوچکتر در شهرهای خاص به این امر مشغول هستند. شرکت های هندی و چند ملیتی بسیاری مانند «Amway, AMC, Cookware, Time Life Asia, Herbalife, Aero Pharma Lotus Learning, Avon, Tupperware» از طریق مؤسسات اقتصادی مشترک یا مالکیت کامل یک شرکت فرعی شروع به فعالیت نموده اند. در حال حاضر شرکت Amway با بیش از ۴۰۰,۰۰۰ توزیع کننده در ۶۳ شهر و ارائه خدمات در بیش از ۶۰۳ مکان، بزرگ ترین شرکت فروش مستقیم هند محسوب می شود.

Tupperware در سال ۱۹۹۶ وارد هند شد و در حال حاضر بیش از ۸۰,۰۰۰ عامل در بیش از چهل شهر هند دارد. برخی از شرکت های خرده فروشی نیز به فروش مستقیم در هند روی آورده اند که مهم ترین آنها Hindustan Lever Limited of the Unilever group است. بسیاری از شرکت های فروش مستقیم، از همان زمان آغاز کار، مجبور شده اند با در نظر گرفتن سه اصل بازاریابی یعنی تولید، قیمت گذاری و بسته بندی، استراتژی های خود را مورد اصلاح و تجدید نظر قرار دهند. امروزه فروش مستقیم در هند به سمت قیمت های پایین تر حرکت می کند تا بتواند پاسخگوی تقاضای مشتریان حساس هندی باشد. برای پایین آوردن هزینه حمل و نقل و تسهیل فروش محصولات به



صورت مستقیم، اندازه بسته بندی ها کوچک تر شده است. برخی از شرکت های چند ملیتی فروش مستقیم، برای برآوردن نیاز مشتریان هندی به تولید سفارشی محصولات روی آورده اند. همچنین شرکت های عمده فروش مستقیم اقدام به ایجاد امکانات تولید در هند نموده اند. شرکت های فروش مستقیم، روش های مختلفی برای پرداخت دستمزد نیروی فروش خود به کار می گیرند. برخی طرح تک مرحله ای را دنبال می کنند که طی آن مردم تنها در قبال کالاهایی که خود فروخته اند، دستمزد دریافت می کنند و برای فروشی که توسط افراد معرفی شده از سوی آنها صورت گرفته، بهایی به آنها پرداخت نمیشود. چنین افرادی ممکن است در قبال معرفی فروشندگان جدید، تنها یک بار پاداش دریافت نمایند. اما برخی شرکت ها همواره دستمزدی نیز برای فرد معرف در نظر می گیرند. خرده فروشی از ۲۰ تا ۳۰ درصد متغیر است. تولیدکننده شرایط لازم برای آموزش ابتدایی در زمینه اطلاعات و نحوه استفاده از محصول را فراهم می کند. استفاده از این روش توزیع به معنای هزینه های کمتر در زمینه محصولات یا روش توزیع نیست، بلکه کار بسیاری می طلبد. به علاوه، محصولاتی که به فروش می رسد کم قیمت یا کم ارزش نبوده و حتی کالاهایی با ارزش است. هیچ سیستم اعتباری وجود ندارد. برای تمام کالاها، توزیع کننده باید بهای کامل را بپردازد. در سال های اخیر، هزاران زن و مرد هندی برای کسب درآمد به فروش مستقیم روی آورده اند. آنها بیشتر خود را مشاور، واسطه و مشاور زیبایی معرفی می کنند. به جز داشتن حداقل سن قانونی برای کار، مشخصه کیفی دیگری نیاز نیست. آموزش در فروش مستقیم نقشی حیاتی داشته و اغلب شرکت ها آموزش های لازم را تا حد مطلوبی ارائه می دهند. هند از پتانسیل بالایی برای فروش مستقیم برخوردار است زیرا بی سواد و بیکاری در این کشور بسیار ریشه ای است. فروشندگان مستقیم چند ملیتی در شناخت این فرصت اقتصادی پس از لیبرالیزاسیون هند، بسیار زیرک بوده اند. به علت پتانسیل بسیار بالای رشد صنعت، انجمن صنعت فروش مستقیم، در حال ایجاد سیستمی است که از واکنش و علاقمندی مشتری نسبت به تحقیق و استعلام حمایت کند. این امر شرکت های عضو را ملزم به رعایت اصول اخلاقی می کند. برخی از شرکت های فروش به دلیل عدم تبلیغات در صنعت فروش مستقیم، برای افزایش نفوذ و مهیا نمودن شرایط دسترسی مستقیم به محصولات، اقدام به ایجاد مراکز «لایف استایل» و کیوسک هایی در فروشگاه های مهم خرده فروشی کرده اند. پیشرفت شرکتهای فروش مستقیم، امری متداول است. یک فروشگاه لایف استایل اصولاً مانند یک مغازه بزرگ است که در آن انواع مختلف محصولات موجود در بازار وجود دارد، اما به معنای خرده فروشی نیست. در عوض، این فروشگاه ها مکانی برای مشتریان است تا محصولات جدید را امتحان کنند و توزیع کنندگان تجارت خود را سر و سامان داده و آموزش دهند. برای افزایش آگاهی نسبت به محصولات جدید، بعضی از شرکت های فروش مستقیم، اقدام به احداث کیوسک های موقتی در فروشگاه های خرده فروشی مهم برای عرضه و فروش محصولاتشان نموده اند. این استراتژی ها کمک زیادی به افزایش اشتغالزایی، ایجاد آگاهی نسبت به محصولات جدید، چگونگی استفاده و مکانهای خرید این محصولات نموده است.

#### ۴- فروش به دولت

دولت هند غالباً از روشها و اقدامات غیرشفاف و غیراستانداردی برای خرید استفاده می کند که همین امر موجب فرسایش و خستگی تهیه کننده خارجی می شود. این روند تحت تأثیر اصلاح سیاست های مالی، در حال پیشرفت است. معمولاً گفتگوها ماه ها به طول انجامیده و در موارد گوناگونی با وقفه روبرو می شود و در نتیجه نظام بوروکراسی برای مدت زمان طولانی بدون هیچ دلیل مشخصی از حرکت باز می ایستد. با این وجود، بعضی شرکت ها به دنبال نمایندگی های محلی هستند زیرا آنها با سنت و فرهنگ هندی و همچنین راه های پیشبرد خدمات و محصولات خود از طریق مارپیچ بوروکراسی در وزارتخانه های دولت آشنا هستند. زمانی که شرکت های مالی خارجی درگیر میشوند، آژانسهای خدماتی اصلی دولت تمایل دارند توسعه چند جانبه نیازهای بانک برای گرایش بین المللی را دنبال کنند. در مورد خرید و فروش های دیگر، ممکن است اقدامات تدارکاتی اخیر، منجر به تبعیض علیه تأمین کننده های خارجی شود. مخصوصاً زمانی که کالاها یا خدمات رقابتی از لحاظ کیفیت و قیمت به طور محلی در دسترس باشند. دولت هند مرتباً نیاز خود برای خرید تجهیزات و امکانات جدید را اعلام می نماید.



### ۵- کانال های توزیع و فروش

پس از اصلاحات اقتصادی سال ۱۹۹۱، تجارت بین المللی هند، به فضایی آزاد تبدیل شد. دستیابی به بازارهای هند، نیازمند تحلیل دقیق اولویت های مصرف کننده، کانالهای موجود فروش و تغییرات در پخش و بازاریابی است که همه این موارد دائماً در حال گسترش است. هند یک شبه قاره است که حدود ۳۲۱۹ کیلومتر از شمال به جنوب و ۲۸۹۷ کیلومتر از شرق به غرب وسعت دارد. خط ساحلی آن حدود ۶۱۱۵ کیلومتر طول داشته و مساحت آن ۳/۳ میلیون کیلومتر مربع است. فاصله شهرهای پرجمعیت از یکدیگر بسیار زیاد است. پراکندگی مراکز جمعیت شهری بسیار گسترده بوده و توزیع سراسری بسیاری از محصولات مصرفی در کشور امری ضروری است. برای مثال، یک تولیدکننده مهم لوازم آرایشی و محصولات بهداشتی از طریق یک شبکه خرده فروشی صد هزار نفری در سراسر کشور، به بیش از ۲۵۰ میلیون نفر هندی عرضه می کند. روستاییان هند، تقریباً ۷۰ درصد از جمعیت کشور را تشکیل می دهند. اگر چه از لحاظ قدرت خرید کالاها، شهرنشینان هندی نسبت به روستاییان در رتبه بالاتری قرار دارند، اما بازار روستایی نیز در سال های اخیر رشد سریعی داشته است. دلیل اصلی چنین رشدی، اطلاع رسانی رسانه های مختلف و افزایش دسترسی به محصولات در مناطق روستایی است. ایجاد هماهنگی بین کانال های توزیع و نیازهای بازار روستایی، مهمترین عامل رشد بازار محلی است. یک مثال جالب از نوآوری در زمینه توزیع محصولات در هند عبارت است از ارائه محصولات در بازارهای سنتی هفتگی که اغلب برای چند روستا بر پا می شود.

**توجه:** جمعیت کلی هند ۱/۴ میلیارد نفر است. از این تعداد، حدود ۴۲۰ میلیون نفر شهرنشین و بیش از ۹۸۰ میلیون نفر روستانشین میباشد. در هند اخیراً شاهد پیدایش کانال های توزیع و پشتیبانی برای محصولاتی مانند سخت افزار کامپیوتر و لوازم جانبی آن هستیم که از محصولات مصرفی گرفته تا تجهیزات فوق پیشرفته «فناوری اطلاعات (IT)» در آن یافت میشود. ساختار معمول توزیع به صورت دو لایه با یک توزیع کننده برای تمام کشور است که به دلال ها و خرده فروشان، خدمات ارائه می کند. پیشرفت فناوری بسته بندی نیز تأثیر چشمگیری بر مدل های توزیع شرکت ها برای بازاریابی محصولات غذایی فاسدشدنی و فرآوری شده داشته است. طی چند سال اخیر، پیشرفت و گسترش قابل توجهی در بخش کانال های توزیع هند به وجود آمده است. تعداد کلی توزیع کنندگان کالاهای خرده فروشی در کشور حدود ۱۲ میلیون نفر تخمین زده می شود. یک شرکت می تواند محصولاتش را از طریق کانال های مختلفی به دست مصرف کننده برساند؛ مثلاً می تواند از واسطه های بازاریابی استفاده کند یا ساختار کانال توزیع خود را به یک سطح کاهش یا به سه سطح افزایش دهد. پس از تصمیم گیری در مورد طرح کلی، کانال توزیع و تعداد لایه های آن، تعداد افراد لازم در هر لایه و جایگاه آنها لازم است خرده فروشان مناسبی انتخاب شوند. کشور هند در طول ۷۰۰۰ کیلومتر خط ساحلی خود، ۱۳ بندر دریایی اصلی و بزرگ و ۱۳۹ بندر کوچک دارد ( سازمان بنادر و دریانوردی )، اما از لحاظ وزن ناخالص محموله های حمل و نقل شده در سال، بمبئی و مارماگانو در ساحل غربی و ویشاکاپاتنام و چنای در طول ساحل شرقی از مهمترین بنادر هند محسوب میشوند. بمبئی پایتخت مالی هند بوده و برای تجارت دریایی کشور از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

### ۶- سیستم سه لایه

اغلب تولیدکنندگان هندی از ساختار فروش و توزیع سه لایه استفاده می کنند. این سیستم که در طول سالها به تدریج توسعه یافته است، شامل انبارکنندگان کالاها برای پخش و توزیع در زمان مناسب (بنکداران)، عمده فروشان و خرده فروشان است. به عنوان مثال، یک شرکت تولیدکننده کالاهای مصرفی پر فروش (FMCG) می تواند بین ۴۰ تا ۸۰ انباردار RS داشته باشد.

این انباردارها محصولات را به ۴۰۰ تا ۱۵۰۰ عمده فروش میفروشند و در نهایت، انبارداران و عمده فروشان به ۵۰۰،۰۰۰ تا ۱،۰۰۰،۰۰۰ خرده فروش در سراسر کشور جنس میبرسانند. انباردار ممکن است به خرده فروشان کوچک و بزرگ در قسمت های داخلی هند جنس بفروشد. نسبت به چگونگی مدیریت و نظارت بر روابط در هر شرکتی، تعداد کارمندان فروش ممکن است از ۷۵ تا ۵۰۰ کارمند متغیر باشد. عمده فروشی به دلیل حفظ قیمت پایین کالاها و ایجاد گردش در سرمایه، بسیار مطلوب بوده و برای کالاهای FMCG در همه جا حدوداً ۴/۵ درصد است بسیاری از عمده فروشان، خارج از بازار عمده فروشی فعالیت میکنند. طبق یک بررسی جدید، هند حدود ۱۲ میلیون نفر خرده

فروش دارد. در نواحی شهری، سرمایه گذاران خرده فروش، ایجاد اعتبار کرده و محصولات را درب منازل تحویل می دهند. امروزه وجود بازارهای خرید بزرگ، بر بخش خرده فروشی تأثیر گذاشته است. بنابراین شرکت ها اقدام به ایجاد خدماتی چون تحویل مستقیم و تخفیف برای خرده فروشان بزرگ کرده اند.

## ۷- برون سپاری تهیه و توزیع کالاها

در سالهای اخیر، شرکتها تمایل زیادی برای بهبود اقدامات تهیه و توزیع کالاها خود پیدا کرده اند تا بتوانند پاسخگوی نیازهای بازار رقابتی امروز باشند. این تغییر منجر به پیدایش توزیع مستقل و آژانسهای تدارکاتی برای انجام این امر خطیر شده است. بازاریابان به تنظیم برخی از نقش های کلیدی در حوزه های تهیه و توزیع برای شرکت های تدارکاتی و شرکتهای تحویل کالاها پرداخته و به دنبال ایجاد روشهای مؤثرتر برای جذب مصرف کننده هستند. امروزه شبکه تحویل کالا در هند در شهرهایی با جمعیت کمتر از پنجاه هزار نفر نیز گسترده شده است.

## ۸- ترخیص و حمل و نقل

اغلب شرکت های FMCG و دارویی، برای توزیع کالا از عوامل ترخیص و حمل و نقل (C&F) استفاده میکنند و هر عامل C&F معمولاً در یک ایالت فعالیت میکند. ساختارهای عوارض گمرکی برای یک کالا از ایالتی به ایالت دیگر تغییر کرده و سبب ایجاد تفاوت قیمت میگردد. اما با معرفی مالیات بر ارزش افزوده (VAT) در هر مرحله یعنی از تولیدکننده تا مصرفکننده نهایی، در حال حاضر قیمتهای خرده فروشی در سراسر هند یکسان است. با در نظر گرفتن هزینه بسیار بالای تأسیس انبار، استفاده از عوامل C&F به سرعت رواج یافته است.

## ۹- شرایط بازار هند

**۹-۱ موقعیت بازار:** تغییرات آرام اما مداومی در جهت پویایی بازار خرده فروشی هند در جریان است. با اینکه در حال حاضر فروشگاه های زنجیره ای ملی قابل توجهی وجود ندارد، در بسیاری از شهرهای متوسط و بزرگ، تعدادی فروشگاه زنجیره ای، بازار و سوپرمارکت به وجود آمده اند. در اغلب شهرها بازارهای معروفی وجود دارد. مغازه های خرده فروشی اغلب متعلق به صاحبان محلی آنهاست. گرایش اخیر به سمت مراکز خرید در شهرهای اصلی هند، تلفیق خرید با سرگرمی و تفریح است. روند خرید و فروش اغلب با چانه زدن و گفتگو همراه است. خارج از مناطق شهری، کشور هند شبکه پیچیده ای از روستاهاست. وجود جاده های نامناسب، دسترسی به این مناطق روستایی را مشکل ساخته است. اگرچه ممکن است روستاها از امکاناتی چون تلویزیون ماهواره ای برخوردار باشد، اما انتقال کالا به بازارهای روستایی بسیار مشکل است.

**۹-۲ اندازه بازار:** بر طبق مطالعه جدیدی که در مورد خرده فروشی توسط یک شرکت مشاور بین المللی به نمایندگی از اتحادیه بازرگانی و صنعت هند (FICCI) صورت گرفت، اندازه بازار خرده فروشی هند در حدود ۴۸۰ میلیارد دلار آمریکا برآورد شده است. مطالعات جدید در زمینه بازار خرده فروشی هند نشان می دهد که خردهفروشی سازمان دهی شده (در مقایسه با بازارهای سنتی) رشد سریعی داشته است. اندازه بازار سازمان یافته خرده فروشی، بسیار کوچک است. گروههای صنعتی بزرگ در هند به دنبال بازارهای خردهفروشی سازمان یافته به عنوان فرصت های شغلی هستند. شرکت Dairy Farm هنگ کنگ به همراه شرکت های RPG هند، به طور مشترک، فروشگاه های زنجیره ای Food World و Music World را در هند توسعه میبخشند Food World بیش از ۸۵ فروشگاه در پنج شهر جنوب هند دارد. بسیاری

از فروشگاههای زنجیره‌های خرده‌فروشی اروپایی به دنبال ورود به بازار خرده‌فروشی هند هستند. علیرغم اندازه و گستره بازار خرده‌فروشی، این بازار به عنوان یک صنعت توسعه نیافته است. هند تاکنون به کشورهای خارجی اجازه سرمایه‌گذاری مستقیم در خرده‌فروشی را نداده است. اما در ده سال گذشته دولت هند تصمیم خود را مبنی بر اصلاح FDI در زمینه خرده‌فروشی اعلام و پیشنهاد کرده است که تنها گروه خاصی از محصولات مجاز به ورود به FDI باشند.

**۳-۹ بازار سیاه:** هند از کانالهای سازمان یافته و غیرسازمان یافته (سنتی) برای فروش برخوردار است. کالاهای قاچاق مانند مواد غذایی، قطعات کامپیوتر، تلفن همراه، طلا و بسیاری از کالاهای مصرفی دیگر، به طور عادی در بخش غیرسازمان یافته بازار سیاه به فروش می‌رسد که بسیار پررونق است. به سبب عدم پرداخت مالیات و عوارض گمرکی و استفاده از پول نقد در مبادلات، تجار بازارهای سیاه قیمتهای ارزانه‌تری را نسبت به دیگر تجار ارائه می‌کنند. با این حال با آزادسازی و ورود هر چه بیشتر شرکت‌های خارجی به هند، حجم تجارت کالاهای قاچاق به طرز چشمگیری کاهش یافته است. اغلب کالاهایی که قبلاً در بازارهای سیاه به فروش می‌رسید، اکنون از طریق کانال‌های مستقیم فروخته می‌شود.

**۴-۹ بازار خاکستری:** بازار خاکستری، یک بازار غیررسمی است که در آن سهام جدید، قبل از ارائه رسمی در بازار بورس و سخت‌افزارهای جدید قبل از ارائه رسمی در بازار، خرید و فروش می‌شوند. این امر تهدیدی جدی برای صنایع قانونی سخت‌افزار و تلفن همراه محسوب می‌شود. در سالهای اخیر، بازار خاکستری در هند بسیار گسترش یافته است. طبق اظهارات انجمن تولیدکنندگان فناوری اطلاعات (MAIT) فعالیتهای بازار خاکستری به عنوان نسبتی از بازار کل کامپیوترهای خانگی (PC) در هند، بالاترین رقم را در دنیا به خود اختصاص داده است.

### ۱۰- تکنیک‌ها و عوامل فروش

در نگاه اول ممکن است چنین به نظر برسد که میزان قدرت خرید در هند در بازارهای شهری متمرکز شده است. اکثریت جمعیت هند در مناطق روستایی زندگی می‌کنند که در بیش از ۶۲۷,۰۰۰ روستا پراکنده شده‌اند. اما جمعیت ساکن در شهرها در ۳۷۰۰ شهر زندگی می‌کنند و حدود ۳۰۰ شهر جمعیتی متجاوز از ۱۰۰,۰۰۰ نفر دارند. گفته می‌شود که زندگی واقعی در روستاهای هند جریان دارد. تمام بازاریان هندی و خارجی، از توجه به پتانسیل بازاریابی مناطق روستایی هند سود برده‌اند. تحلیل مؤسسات تحقیقاتی مختلف در مورد داده‌های مرتبط با خرید مصرف‌کنندگان طی چند سال گذشته نشان می‌دهد که با افزایش درآمد و سطح سواد و رواج تلویزیون در هند، میزان تقاضا در بازارهای روستایی هند افزایش یافته است.

در سال‌های اخیر، رسانه‌ها تأثیر چشمگیری بر الگوی مصرف و لوازم خانگی روستایی داشته‌اند. هندیان ساکن در مناطق روستایی، معمولاً با نام تجاری کالاها آشنا نبودند و همین امر تقاضاهایی برای برخی از محصولات که سابقاً ناآشنا بودند، به وجود آورده است. برای تاجران عمده کشور، دستیابی به بازار روستاها نوعی پیشرفت محسوب می‌شود. مسئله مهمی که فرآیند پخش را دچار مشکل کرده و باعث کاهش تقاضا برای برخی کالاها در مناطق روستایی می‌گردد، زیرساخت‌های ضعیف است. برای تضمین عملکرد موفقیت‌آمیز تکنیکهای خرید، پوشش دهی توزیع از اهمیت زیادی برخوردار است. خریداران هندی توسط یک سیستم تجاری کارآمد و در عین حال بسیار پراکنده، از خدمات بهره‌مند می‌شوند. این سیستم از ۱۲ میلیون خرده‌فروش و عمده‌فروش تشکیل شده و در بسیاری از مراکز جمعیت شهری و روستایی پراکنده شده‌اند. هند دارای متراکم‌ترین بازارهای خرده‌فروشی جهان است اما اکثریت این مغازه‌ها بسیار کوچک و غیرسازمان یافته هستند. انتظار می‌رود در آینده نزدیک، صدها بازار بزرگ مطابق با الگوهای غربی ساخته شود. بنابراین دستیابی به یک شبکه توزیع گسترده، کارا و کنترل شده به عنوان یک عامل رقابتی مهم مطرح می‌شود. اگرچه به نظر می‌رسد رشد سریع جمعیت هند فرصت‌های بیشماری را ایجاد کند، اما امروزه بسیاری از شرکت‌های خارجی متوجه شده‌اند که تنها قسمتی از جمعیت هند را می‌توان به عنوان مشتریان بالقوه در نظر گرفت.

طی چندین سال گذشته، بسیاری از شرکت ها از واکنش بازار هند نسبت به فروش محصولات خود در هند ناامید شده اند. این شرکت ها ابتدا در برآورد سود ناخالص بازار دچار اشتباه شده و تخمین آنها از لحاظ عمق و اندازه فراتر از میزان واقعی بود. طرح ریزی ها برای بازار در حال رشد طبقه متوسط هند با برآورد ۱۵۰ تا ۲۰۰ میلیون نفر مصرف کننده صورت پذیرفت، اما این ارقام در واقع برای برخی کالاهای خاص و براساس میزان و نوع مشتریان طبقه متوسط غرب برآورد شده بود. اشتباه دیگر، ارائه کالاها و مارکهای جهانی با قیمت جهانی و بدون تغییر در قیمت آنها بود. اصولاً انتقال مارکها و محصولات از بازاری به بازار دیگر عملی نیست.

همانگ سازی کالاها با اولویت ها و شرایط هند و ارائه آنها به صورتی مقرون به صرفه برای مصرف کنندگان هندی، یکی از عوامل مهمی است که باید هنگام طراحی استراتژی فروش مورد توجه قرار گیرد. اشتباه آخر، ورود به هند بدون در اختیار داشتن یک شبکه توزیع بود و همچنین عدم توجه به این نکته که هند بازاری با زیرساخت های ضعیف بوده و نیازمند یک استراتژی فروش موفق و رقابت پذیر است. این امر در مورد بسیاری از محصولات و خدمات صادق بوده و نباید آن را از نظر دور کرد. شرکتهای خارجی باید در مورد مقایسه نیاز مشتری و کیفیت تقاضا با سطح خدماتی که قرار است در هند عرضه شود، بسیار محتاطانه عمل نمایند. حتی در میان طبقه متوسط و بالاتر، کالاهای ضروری نسبت به لوازم لوکس پرفروش تر هستند. در حالی که فروش در بازار هند ممکن است برای تازه واردان مشکل و پیچیده باشد، اما با ارزیابی صحیح فرصت های بازار و توجه کردن به توان رقابت محلی می توان از بروز مشکل اجتناب کرد. تنها در موارد غیرعادی تازه واردان خارجی می توانند اقدام به فروشی مستقل و جدید نمایند، البته این امر در کوتاه مدت بسیار پرهزینه بوده و نیازمند تقویت سرمایه گذاری برای اجرای آن در بلندمدت است، حتی اگر محصول از رونق بالایی برخوردار باشد.

### ۱۱- تجارت الکترونیک

علاوه بر تکنیکهای فروش خارجی، اینترنت نیز به عنوان یک روش فروش دارای اهمیت است. از آنجایی که تعداد کاربران اینترنت در حال افزایش بوده و هزینه استفاده از آن روندی رو به کاهش دارد، بازار الکترونیکی هند نیز در حال گسترش است. تجارت الکترونیک در هند به سرعت در حال رشد است. علاوه بر خرید کالاها، این اقدامات شامل رزرو هتل، بانکداری اینترنتی، پرداخت قبضه ها، خرید و فروش سهام، جستجوی شغل و همسریابی است. طبق گزارشات انجمن اینترنت و تلفن همراه هند (IAMAI)، خرید اینترنتی بلیط قطارها و هواپیماها، دارای بیشترین سهم در مبادلات الکترونیکی است و اجناس کادویی چون کتاب ها و تصاویر ویدئویی، گل، جواهرات، ساعت و مروارید در مراتب بعدی قرار دارد. سایر محصولات که از طریق تجارت الکترونیک مبادله می شوند، عبارتند از: لوازم برقی مانند دستگاههای Mp3 player، دوربین های دیجیتال، دستگاه های DVD player و لوازم منزل.

رشد تجارت الکترونیک نتیجه رشد پهنای باند کاربران است. طبق مرجع قانونگذاری ارتباط از راه دور هند (TRAI's) شاخص های عملکرد سه ماهه نشان می دهد که پایه کاربری اینترنت از سال ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۲، با ۴/۶ میلیون کاربر خصوصی، افزایش ۳۵ درصدی داشته است. همچنین مؤسسه جهانی تحقیقات فناوری IDC به پتانسیل خرید آنلاین در هند بسیار امیدوار است. کارشناسان صنعتی عقیده دارند که مدل تجاری-تجاری (B2B)، در کشور هند افزایش چشمگیری خواهد داشت زیرا این کشور با نیازی واقعی روبروست و ورودی های ارائه کننده چنین خدماتی براساس مدل هایی با درآمد بالا پی ریزی شده است.

### ۱۲- تبلیغات و ارتقاء تجارت

طی سالها، اقتصاد هند از بازاری فروشنده مدار به بازاری مشتری مدار تبدیل شده است. در گذشته، هر آنچه تولید می شد به آسانی به فروش میرسید و نیاز چندانی به تبلیغات نبود. دولت در اواسط دهه هشتاد شروع به کاهش کنترل تولید نمود و در سال ۱۹۹۱ محدودیت های بخش اقتصاد را کاهش داد. این پیشرفت ها منجر به افزایش رقابت و تبلیغات شد. امروزه تبلیغات، یک صنعت سه میلیارد دلاری در هند محسوب می شود. طبق گزارشات اخیر رسانه آسیا پارتنرز (MPA)، انتظار می رود هزینه های صنعت تبلیغات هند رشد ۱۲ تا ۱۳ درصدی داشته باشد که این رقم برای اندونزی ۱۶ تا ۱۸ درصد و برای چین ۱۶ تا ۱۷ درصد است. هند دارای روزنامه های بسیار متنوعی است که



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



تعداد آنها رو به رشد است. طبق گزارشات انستیتوی تحقیقات مطالعه ملی ۲۰۰۰ (NRS)، هفتاد درصد از افراد بزرگسال شهر، روزنامه های چاپ شده را مطالعه می کنند. با اینکه جمعیت روستایی در هند از جمعیت شهری بسیار بیشتر است اما نرخ مطالعه روزنامه در شهر و روستا با هم برابر است. NRS یک تحقیق دوسالانه است که در زمینه میزان مقبولیت رسانه ها در میان مردم هند انجام می شود. شرکت های خارجی می توانند کانالهای تبلیغاتی و تجاری بسیاری را در هند انتخاب کنند. تقریباً تمام روزنامه ها و مجلات که توسط بخشهای خصوصی کنترل می شود به خوبی توسعه یافته اند به طوری که بهبود تبلیغات و فرصتهای تجاری در روزنامه های تجاری، هفته نامه ها، ماهنامه ها، مجلات خبری و مجلات خاص صنعتی کاملاً مشهود است. «The Times of India» و «Hindustan Times» پرفروشترین روزنامه های انگلیسی زبان و «Business Standard» و «The Economic Times» مهمترین روزنامه های تجاری هند هستند. از مجلات مهم می توان به «Business World»، «Business Today»، «Business India»، «India Today» و «Outlook» اشاره نمود. تبلیغ موقعیت های شغلی در کانال های ماهواره و تلویزیون های کابلی نیز امکان پذیر است. تماشای شبکه تلویزیونی دولتی «Doordarshan» برای بیش از نود درصد مردم مقدور است. بینندگان تلویزیون ماهواره ای به طرز قابل توجهی افزایش یافته اند به طوری که از ۱۳۴ میلیون نفر در هفته در سال ۲۰۰۲ به بیش از ۵۹۰ میلیون بیننده در سال ۲۰۲۱ رشد داشته است. طبق تحقیقات NRS2000، ۷۵ درصد از کل خانه ها در هند به تلویزیون دسترسی دارند. در حدود ۸۵ درصد از کل خانه های شهری از ماهواره و تلویزیون کابلی استفاده می کنند. یکی دیگر از رسانه های تبلیغاتی، رادیو است و ۹۰ درصد از مردم هند به رادیوی دولتی «All India Radio» دسترسی دارند. کانال های رادیویی خصوصی محدود به FM است و کانالهای موسیقی تنها در شهرهای محدودی قابل دسترسی است. انتظار می رود تبلیغات اینترنتی در چندین سال آینده، رشد چشمگیری داشته باشد.

تمام رسانه های ذکر شده، به زبان های هندی، انگلیسی و انواع مختلفی از زبانهای محلی برنامه دارند. در هند تبلیغات با سایر مشاغل تفاوتی ندارد. بمبئی مرکز صنعت تبلیغات در هند است. افزایش میزان آگاهی مردم نسبت به مارک های تجاری توسط شبکه گسترده توزیع، کلید به دست آوردن سهمی از بازار روستایی است. بازارهای روستایی به خوبی توسط رسانه های جمعی پوشش دهی می شود. گستره جغرافیایی عظیم هند و زیرساخت های ضعیف سبب بروز مشکلاتی در کارایی سایر رسانه ها شده است.

### ۱۳- قیمت گذاری

زمانی که در مورد استراتژی های اصلی اتخاذ شده و قیمت گذاری کالاهای بازار هند تصمیم گیری میشود، نکته مهم این است که در برخی موارد، تنها تبدیل قیمت های دلاری به روپیه کارساز نیست. همچنین فرضیه وجود بازار هدف نهفته برای کالاهای بیمه شده، معمولاً با حجم فروش پایین و سود ناچیز همراه است. شرکت هایی که قیمت محصولات خود را معادل قیمت های دلاری در نظر میگیرند، ممکن است در جذب مصرف کنندگان عمده با شکست مواجه شده و به بازارهای نهفته بسنده کنند. برای مثال یخچال های آمریکایی عرضه شده توسط یک تولید کننده به خوبی فروش نمی رسد زیرا قیمت آن چهل درصد بالاتر از مارک های هندی است. اگر کالای خارجی از لحاظ کیفیت و خدمات مشابه محصولات داخلی باشد، قیمت گذاری بین المللی در هند نتیجه بخش نخواهد بود زیرا کارفرمایان محلی به سرعت بازار را در دست میگیرند. برای کاهش عوارض گمرکی کالاها یا سایر هزینه های محلی و اطمینان از در دست داشتن سهم ثابتی از بازار، برخی شرکت های خارجی اقدام به تأسیس کارگاه های مونتاژ در هند نموده اند. تصمیم گیری در مورد قیمت ها، تا حدودی بر بسته بندی کالاها تأثیرگذار است. بسیاری از تهیه کنندگان کالاهای مصرفی، با استفاده از تکنیک بسته بندی کوچک، قیمت ها را کاهش داده اند. مصرف کنندگان هندی ممکن است برای اطمینان از کیفیت و ارزش کالا، بهای بیشتری بپردازند، اما معمولاً نمی توانند بهای بسته بندی جالب تر کالاهای خارجی را بپردازند. اگرچه برخی از مصرف کنندگان هندی، از تفاوت های کیفیتی آگاه بوده و بر استفاده از کالاهایی با درجه کیفی جهانی اصرار دارند، اما بسیاری از مصرف کنندگان قیمت کمتر را بر کیفیت ترجیح می دهند. برای مثال در شرق آسیا، اروپا و شمال آمریکا، رواج استفاده از چاپگرهای لیزری و جوهرافشان باعث شده است چاپگرهای سوزنی تقریباً از دور خارج شوند. اما در کشور هند، چاپگرهای سوزنی هنوز هم در مکاتبات تجاری و توسط برخی گروه های صنعتی استفاده می شود. قیمت پایین تر این فناوری قدیمی باعث افزایش عمر آن در بازار هند شده است. چانه زنی برای قیمت مناسبتر، یک روند عادی در میان خریداران و فروشندگان هندی است. برای کالاهای مصرفی، به خصوص کالاهای بادوام، در برخی فصل ها فروشندگان برای جذب مشتری بیشتر، در قیمت ها تخفیف قائل می شوند. مبادله کالاهای قدیمی با کالاهای جدید نیز در میان مصرف کنندگان بسیار پر طرفدار است. استراتژی قیمت گذاری باید تمامی این فاکتورها را در نظر بگیرد. نکته مهم دیگری که باید در قیمت گذاری رعایت شود، تعرفه های واردات هند است. این تعرفه ها برای اغلب محصولات به خصوص کالاهای مصرفی بالا است. هندیان ثروتمند بسیاری نیز وجود دارند که می توانند برای خرید کالاهای لوکس پول پرداخت کنند. به طور کلی الگوهای مصرف مصرف کنندگان هندی بسیار متفاوت از کشورهای دیگر است. رشد فزاینده طبقه متوسط جامعه، بازار پررونقی را برای کالاهایی با قیمت مناسب به وجود آورده است. اما تعرفه های بازدارنده واردات، خرید بعضی از کالاها را برای طبقه متوسط غیرممکن ساخته است. دولت تحقق و اجرای مالیات بر ارزش افزوده (VAT) را یکی از اولویت های اصلی خود اعلام نموده است. VAT از آوریل ۲۰۰۵ در بسیاری از ایالت ها تا میزان ۱۲/۵ درصد مؤثر بوده است. این مالیات به منظور شفاف تر نمودن محاسبات، از میان برداشتن موانع تجاری و ارتقاء درآمد حاصل از مالیات مطرح شده است. طبق قوانین هند، از ژانویه سال ۲۰۰۱، استفاده از برچسب مشخصات برای تمامی کالاهای بسته بندی شده خارجی که قرار است برای خرده فروشی مستقیم به هند وارد شود، اجباری شده است.

### ۱۴- ارائه خدمات پس از فروش و پشتیبانی از مصرف کننده

یک نکته حائز اهمیت در تصمیم گیری برای خرید، کیفیت ارائه خدمات پس از فروش توسط فروشنده است. برای احترام به مشتری و جلب اعتماد او، شرکت های محلی و بین المللی بر خدمات پس از فروش و پشتیبانی تأکید دارند. مصرف کنندگان هندی با محصولات و خدمات گوناگون محلی آشنا هستند. یکی از امتیازات تولید کنندگان داخلی این است که ویژگی های ناحیه خود را به خوبی می شناسند. بنابراین برای شرکت های خارجی، افزایش کیفیت و نوآوری محصولات و خدمات پس از فروش از اهمیت ویژه ای برخوردار است. ارائه پشتیبانی مهندسی برای فناوری های تولید، تجهیزات دارویی و جدیدترین فناوری محصولات و خدمات، برای فروش موفقیت آمیز به شرکت های خصوصی یا دولتی هند ضروری است. در این کشور تعداد کارگران فنی و ماهر بسیار زیاد است و خدمات پشتیبانی با نرخ معقول انجام می شود. اما این



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



تکنسین ها باید به شکلی صحیح آموزش ببینند. اغلب شرکت های خارجی که در هند به فعالیت خارجی مشغول هستند، مراکز خدمات پس از فروش دایر کرده یا از عوامل آموزش دیده استفاده می کنند. شرکت های هندی و خارجی اقدام به ایجاد مراکز خدمات تلفنی برای مشتریان داخلی و بین المللی نموده اند. در مواجهه با رقابت شدید دنیای امروز، این مراکز در ارتقای خدمات رسانی به مشتریان بسیار مؤثر هستند.



# فصل چهارم

## صادرات کیوی ایران به هند



### فصل چهارم صادرات کیوی ایران به هند

#### صادرکنندگان کیوی ایران به هند

در خصوص صادرات کیوی به هندوستان، از اعلام هندوستان مبنی بر توقف صادرات میوه کیوی از تاریخ ۸ دسامبر ۲۰۲۱ به آن کشور، مکاتبات و اقدامات بسیار زیادی از سوی سازمان حفظ نباتات و سایر نهادهای ذیربط در جهت رفع این ممنوعیت صورت گرفت. از اقدامات انجام شده می‌توان به مکاتبات با ریاست سازمان جهادکشاورزی استان‌های گیلان، مازندران و گلستان مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۴ اشاره کرد، که استان‌ها باید فهرست و مشخصات باغات کیوی و مراکز سورتینگ و بسته بندی این محصول را جهت اعلام به کشور هندوستان به این سازمان ارسال نمایند. فهرست و اطلاعات تکمیلی تمامی مراکز تولید، بسته بندی و سورتینگ معرفی شده توسط سازمان جهاد کشاورزی استان‌های گیلان، مازندران و گلستان مورخ ۲۰۲۲/۱/۳۰ برای طرف هندی ارسال شد. همچنین مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۶ به سازمان جهاد کشاورزی استان‌های گیلان، مازندران و گلستان اعلام شد که فهرست باغداران و صنایع مربوطه اعلامی توسط آن استان‌ها به مراجع مربوطه منعکس شده است و تاکید گردید که الزامات بهداشتی لازم در این مراکز، صورت گیرد. بعد از پیگیری‌های متعدد، طرف هندی اعلام کرد که از این مراکز معرفی شده، تعداد ۱۶ باغ و ۷ مرکز سورتینگ و بسته بندی را در استان‌های گیلان و مازندران، جهت بازدید انتخاب کرده است.

اطلاعات مورد درخواست طرف هندی درخصوص ۱۶ باغ و ۷ مرکز بسته بندی منتخب ایشان، مورخ ۲۰۲۲/۰۳/۲۰ ارسال شد. تیم کارشناسی هندوستان از تاریخ ۴ تا ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۱ به ایران عزیمت و از ۱۶ باغ و ۷ مرکز بسته بندی و سورتینگ در استان‌های گیلان و مازندران بازدید کرد. بعد از عزیمت تیم کارشناسی هندوستان و با توجه به پیگیری‌های مجدد، طرف هندی گزارش نتیجه بازدید تیم کارشناسی را ارسال نمود که گزارش مذکور مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۰ برای سازمان جهاد کشاورزی استان‌های گیلان و مازندران جهت رفع نواقص مطرحه ارسال شد. با توجه به پیش نویس برنامه کاری صادرات کیوی و گزارش بازدید تیم کارشناسی دریافت شده از هندوستان، شرایط سورتینگ، بسته بندی و سردخانه‌های کیوی تهیه و مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۷ برای معاونت توسعه بازرگانی وزارت متبوع جهت اعلام به مراجع ذیربط ارسال گردید. همچنین پیش نویس برنامه کاری صادرات کیوی به هندوستان مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۳۱ به سازمان جهادکشاورزی تمامی استان‌ها جهت اطلاع به مراجع ذیربط و ایجاد زیرساخت‌ها و داشتن آمادگی لازم و شرایط مراکز سورتینگ، بسته بندی و سردخانه‌ها، مجدداً مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۴ برای سازمان جهادکشاورزی استان‌های گیلان، گلستان و مازندران جهت اعلام به تمامی مراکز مذکور ارسال و تاکید شد که فهرست مراکزی که شرایط اعلامی را دارند، به سازمان حفظ نباتات ارسال شود.

با توجه به تغییر برنامه کاری صادرات کیوی به هندوستان توسط طرف هندی، برنامه اصلاح شده مجدداً مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۵ برای سازمان جهادکشاورزی استان‌های گیلان و مازندران، جهت اعلام به مراجع مربوطه در استان ارسال گردید. با توجه به پیگیری‌های مجدد، طرف هندی اعلام کرد که ابتدا ۱۰ محموله کیوی به صورت آزمایشی و مطابق با دستورالعمل مدنظر ایشان، به آن کشور صادر گردد و تصمیم‌گیری در خصوص ازسرگیری صادرات کیوی منوط به بررسی این ۱۰ محموله کیوی، بر مبنای دستورالعمل ارسالی هند است. برنامه کاری نهایی شده صادرات کیوی به هندوستان و شرایط اعلامی ایشان در خصوص نحوه ضدعفونی میوه های کیوی، مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۲۸ برای سازمان جهاد کشاورزی استان‌های گیلان و مازندران جهت اعلام به مراکز تولید، سورتینگ، بسته بندی و سردخانه‌ها ارسال و تاکید شد که فهرست و مشخصات مراکزی که شرایط مدنظر طرف هندی را دارند، جهت اعلام به هندوستان، به سازمان حفظ نباتات ارسال شود.

با توجه به اینکه اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان محصولات کشاورزی، تعداد ۵ شرکت بازرگانی داخلی را برای انجام صادرات کیوی به هندوستان معرفی کرده بود، لذا مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۹ به آن اتحادیه اعلام شد که متقاضیان صادرات کیوی به هندوستان، باید ابتدا به مدیریت حفظ نباتات استان مربوطه معرفی شوند تا پس از بازدید و بررسی مراکز سورتینگ و بسته بندی شرکت‌های بازرگانی توسط کارشناسان قرنطینه

استان، موارد مورد تایید به سازمان حفظ نباتات اعلام شود. برنامه کاری امضا شده برای صادرات کیوی به همراه دستورالعمل دریافتی از طرف هندی در خصوص ارسال ۱۰ محموله کیوی آزمایشی، مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۰ برای سازمان جهادکشاورزی استان های گیلان و مازندران ارسال گردید. باتوجه به اینکه مطابق با دستورالعمل ارسالی طرف هندی برای صادرات ۱۰ محموله کیوی آزمایشی، این محموله ها بایستی عاری از هرگونه آلودگی می بودند، لذا با نظارت دقیق و کامل سازمان جهادکشاورزی استان های گیلان و مازندران، مراکز سورتینگ و سردخانه هایی که شرایط اعلام شده توسط طرف هندی را به طور کامل دارا بودند، انتخاب و تعداد ۱۰ محموله تحت نظارت کامل کارشناسان مدیریت حفظ نباتات دو استان مذکور و کارشناسان ستاد سازمان حفظ نباتات، بعد از انجام بررسی های میدانی و آزمایشگاهی و چندین مرحله سورت و بازدید، آماده و مقرر شد که این محموله ها مجدداً توسط کارشناسان مستقر در مرکز قرنطینه گیاهی شهید رجایی استان هرمزگان مورد بازدید نهایی قرار گیرند و در صورت احراز عدم آلودگی آنها به آفات و بیماری های گیاهی بخصوص عوامل خسارتزای گیاهی مندرج در برنامه کاری صادرات کیوی به هند، نسبت به صادرات آنها به هندوستان اقدام کنند. لذا در مرحله اول تعداد ۹ محموله کیوی، آماده و برای مرکز قرنطینه گیاهی شهید رجایی ارسال و از مجموع این ۹ محموله، ۲ محموله به هندوستان صادر شد و در مرحله دوم نیز دو محموله کیوی دیگر آماده و پس از تایید نهایی مرکز قرنطینه شهید رجایی، به هندوستان صادر شد. همچنین مشخصات چهار محموله صادراتی به هندوستان مورخ ۲۰۲۲/۱۲/۲۸ و مورخ ۲۰۲۳/۰۱/۲۱ برای طرف هندی ارسال گردید.

با توجه به جمیع موارد بیان شده، تاکنون صرفاً ۴ محموله کیوی به هندوستان صادر و هیچ گونه مرجوعی نداشته است، بنابراین برگشت ۸ محموله از هندوستان خلاف واقع است.

لازم به ذکر است که سازمان حفظ نباتات مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۲۱ به اتحادیه صادرکنندگان و واردکنندگان محصولات کشاورزی اعلام کرد که از تمامی شرکت ها و افرادی که بتوانند استانداردهای اعلامی کشور هندوستان را رعایت و محصولی عاری از آفت را تولید کنند، استقبال نموده و آمادگی خود را برای برگزاری جلسه با آن اتحادیه، در راستای ارائه راهکارهای مناسب و عملیاتی جهت اجرای کامل و دقیق برنامه کاری امضا شده برای صادرات کیوی به هند را اعلام می نماید.

### ارسال کیوی ایران به هند از طریق بنادر امارات متحده عربی

براساس تحقیقات و گزارش انجمن کشتیرانی ایران، در شرایطی که سرویس لازم بین ایران و هند به صورت مستقیم وجود نداشته باشد به این معنا که شرکت های کشتیرانی ایرانی به هر علتی تمایلی به تردد بین بنادر ایران و هندوستان را نداشته باشند یا اساساً امکانات لازم برای انجام این تردد را اختیار نداشته باشند؛ در بخش اول، مشکل به شرایط بندری ایران و هندوستان برمی گردد و اگر شرایط سختی حاکم باشد طبیعی است که مالک کشتی را نمی توان برای تردد در این مسیر ترغیب کرد اما بخشی از این مشکل به این موضوع برمی گردد که شرکت های کشتیرانی تعداد ناوگان کافی برای تردد در این مسیرها را ندارند.

البته در تمام دنیا این موضوع متداول است که کالا و بار الزاماً نباید مستقیم به مقصد ارسال شود و اگر در منطقه، بنادر هاب وجود داشته باشد، قاعدتاً این بنادر جذابیت زیادی برای تردد کشتی ها و انجام فعالیت های حمل و نقلی به وجود می آورند در نتیجه از آنجایی که مرکزیت تجاری یا مرکزیت لجستیک دریایی در آن بندر هاب به وجود آمده، ارسال بار از این بندر در شرایطی که امکان ارسال مستقیم وجود ندارد، صورت خواهد پذیرفت.

امکان ارسال هر کالایی از ایران به بنادر امارات و از آنجا به سایر بنادر و مقصد نهایی وجود دارد و این روند ارسال و تردد دریایی تنها متوجه یک کالای خاصی مانند کیوی نمی شود اما در شرایط تحریمی احتمال دارد، برخی از کالاها از جمله کالاهایی که کاربرد دوگانه برای آنها تعریف شده، نتوانند از این مزیت استفاده کنند و تنها راه ارسال این کالاها ارسال مستقیم است که در صورت نبود امکان ارسال مستقیم طبیعی است که ارسال این کالاها متوقف می شود.

اما درباره صادرات کیوی به هند از مسیر بنادر امارات: در چند ماه گذشته و براساس اخبار هند، این کشور از پذیرش کیوی ایرانی خودداری کرده و یک دلیل عمده توقف صادرات کیوی ایران به هند عدم دسترسی ایران به ثبت اطلاعات در بلاک چین بوده است. به طور کلی فرایند



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



بلاک چین امکانی را به واردکننده و صادرکننده می دهد که در این فرایند تمامی اطلاعات لازم درباره نحوه تولید یک محصول در دست خریدار قرار می گیرد و خریدار این امکان را دارد که بدانند بسته بندی این کالا به چه شکلی و با چه شیوه ای انجام شده و منشا تولید این کالا چه بوده و از چه کود و سمومی استفاده شده است و در مجموع تمامی فرایندهای تولید و ذینفعان تولید در دسترس خواهند بود.

این فرایند در تجارت جهانی این امکان را به خریدار خواهد داد که به طور شفاف تمام اطلاعات را در دست داشته باشد و از شفافیت صد درصدی برخوردار خواهد بود و در نتیجه خریدار می تواند بررسی کند که آیا این اطلاعات ثبت شده صحت دارد یا خیر؟ برای مثال به طور مستقیم می تواند با تولیدکننده و فروشنده آن کود و سموم ارتباط برقرار کند که آیا چنین محصولی را در اختیار تولیدکننده کیوی قرار داده است یا خیر.

ایران به دلیل شرایط تحریمی به فرایند بلاک چین دسترسی ندارد و از این رو کیوی ایران وارد بنادر امارات می شود که این ثبت اطلاعات از طریق اشخاصی که این قابلیت یا دسترسی به فرایند بلاک چین را دارند، انجام می شود.

### از بزرگترین صادرکنندگان کیوی ایران به هند:

- گروه ویتاراد است که با راه اندازی سردخانه و مرتب سازی در زمینه نگهداری و بسته بندی محصولات، توانسته است مشتریان زیادی را از ایالات مختلف هند جذب کند . <https://vitaminmiveh.com>
- شرکت ویرافروت نیز یک صادرکننده کیوی در ایران است . <https://virafruits.com/fruits/kiwi>
- شرکت هیرو تجارت [/http://hero-trading.com](http://hero-trading.com)
- شرکت سورین اکسپورت [/https://sepcotrading.com/kiwi-export](https://sepcotrading.com/kiwi-export)
- شرکت آریو [/https://www.kiwifruit.ir](https://www.kiwifruit.ir)
- شرکت آرتا تیم ماهان [/https://artatiyamaham.com/en/kiwi-exporter-in-iran](https://artatiyamaham.com/en/kiwi-exporter-in-iran)
- شرکت مهر افزون سامان [/https://www.mascoh.com](https://www.mascoh.com)
- شرکت تاز تیترنشال [/https://www.tazintl.com](https://www.tazintl.com)
- شرکت آموت [/https://amootiranian.com/category/agricultural-products/kiwi](https://amootiranian.com/category/agricultural-products/kiwi)
- شرکت آریا سام [/http://aryasamcfc.com](http://aryasamcfc.com)
- شرکت کشت و صنعت جوزستان Joozestan تلفن: ۸۸۴۹۰۵۲۸ - ۸۸۴۹۰۳۱۸ - ۸۸۳۱۴۲۹۸ - ۸۸۳۲۴۰۲۳

بانک اطلاعاتی ۲۲ خریدار کیوی ایران از هند و ۳۳ صادرکنندگان کیوی از ایران به همراه ۹۵ درگاه حمل و نقل در واردات کیوی به هند و صادرات کیوی از ایران ( ۲۰۲۳ )

<https://www.volza.com/p/hayward-kiwi/export/export-from-iran>

از لینک فوق می توان به اطلاعات ارزشمندی در خصوص واردات کیوی به هند ، خریداران عمده کیوی در هند ، عرضه کنندگان کیوی از ایران و اطلاعات جزئی تر تجارت کیوی با هند دست یافت.

### مسیرهای حمل و ترانزیت کیوی ایران به هند

هند بعضی از میوه‌ها مثل کیوی را نمی‌تواند به مقدار زیاد تولید کند و به واردات وابسته است. هند به آب‌های آزاد دسترسی دارد و بسیاری از وارداتش را از طریق کشتی و بنادرش انجام می‌دهد اما از کشورهای آسیایی مثل ایران راه‌های زمینی و هوایی هم برای دسترسی به این سرزمین وجود دارند. گمرک‌هایی که صادرات به هند از طریق آن‌ها انجام می‌شود عبارت‌اند از :

- گمرک‌های ویژه شهید رجایی
- منطقه ویژه پتروشیمی بندر امام
- منطقه ویژه اقتصادی پارس
- بوشهر
- منطقه ویژه معادن و فلزات
- بندر امام خمینی

ضوابط و مقررات صادرات محصولات غذایی و کشاورزی به هند (ماخذ: سفارت ایران در دهلی نو)

<https://newdelhi.mfa.ir>

مراحل صدور محصولات غذایی و کشاورزی به هند

به منظور صدور محصولات غذایی و کشاورزی به هند رعایت کلیه ملزومات و فرآیندهای مربوطه در گمرکات ایران و هند الزامی است. پس از ارسال بار به بندر (چابهار یا بندرعباس)، ارائه قرنطینه و گواهی بهداشت مواد غذایی **Sanitary** مورد نیاز است. این گواهی بهداشت می‌بایست در کشور مبدا صادر و در کشور مقصد نیز گواهی مشابهی از سوی مرجع ذیربط (سازمان **FSSAI** هند) **Food Safety and Standard Authority of India** دال بر این که محصول صادراتی آفات نباتی نداشته باشد، صادر شود. پالت‌هایی که محصول روی آن گذاشته می‌شود نیز باید گواهی بهداشت داشته باشد. این پالت‌ها از جنس چوب بوده و باید گواهی عدم آفت داشته باشند.

در مرحله بعد گواهی مبدا از سوی وزارت بازرگانی و یا اتاق بازرگانی صادر می‌شود و سپس صدور بارنامه **Bill of loading** از سوی کشتیرانی انجام می‌گیرد.

وارد کننده هندی باید از قبل برچسب سازمان ایمنی و استاندارد غذایی هند **FSSAI** را دریافت کرده باشد و برای صادرات محصول نیز لازم است شرکت وارد کننده برچسب مربوطه را از قبل در اختیار صادر کننده ایرانی قرار دهد.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



هم چنین برچسب مشخصات کالا نیز می‌بایست بر روی سبدهای محتوی کالا الصاق شود. وارد کننده لازم است شماره و کد **FSSAI** صادره از سوی سازمان ایمنی و استاندارد مواد غذایی هند را دریافت کند. قیمت کالا در **Invoice** یا فاکتور درج می‌شود. مرحله نهایی **packing list** است که مشخصات کالا باید از طریق پست توسط فروشنده یا صادر کننده ایرانی برای واردکننده یا خریدار در هند ارسال گردد. این مرحله به منزله ارائه اسناد کامل **document** کالا به خریدار از سوی صادر کننده می‌باشد که در آن وجود ۵ سند اصلی الزامی است:

- ۱- اصل گواهی نباتی و بهداشت،
- ۲- اصل فاکتور یا اینویس،
- ۳- اصل گواهی مبدا،
- ۴- اصل بارنامه و
- ۵- اصل **Packing List** که تحویل واردکننده هندی می‌گردد.

### افسر مجاز :

افسر مجاز شخصی است که توسط مدیر عامل سازمان ایمنی و استاندارد مواد غذایی هند (**FSSAI**) جهت انجام وظایف (ترخیص واردات مواد غذایی) طبق بند ۲۵ قانون منصوب می‌شود. اختیارات و وظایف افسر مجاز در فصل نهم مقررات ایمنی و استاندارد مواد غذایی (واردات مواد غذایی)، ۲۰۱۷ ذکر شده است.

### مدارکی که ممکن است برای واردات غذا به هند مورد نیاز باشد :

- اسناد الزامی
- فهرست مواد تشکیل دهنده
- کپی نمونه ی برچسب
- اعلامیه ی استفاده ی نهایی
- فاکتور ورود
- گواهی کشور مبدا
- مجوز **FSSAI** (سازمان ایمنی و استاندارد مواد غذایی هند)
- اسناد مشروط (در صورت نیاز)
- تأییدیه کالا از **FSSAI**

- فرم دوم ضوابط ایمنی مواد غذایی (تأیید مربوط به غذا و مواد غذایی مشخص نشده)، طبق مقررات ۲۰۱۷
- گواهی تجزیه و تحلیل از کشور مبدا (مورد نیاز برای غذای اختصاصی)
- فاکتور تجاری و فهرست بسته بندی و فهرست چاشنی (مورد نیاز در صورت ارسال مواد غذایی یا چندین غذا یا غذاهای بسته بندی شده ی دسته های مختلف در یک ظرف یا کارتن یا پالت)
- اعلامیه و تعهد از واردکنندگان برای مواد غذایی وارداتی به منظور استفاده شخصی (فرم ۷) / ۱۰۰٪ صادرات و صادرات مجدد (فرم ۸) / با اهداف تحقیق و توسعه (فرم ۹) / برای نمایش در نمایشگاه (فرم ۱۰) / برای رویداد ورزشی (فرم ۱۱) / گواهی عدم مخالفت (NOC) موقت برای ارسال محموله ی مواد غذایی منجمد و سرد (فرم ۱۲) / گواهی عدم مخالفت (NOC) موقت برای محموله ی مواد غذایی وارداتی با ماندگاری کمتر از ۷ روز (فرم ۱۳) / گواهی عدم اعتراض (NOC) موقت برای محموله های مواد غذایی خرده فروشی از قبل بسته بندی شده (فرم ۱۳A) / محموله ی مواد غذایی وارداتی حاوی بسته بندی شده ی فله ای و دارای نمونه های نمایشی (فرم ۱۴) / محموله ی مواد غذایی وارداتی که حاوی بسته های فله ای است اما نمونه های نمایشی ندارد (فرم ۱۵)
- هر مدرک دیگری که در زمان های مختلف مشخص شود.

### واردکننده چگونه می تواند کالای غذایی را وارد کند؟

فاکتور ورود (BOE) می بایست در پرتال ICE GATE گمرک هند (با آدرس <https://icegate.gov.in>) که همانا پنجره ی واحد گمرکی برای تسهیل تجارت (تحت عنوان SWIFT) است ثبت شود. سیستم نمونه گیری مبتنی بر ریسک، موسوم به سیستم مدیریت ریسک (RMS) هم اکنون در سامانه پنجره واحد برای تسهیل تجارت (SWIFT) عملیاتی و در حال کار است. سیستم مدیریت ریسک (RMS)، درخواست را بررسی و نظارت می کند و در صورت نیاز به مجوز FSSAI، فاکتور ورود از طریق سیستم ترخیص آنلاین واردات مواد غذایی (FICS) به FSSAI ارجاع داده می شود. (مشخصات) CHA / واردکننده باید در وبسایت FICS ([ics.fssai.gov.in](https://ics.fssai.gov.in)) ثبت شود. سازمان ایمنی و استاندارد مواد غذایی هند، فاکتور ورود (BOE) کالا را قبول می کند لکن ممکن است در صورت لزوم، جزئیات بیشتری را از CHA / واردکننده بخواهد.

در صورتی که کلیه ی اطلاعات مربوطه ارائه شود، افسر مجاز (O) برای بازرسی از محموله زمانی را تعیین می کند (برای تأیید زمان بررسی، فقط دو فرصت به CHA / واردکننده داده می شود). طی بازرسی اگر همه چیز از جمله برچسب زدن و بسته بندی مورد نیاز محموله ها درست باشد، دو عدد نمونه از محموله گرفته می شود و اگر اشکالی وجود داشته باشد، افسر مجاز کالا را رد می کند و گزارش عدم تطابق صادر می کند. سپس نمونه ها به آزمایشگاه ملی مواد غذایی مورد وثوق FSSAI ارسال می شوند. چنانچه نمونه مربوطه مطابق با ضوابط تشخیص داده شود، گواهی عدم مخالفت (NOC) برای آن صادر می شود. لکن اگر مطابق با ضوابط تشخیص داده نشود، گزارش عدم تطابق (NCR) برای آن صادر می گردد، و ترخیص اقلام و محموله غذایی یاد شده رد می شود. اگر واردکننده موافق با یافته های گزارش آزمایشگاه نباشد، می تواند درخواست آزمایش مجدد نمونه ی دوم در آزمایشگاه مراجعه شده به آن را بدهد. نتیجه ی آزمایش سرنوشت محموله را تعیین می کند. وارد کننده می تواند درخواست بررسی را در فرم ۶ آئین نامه ی سال ۲۰۱۷ FSS (در زمینه واردات) به همراه اسناد مورد نیاز به مسئول بررسی (مدیر قسمت واردات) در ستاد کل FSSAI ارائه دهد.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



حکم صادره توسط مأمور تجدیدنظر را می توان طی ۱۵ روز در دفتر رئیس (CEO) سازمان ایمنی و استاندارد غذایی هند (FSSAI) به چالش کشید. پس از این مدت تصمیم او در این رابطه نهایی خواهد بود.  
۱۰- برای اطلاعات بیشتر، لطفاً به قانون سال ۲۰۰۶ FSS و آیین نامه ی سال ۲۰۱۷ FSS (در زمینه واردات)، و دیگر مقررات، دستورات و اصلاحات و راهنمایی های موجود در وب سایت [www.fssai.gov.in](http://www.fssai.gov.in) مراجعه شود.

### مدت اعتبار پروانه واردات در هند :

طبق آیین نامه ی ۲.۱.۷ (۱) از مقررات ۲۰۱۱ FSS (صدور مجوز و ثبت مشاغل غذایی)، مجوز صادره براساس این آیین نامه بسته به انتخاب اپراتور تجارت غذایی برای مدت ۱ تا ۵ سال معتبر خواهد بود. مگر آن که به شکل دیگری مشخص گردد. تاریخ اعتبار این مجوز از زمان صدور آن و منوط به رعایت شروط مجوز و پرداخت هزینه متناسب به دوره زمانی مورد نظر است.

### شروط اصلی مجوز واردات هند :

الف- وارد کننده در مورد هرگونه تغییر در فعالیت ها و محتوای پروانه به سازمان (مرجع هندی) مربوطه خبر دهد.  
ب- واردکننده می بایست در فرم D-1 عایدی سالانه خود (برای هر دسته از مواد غذایی معامله شده طی سال مالی قبل) را براساس شروط مجوزی که در مقررات سال ۲۰۱۱ FSS (تحت عنوان صدور مجوز و ثبت تجارت مواد غذایی) تصریح گردیده، مشخص کرده و حداکثر تا تاریخ ۳۱ ماه می هر سال، به (افسر تعیین شده) دفتر منطقه ای FSSAI ارائه کند.  
پ- واردکننده باید حداقل ۳۰ روز قبل از انقضای پروانه، برای تمدید آن اقدام کند. اگر مجوز مربوطه تمدید نشود، در نهایت منقضی خواهد شد و FBO باید برای مجوز جدید مجدداً درخواست کند.  
جزئیات بیشتر و سایر شرایط را می توان از مقررات ۲۰۱۱ FSS (صدور مجوز و ثبت)، دریافت کرد.

### فهرست کالاهای ممنوعه/کالاهای دارای محدودیت در هند :

فهرست کالاهای ممنوعه / دارای محدودیت در هند توسط اداره کل تجارت خارجی هند (DGFT) تهیه شده و می توان از طریق وب سایت DGFT یعنی [www.dgft.in](http://www.dgft.in) آن را تهیه کرد. با این حال، ممکن است سازمان غذا واردات هر ماده ی غذایی را بر اساس درک خطر یا شیوع بیماری و غیره ممنوع یا محدود کند و دستورات لازم را در این زمینه صادر نماید. سازمان غذا می تواند راهنمایی (ها) و یا دستورالعمل (هایی) را در این خصوص صادر کند.

### بازرسی عینی :

طبق مقررات سال ۲۰۱۷ FSS (در زمینه واردات)، «بازرسی عینی» یک فرایند بازرسی قبل از نمونه گیری است که توسط افسر مجاز یا افسری که به نمایندگی آن برای بررسی وضعیت فیزیکی محموله ی مواد غذایی، بررسی اسناد و مدارک و رعایت بسته بندی و برچسب گذاری انجام می شود.



### الزامات مربوط به نصب برچسب در خصوص مواد غذایی وارداتی به هند :

الزامات مربوط به نصب برچسب برای مواد خوراکی وارداتی در مقررات سال ۲۰۱۱ ایمنی و استاندارد مواد غذایی (بسته بندی و برچسب زدن)، مقررات سال ۲۰۱۷ ایمنی و استاندارد مواد غذایی (واردات) و دیگر آیین نامه های مخصوص FSS و سایر راهنمایی ها، دستورالعمل های مختلف ذکر شده است؛ تمامی اطلاعات مربوط به این موضوع در وب سایت FSSAI موجود می باشد.

### نقایص قابل اصلاح برچسب گذاری در محصولات وارداتی به هند :

طبق مقررات FSS (واردات)، ۲۰۱۷: در صورت واردات محموله های مواد غذایی بسته بندی شده، موارد ویژه ی زیر در مورد زدن برچسب را می توان با نصب یک برچسب جدانشدنی یا هر روش جدانشدنی دیگری اصلاح کرد. برچسب اصلاحی در کنار صفحه نمایش اصلی گذاشته می شود؛ بدون اینکه اطلاعات زیر را بپوشاند یا تغییر دهد:

(الف) نام و آدرس وارد کننده

(ب) آرم سازمان ایمنی و استاندارد مواد غذایی و شماره ی مجوز

(ج) آرم گوشتی یا غیر گوشتی بودن (Veg or Non-Veg)

(د) مجموعه یا زیرمجموعه همراه نام عمومی، طبیعت و ترکیب مواد غذایی

طبق حکم سازمان ایمنی و استاندارد مواد غذایی هند FSSAI مورخ ۲۲.۰۵.۲۰۱۸، آن اداره همچنین برای تسهیل واردات مواد غذایی اجازه ی اصلاحات زیر را داده است:

- نام و آدرس کامل سازنده و یا بسته بندی کننده

- اعداد شناسایی قطعه / کد / دسته

- تاریخ تولید / بسته بندی

### اعلامیه مربوط به مواد افزودنی غذایی

طبق حکم ۱۵۷۰-۱ / FSSA / واردات / ۲۰۱۵ مورخ ۱۴ ژانویه ۲۰۱۹، برچسب گذاری اطلاعات مورد نیاز طبق مقررات ۵.۱۲ مقررات FSS برای محموله های الکلی وارداتی اصلاح شد.

**آرم ارگانیک:** چنین محصول علاوه بر آرم ارگانیک سازمان ایمنی و استاندارد مواد غذایی هند، می تواند گواهی یا تضمین کیفیت یکی از سیستم های ذکر شده در آیین نامه ۴ را داشته باشد.

### SWIFT چیست؟

رابط تک پنجره ای برای تسهیل تجارت : (SWIFT) یک سیستم تک پنجره ای است که توسط گمرک برای واردکننده و نماینده ی خانه های گمرکی ارائه می شود؛ تا بتوانند از آن طریق برای ترخیص واردات اقدام کنند.





## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### نمونه گیری اتفاقی (تصادفی) مبتنی بر ریسک :

برای ترغیب و تشویق واردکنندگان خود سازگار، گمرک از قبل یک سیستم مدیریت ریسک (RMS) را از طریق ICEGATE و با مشاوره با FSSAI، بر اساس معیارهای خاص مانند محصول، دسته بندی ریسک اقلام غذایی، تاریخچه ی انطباق واردکنندگان و کشور مبدا اجرا کرده است. در مورد کالاهای کم خطر، انتخاب تصادفی به میزان ۵٪ انجام می شود؛ البته به شرطی که پیش از آن، ۵ محموله ی متوالی همان محصول وارد شده، توسط همان واردکننده، با مقررات FSS مطابقت داشته بوده باشد. در مورد کالاهای پرخطر، اگر ۵ محموله ی پیاپی وارد شده توسط همان واردکننده از مقررات FSS پیروی کرده باشند، فقط ۲۵٪ از ۲۰ محموله ی بعدی از همان محصولات وارد شده توسط همان وارد کننده نمونه برداری می شود. پس از آن، فقط ۵٪ محموله های آینده ی همان کالای وارد شده توسط همان وارد کننده، حتی برای اقلام پرخطر نمونه برداری می شود.

پس از درخواست به RMS در ICEGATE، هیچ چشم پوشی دستی صورت نمی گیرد

### جزئیات مربوط به نصب برچسب باید به چه زبانی باشد؟

انگلیسی یا هندی به خط Devnagri

### ماندگاری چیست؟

مدت «ماندگاری» یعنی دوره ی بین تاریخ تولید و تاریخ انقضا، که روی برچسب چاپ شده باشد.

### مدت متعادل انبارداری چیست؟

مدت متعادل انبارداری به معنای دوره ای بین تاریخ واردات (مانیفست عمومی واردات) و تاریخ انقضا می باشد.

### ماندگاری مواد غذایی وارداتی چیست؟

طبق مقررات ایمنی و استاندارد (واردات مواد غذایی)، ۲۰۱۷، به هیچ ماده ی غذایی اجازه ی ورود داده نخواهد شد، مگر اینکه ماندگاری معتبر آن حداقل از شصت درصد یا کمتر از سه ماه قبل از تاریخ انقضا باشد.

### طی بازرسی چند نمونه از هر محصول گرفته می شود؟

دو نمونه

### راه های پرداخت هزینه ی نمونه برداری چیست؟

پرداخت آنلاین توسط افسران مجاز FSSAI پذیرفته می شود

### هزینه های بازرسی عینی چه میزان است؟

۲۰۰۰ روپیه ( ۲۰۲۳ )

### هزینه آزمایشگاه برای آزمایش نمونه ی مواد غذایی وارداتی چیست؟

۱۲۰۰۰ روپیه ( ۲۰۲۳ ) برای هر نمونه از غذاهایی برای تغذیه ی شیرخوارگان، غذای شیرخوار، فرمول شیرخوار، غذاهای مکمل مبتنی بر غلات شیر، غذاهای مکمل فرآوری شده با غلات و آب آشامیدنی بسته بندی شده و آب معدنی. ۵۰۰۰ روپیه برای دسته های غذایی دیگر

### در چه مواردی، نمونه برداری از محموله انجام نمی شود و در حین بازرسی عینی گزارش مردود سازی صادر می شود؟

در خصوص محموله های مواد غذایی وارداتی، در مرحله بررسی، اگر بررسی اسناد رضایت بخش نباشد یا در مرحله ی بازرسی عینی، اگر افسر مجاز اطمینان از رعایت مقررات ایمنی و استانداردهای غذایی (بسته بندی و برچسب زدن) را حاصل نکند و اگر عدم انطباق وجود داشته باشد، مأمور مجاز گزارش مردودسازی را به مقامات گمرکی ارائه می دهد و دلیل(های) برای نگرفتن نمونه را در آن بیان می کند.

### روی برچسب نمونه ی ارائه شده به آزمایشگاه چه اطلاعاتی باید ارائه شود؟

طبق مقررات FSS (واردات)، سال ۲۰۱۷، نمونه ی آب بندی شده از مواد غذایی وارداتی، می بایست حاوی اطلاعات زیر بر روی برچسب باشد:

(الف) شماره ی کد نمونه

(ب) تاریخ و مکان نمونه گیری

(پ) مقدار نمونه

(ت) نام مواد غذایی و دسته بندی ها طبق مقررات ایمنی و استاندارد مواد غذایی

(ث) نام و مقدار مواد نگهدارنده ی اضافه شده هنگام نمونه گیری (در صورت وجود)

(ج) نام و امضای واردکننده ی غذا یا نماینده ی خانه ی گمرکی وی

(چ) نام و امضای فرستنده با مهر رسمی.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



یکی از نمونه های غذای آب بندی شده و دارای برچسب باید به آزمایشگاه معتبر NABL (هیئت اعتبار سنجی ملی آزمایشگاه ها) که توسط FSSAI مشخص شده باشد، ارسال شود.

نمونه دوم غذایی در شرایط مناسب ذخیره می شود؛ تا اگر نیازی برای آزمایش مجدد باشد، از آن استفاده شود.

### آیا گرفتن نمونه از محموله های فله ای مخلوط از حبوبات، سایر غلات و روغن ها مجاز است؟

بله، اگر این محموله از نظر ماهیت و هویت یکسان باشد و واردکنندگان متعدد و صادر کننده ی واحد داشته باشد؛ ممکن است نمونه برداری / آزمایش فقط یک بار برای کل محموله انجام شود و برای همه ی واردکنندگان قابل اطلاق باشد. نمونه برداری از اولین محموله ای که فاکتور ورود (BOE) ارسال شده توسط SWIFT را داشته باشد، انجام می گیرد. با این وجود ممکن است از واردکنندگان جداگانه خواسته شود که فاکتور NOC / NCC را بنابر ورودها دریافت کنند. گزارش تجزیه و تحلیل نمونه در بندر اول تخلیه، در بنادر دیگر تخلیه ی نیز معتبر خواهد بود؛ بشرطی که افسر مجاز FSSAI محموله های باقیمانده در بندر اول تخلیه را مجدداً پلمپ کند. افسر مجاز در بندر بعدی تخلیه.. قبل از صدور NOC برای بقیه ی محموله، از این امر اطمینان حاصل می کند که زمان رسیدن محموله بین دو بنادر تخلیه غیرعادی نباشد و پلمپ قبلی دست نخورده باشد.

### آیا یک واردکننده می تواند اعلامیه ی استفاده نهایی را پس از درخواست ترخیص اصلاح کند؟

خیر.

### برای مواد غذایی وارداتی، در چه شرایطی نیاز به گواهی عدم مخالفت FSSAI نمی باشد؟

در شرایط زیر، گواهی عدم مخالفت FSSAI (با ارائه ی تعهدی) برای مواد غذایی وارداتی معاف می شود:

محموله مواد غذایی وارداتی برای مصرف شخصی - (فرم- ۷)

محموله مواد غذایی وارداتی برای صد درصد صادرات و صادرات مجدد - (فرم- ۸)

محموله مواد غذایی وارداتی برای اهداف تحقیق و توسعه - (فرم- ۹)

محموله مواد غذایی وارداتی برای نمایش در نمایشگاه - (فرم- ۱۰)

محموله مواد غذایی وارداتی برای رویدادهای ورزشی - (فرم- ۱۱)

برای جزئیات بیشتر لطفاً به فصل چهارم مقررات ایمنی و استاندارد مواد غذایی (واردات به هند)، مصوب ۲۰۱۷ مراجعه کنید.

### در چه شرایطی گواهی های عدم مخالفت موقت برای یک محموله غذایی وارداتی اعطا می شوند؟

مقررات FSS (واردات) ۲۰۱۷، تحت بند ۹ (۳) در خصوص موارد مواد غذایی وارداتی زیر، امکان صدور گواهی عدم اعتراض موقت را فراهم می کند:

- میوه و سبزیجات تازه ی وارداتی که فاسد شدنی هستند و ماندگاری کمتر از ۷ روز دارند - (فرم ۱۳)
- مواد خوراکی وارداتی که به شرایط ذخیره سازی خاصی احتیاج دارند (شرایط یخچالی مانند محصولات غذایی منجمد یا سرد) - (فرم ۱۲)
- محصولات غذایی وارداتی بسته بندی شده از قبل - (فرم A۱۳)

### آیا برای افزایش کیفیت دانه های خوراکی (غذایی) از جمله محموله های حبوبات، تمیز کردن و مرتب سازی در انبارهای تضمین شده ی گمرک مجاز است؟

بله، می توان فرصتی را به درخواست وارد کننده اعطا کرد تا آن بتواند با از بین بردن ماده ی خارجی، ماده های معدنی و غلات آسیب دیده، کیفیت مرغوب دانه های غذایی وارداتی را بهبود ببخشد. البته به شرطی که تمیز کردن و مرتب سازی دانه های غذایی توسط وارد کننده انجام شود و به طور دقیق تحت نظارت گمرک در انبار تضمین شده ی گمرک و مطابق با استانداردهای مقرر در مقررات FSS (استانداردهای مواد غذایی و مواد افزودنی مواد غذایی)، ۲۰۱۱ انجام گیرد. گواهی های عدم اعتراض (NOC) توسط افسر مجاز FSSAI زمانی صادر می شود که محصولات تمیز و مرتب شده با استانداردها مطابقت داشته باشد.

### در صورت عدم نمونه گیری، آیا واردکننده می تواند بازپرداخت هزینه ی پرداخت شده برای آزمایش نمونه را دریافت کند؟

بله

### نمونه های غذایی وارداتی برای آزمایش ها توسط FSSAI به کدام آزمایشگاه ها ارسال می شود؟

آزمایشگاه های معتبر اصلی هیئت اعتبارسنجی ملی آزمایشگاه ها (NABL)، که توسط FSSAI تأیید شده باشد.

### آیا در صورت عدم تأیید نمونه مطابق با مقررات ایمنی و استانداردهای مواد غذایی توسط آزمایشگاه اولیه، واردکننده می تواند درخواست آزمایش مجدد کند؟

بله، واردکننده می تواند ظرف پانزده روز از زمان دریافت گزارش عدم تطابق آزمایشگاه اولیه، درخواست آزمایش مجدد کند.

### نمونه های آزمایش مجدد به کدام آزمایشگاه ها ارسال می شود؟

آزمایشگاه هایی که هرازگاهی توسط FSSAI مورد تأیید قرار می گیرند.

### آیا واردکننده می تواند نمونه ی ارجاعی را پس از اخذ گواهی عدم مخالفت (NOC) بگیرد؟



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



بله.

آیا واردکننده نسخه ی گزارش های آزمایشی را از تمامی نمونه های ارائه شده دریافت می کند؛ چه گزارش عدم تطابق (NCR) بگیرد و چه گواهی عدم مخالفت (NOC)؟

بله.

آیا فروشگاه های معاف از پرداخت مالیات و عوارض گمرکی (DUTY-FREE) در فرودگاه ها خارج از محدوده ی سازمان FSSAI هستند؟

بله.

آیا واردات مواد مکمل سلامت در هند مجاز است؟

واردات مواد مکمل های سلامت طبق مقررات ایمنی و استانداردهای غذایی ۲۰۱۶، واردات مکمل های غذایی یا سلامت، مواد غذایی با هدف خاص رژیم غذایی، مواد غذایی کاربردی و مواد غذایی بدیع مجاز است.

آیا نیازی وجود دارد که واردکننده یا نمایندگان آنها به دفتر FSSAI مراجعه کنند؟

نه.

واردکننده در کجا می تواند شباهت مربوط به روش واردات مواد غذایی در هند را روشن کند؟

شش دفتر FSSAI در دهلی، بمبئی، چنای، کلکته، توتیکورین و کوچین و دفتر مرکزی FSSAI در دهلی، در پاسخ به سؤالات مربوط به نحوه ی واردات مواد غذایی به هند کمک می کنند. نشانی مسئولین مربوطه در زیر داده شده است.

[www.fssai.gov.in](http://www.fssai.gov.in)

<https://fssai.gov.in/cms/act2016.php>

<https://fssai.gov.in/cms/food-safetyand-standards-regulations.php>

<https://fssai.gov.in/cms/food-safetyand-standards-regulations.php>

<https://fssai.gov.in/advisories.php>

<https://fics.fssai.gov.in/AOLogin.aspx>

<https://foodlicensing.fssai.gov.in/index.aspx>

<https://www.fssai.gov.in/advisories.php>

<https://www.fssai.gov.in/advisories.php>

<https://www.fssai.gov.in/cms/directory.php>



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### قبل از وارد کردن هر محموله ی غذایی، واردکننده در کجا می تواند پاسخ به سؤالات فنی خود را دریافت کند؟

مأمورین مجاز FSSAI در شش مکان مختلف حضور دارند و آدرس کامل آنها از جمله پیامهای الکترونیک (ایمیل) شان برای روشن ساختن سؤال های فنی در زیر داده شده است:

Telephone: 01124369458 E-mail: [aodelhi@fssai.gov.in](mailto:aodelhi@fssai.gov.in)

Telefax: 022-22617672, 26817995 (Air) and 22061607(Sea) E-mail: [aomumbai@fssai.gov.in](mailto:aomumbai@fssai.gov.in)

[airportfssai@gmail.com](mailto:airportfssai@gmail.com)

[seaportfssai@gmail.com](mailto:seaportfssai@gmail.com)

Telefax: 022-26817995, Telephone: 022-22617672, 26420961, 27470708 E-mail: [aomumbai@fssai.gov.in](mailto:aomumbai@fssai.gov.in)

[fssai\\_jnpt@yahoo.com](mailto:fssai_jnpt@yahoo.com)

Telefax: ۰۳۳۲۳۵۷۳۰۴۳ E-mail: [aokolkata@fssai.gov.in](mailto:aokolkata@fssai.gov.in)

Telefax: 04842666256 E-mail: [aocochin@fssai.gov.in](mailto:aocochin@fssai.gov.in)

Telephone: ۰۴۴- ۲۵۲۲۳۲۱۲, ۲۵۲۲۳۲۱۳ E-Mail: [aochennai@fssai.gov.in](mailto:aochennai@fssai.gov.in)

Telephone: ۰۴۶۱۲۳۵۳۰۹۹ E-Mail: [aotuticorin@gmail.com](mailto:aotuticorin@gmail.com)

### در سیستم مدیریت ریسک اجرا شده در ICEGATE، کدام مواد غذایی وارداتی به عنوان ریسک بالا در نظر گرفته می شوند؟

با اجرای سیستم مدیریت ریسک (RMS) توسط گمرک با مشورت FSSAI، کالاهای با ریسک بالا که در خصوص واردات به هند در نظر گرفته شده اند، به شرح زیر هستند:

- ۱- گوشت و محصولات گوشت
- ۲- ماهی و محصولات ماهی
- ۳- تخم مرغ و محصولات تخم مرغ
- ۴- پودر شیر
- ۵- شیر تغلیظ شده
- ۶- غذاهای شیری مبنی بر غلات شیر
- ۷- غذاهای شیری نوزادان
- ۸- فرمول های شیرخواران
- ۹- چربی ها به هر شکل غیر از روغن نباتی خوراکی
- ۱۰- معادل کره ی کاکائو یا مواد جایگزین.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### مکانیسم بررسی دو لایه ای چیست؟

#### الف) کمیته اول

وارد کننده ای که با تصمیم افسر مجاز ناراضی باشد، می تواند ظرف پانزده روز پس از رد شدن کالای خود، در فرم -۶ ارائه شده در آیین نامه ی FSS (واردات)، درخواست بررسی مجدد را به مدیر مسئول واردات یا مسئول بررسی در ستاد مرکزی FSSAI ارسال کند. درخواست بررسی باید همراه با پرداخت هزینه ی آن باشد، که معادل ۲۰۰۰ روپیه است. درخواست بررسی مجدد توسط کمیته ی اول متشکل از کارشناسان و تحت ریاست مدیر مسئول نظارت بر واردات- افسر بازرسی مورد بررسی قرار می گیرد و تصمیم نهایی به هر دو واردکننده یا CHA و افسر مجاز ابلاغ می شود.

#### ب) کمیته ی اپکس (مافوق)

در صورتی که واردکننده با دستور صادره ی کمیته ی اول رضایت نداشته باشد، می تواند ظرف پانزده روز پس از صدور حکم کمیته ی اول، در فرم -۶ ارائه شده در آیین نامه ۲۰۱۷ FSS (واردات)، درخواست دوم بررسی مجدد را ارسال کند. درخواست دوم باید همراه با پرداخت هزینه ی آن باشد، که بالغ بر ۵۰۰۰ روپیه است. سپس درخواست دوم توسط کمیته ی مافوق متشکل از افسران ارشد FSSAI و تحت ریاست مدیر عامل آن بررسی می شود و تصمیم نهایی به هر دو واردکننده یا CHA و افسر مجاز ابلاغ می شود. تصمیم کمیته ی آپکس نهایی است.

### ماده ی غذایی بلاصاحب چیست؟

«ماده ی غذایی بلاصاحب» به معنای کالاهای مواد غذایی وارداتی است که تا سی روز پس از تخلیه ی بار، مدعی نداشته باشد و یا بدون فاکتور ورود باشد و یا هر دو مورد را نداشته باشد.

### ماده ی مواد غذایی نامشخص چیست؟

«ماده ی مواد غذایی نامشخص» آن کالاهای مواد غذایی وارداتی است که سی روز پس از زمان دریافت گواهی عدم اعتراضی از طرف سازمان غذا، واردکننده آن را تحویل نگیرد.

### با ماده ی مواد غذایی بلاصاحب و نامشخص چگونه رفتار می شود؟

طبق فصل-۱۳ مقررات FSS (واردات)، ۲۰۱۷:

افسر مجاز طی روند مشخص مندرج در آیین نامه، کلیه ی مراحل موارد مربوط به بازرسی، نمونه گیری، آزمایش و ترخیص مواد غذایی بلاصاحب و یا نامشخص را طی خواهد کرد.

افسر مجاز پس از دریافت درخواستی از طرف متولی و و پس از اطمینان از پرداخت هزینه ی لازم، براساس بازرسی آزمایشگاهی و ارزیابی ایمنی محموله ی مواد غذایی بلاصاحب و یا نامشخص، گواهی عدم اعتراض و یا گزارش عدم انطباق را صادر می کند.

## چه کسی دستور انهدام اجباری را صادر می کند و چرا؟

براساس یافته ها و توصیه های موجود در گزارش عدم تطابق آزمایشگاه و تأیید متعاقب از آزمایشگاه ارجاعی، در صورتی که آلودگی یا وجود موجودات میکروبیولوژیکی در کالای غذایی وارداتی، خطرات قابل توجهی برای سلامت عمومی ایجاد کند، افسر مجاز با مجوز قبلی از سازمان غذا، باید دستور انهدام اجباری موجود در فرم ۵ مقررات FSS (واردات) سال ۲۰۱۷، را صادر کند.

## هشدار برای عدم پذیرش واردات مواد غذایی (FIRA) چیست؟

سیستم هشدار عدم پذیرش واردات مواد غذایی (FIRA) برای ضبط عدم مطابقت های کلیه ی محموله های کالاهای غذایی وارداتی ایجاد شده است. جزئیات مردودسازی محموله ها، همیشه برای بازدید عموم در دسترس می باشد.

پیوندهای مهم مربوط به واردات مواد غذایی:

[www.fssai.gov.in](http://www.fssai.gov.in)

**آیا صدور گواهینامه BIS از سازنده برای واردات «شیر تغلیظ شده شیرین شده، شیر کم چرب شیرین و تغلیظ شده، پودر شیر، پودر شیر کم چرب شیرین شده، پودر شیر تا حدودی کم چرب شده و شیر تا حدودی کم چرب شده ی شیرین و تغلیظ شده» الزامی می باشد یا خیر؟**

بله، طبق مقررات آیین نامه ی (۵) ۲.۳.۱۴ آیین نامه ی FSS (ممنوعیت و محدودیت در فروش)، ۲۰۱۱، «شیر تغلیظ شده شیرین شده، شیر کم چرب شیرین و تغلیظ شده، پودر شیر، پودر شیر کم چرب شیرین شده، پودر شیر تا حدودی کم چرب شده و شیر تا حدودی کم چرب شده ی شیرین و تغلیظ شده؛ بدون داشتن علامت صدور گواهینامه ی موسسه ی استاندارد هندی فروخته نمی شود.» این بدان معنی است که صدور گواهینامه ی BIS برای تولیدکنندگان خارج از کشور، برای واردات محصولات لبنی فوق الذکر، الزامی است.

**آیا بند (۵) ۳.۱۴ مقررات ۲۰۱۱ FSS (ممنوعیت و محدودیت در فروش)، در مورد صدور گواهینامه ی الزامی BIS به آن موارد هم تعلق می گیرد که تحت شان، این محصولات به عنوان یک محصول واسطه یا به عنوان یک ماده ی سازنده برای تولید سایر محصولات یا برای هر نوع استفاده ی دیگر از سوی نهادها، مورد استفاده قرار گیرند؟**

بله، بند (۵) ۲.۳.۱۴ مقررات ۲۰۱۱ FSS (ممنوعیت و محدودیت در فروش)، حتی برای محصولاتی که به عنوان یک محصول واسطه یا به عنوان یک ماده ی سازنده برای تولید سایر محصولات یا برای هر نوع استفاده ی دیگر از سوی نهادها قرار می گیرند، قابل اجرا است.





## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



الزامات برچسب زدن برای **Atta** و **Maida** به عنوان ماده ی تشکیل دهنده ی مواد غذایی وارداتی

در شکلات ها، محصولات نانوایی و غیره چیست؟

اگر **Atta** (آرد گندم) و یا **Maida** (آرد گندم تصفیه شده) جزو ماده ی تشکیل دهنده ی مواد غذایی وارداتی باشند، باید به ترتیب برچسب «آرد گندم» و «آرد گندم تصفیه شده» به آنها زده شود.

در صورتی که برچسب ها به خط **Devnagri** (هندی) باشند، از کلمات **आटा** یا **मैदा** استفاده می شود.



## مطالعات بازار کشور هند

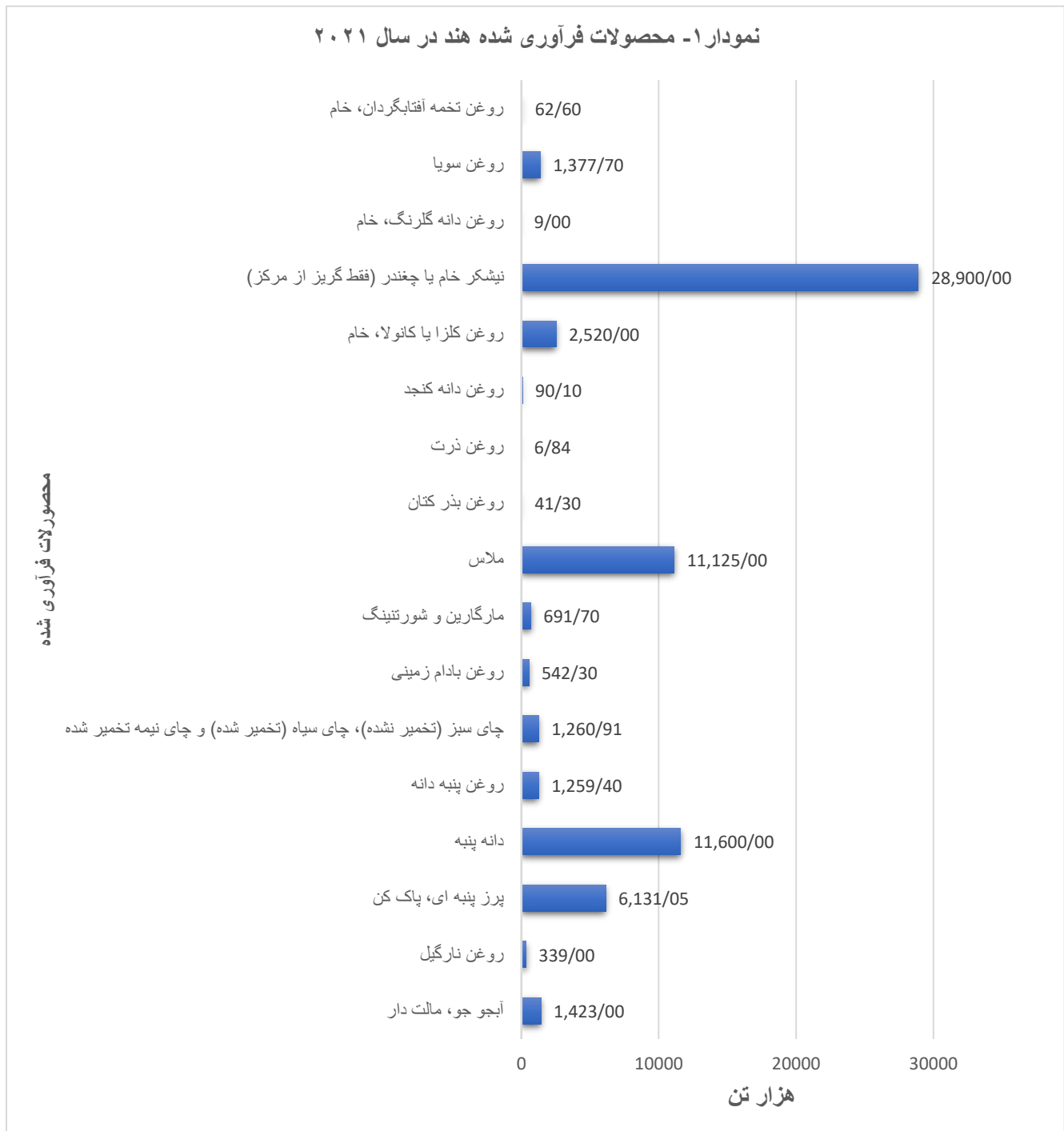
( با رویکرد بازار کیوی )



### آیا طبق مقررات فرعی ۲.۳.۱۲ از ایمنی و استانداردهای مواد غذایی (ممنوعیت و محدودیت در فروش) و آیین نامه اصلاحیه دوم سال ۲۰۱۹، استفاده ی نمک ید دار محصولات غذایی وارداتی الزامی است؟

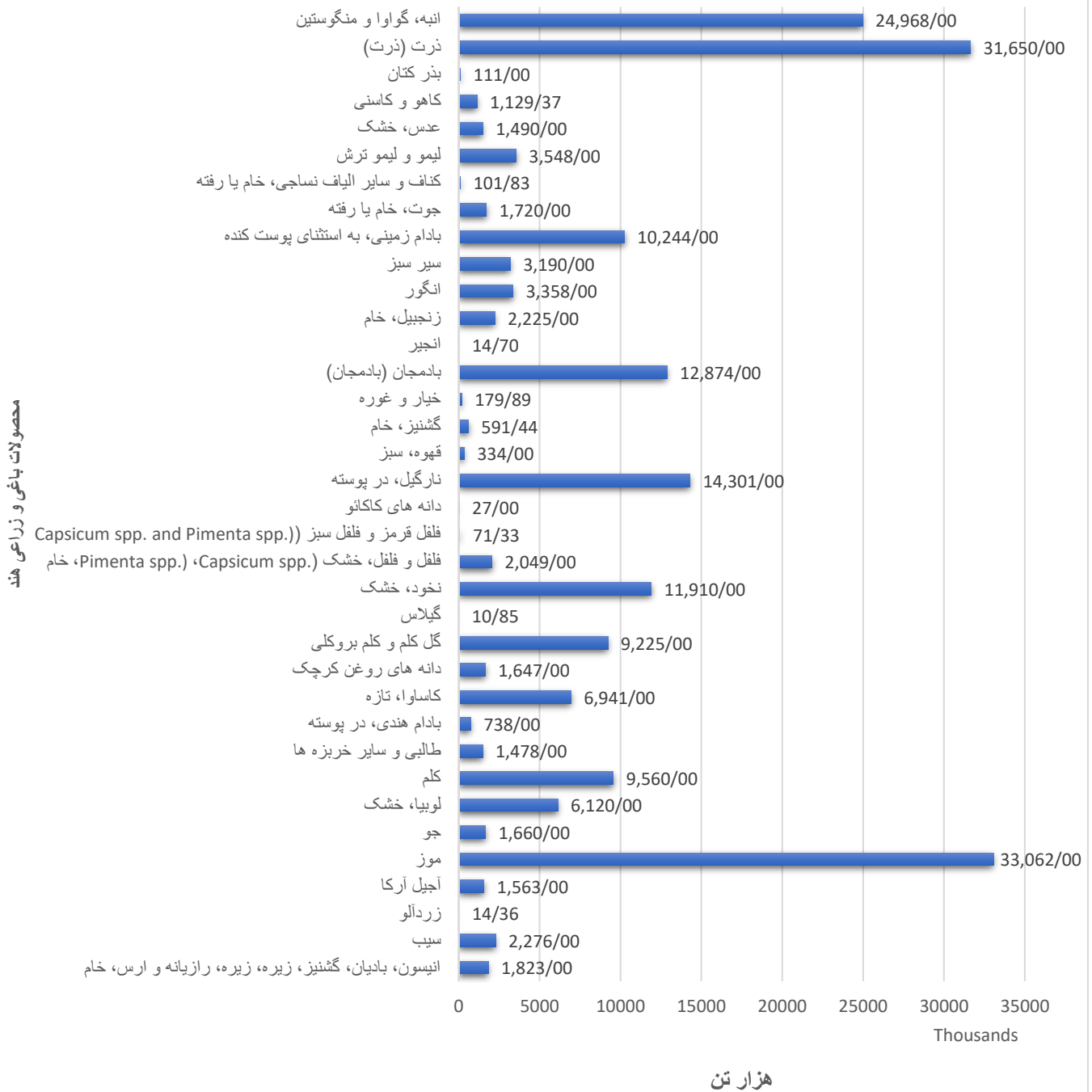
مقررات فرعی ۲.۳.۱۲ از ایمنی و استاندارد مواد غذایی (ممنوعیت و محدودیت در فروش)، محدودیت هایی برای فروش نمک معمولی در کشور برای مصرف مستقیم انسان یا استفاده از آن به عنوان یک ماده ی غذایی را تعیین می کند، مگر این که آن نمک، یددار باشد. با این حال، محصولات غذایی از جمله محصولات غذایی وارداتی که حاوی نمک به عنوان ماده ی غذایی می باشند، باید طبق پارامترهای کیفیت و ایمنی استانداردهای مربوط به محصولات غذایی مورد آزمایش قرار گیرند و نه به دلیل برخورداری از ید.

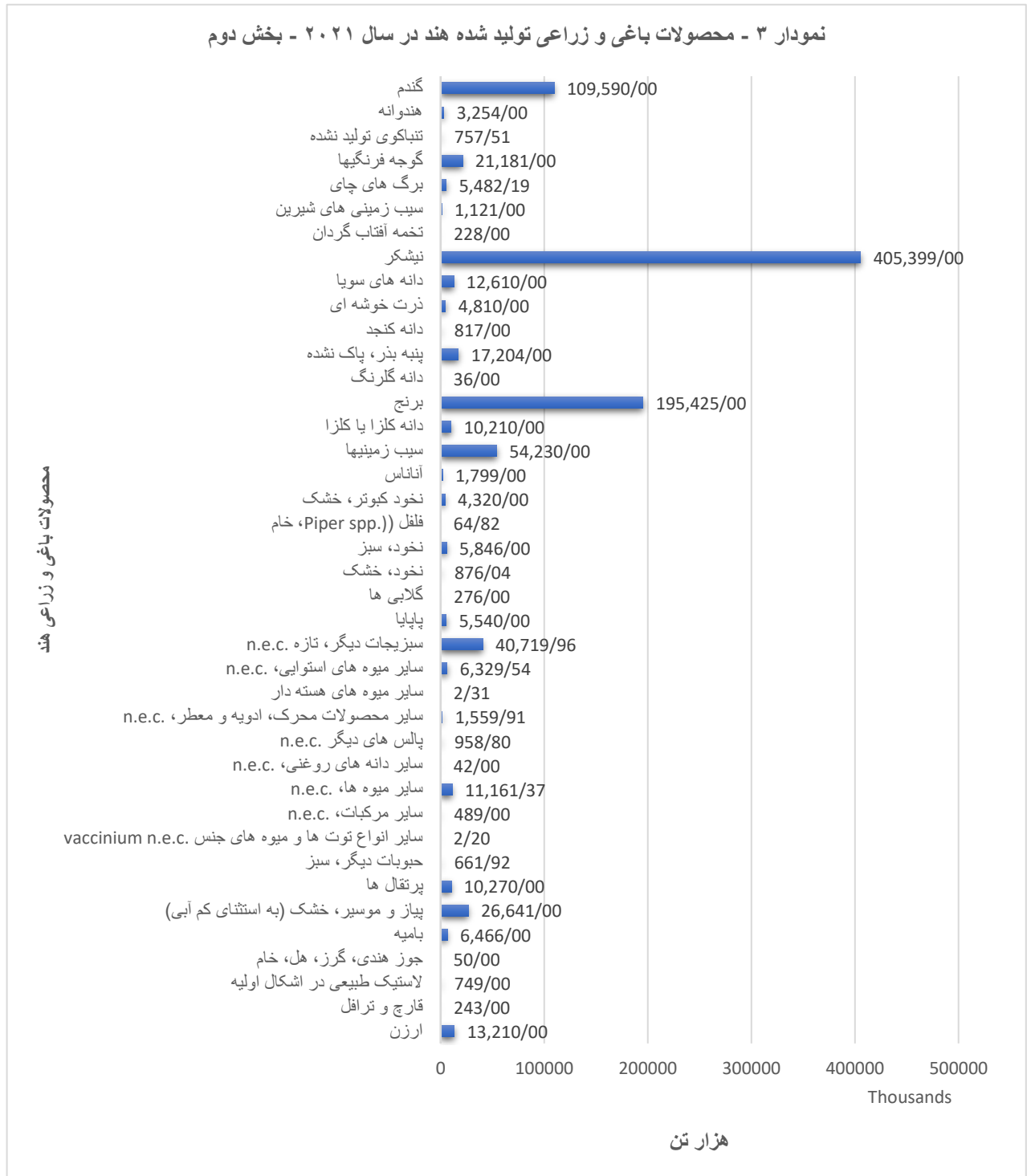
### آمار و اطلاعات مهم واردات و صادرات کشور هند بر اساس نمودار (ماخذ FAO و Trade Map)



نمودار ۱ میزان تولید محصولات فراوری شده در هند را در سال ۲۰۲۱ نشان می دهد.

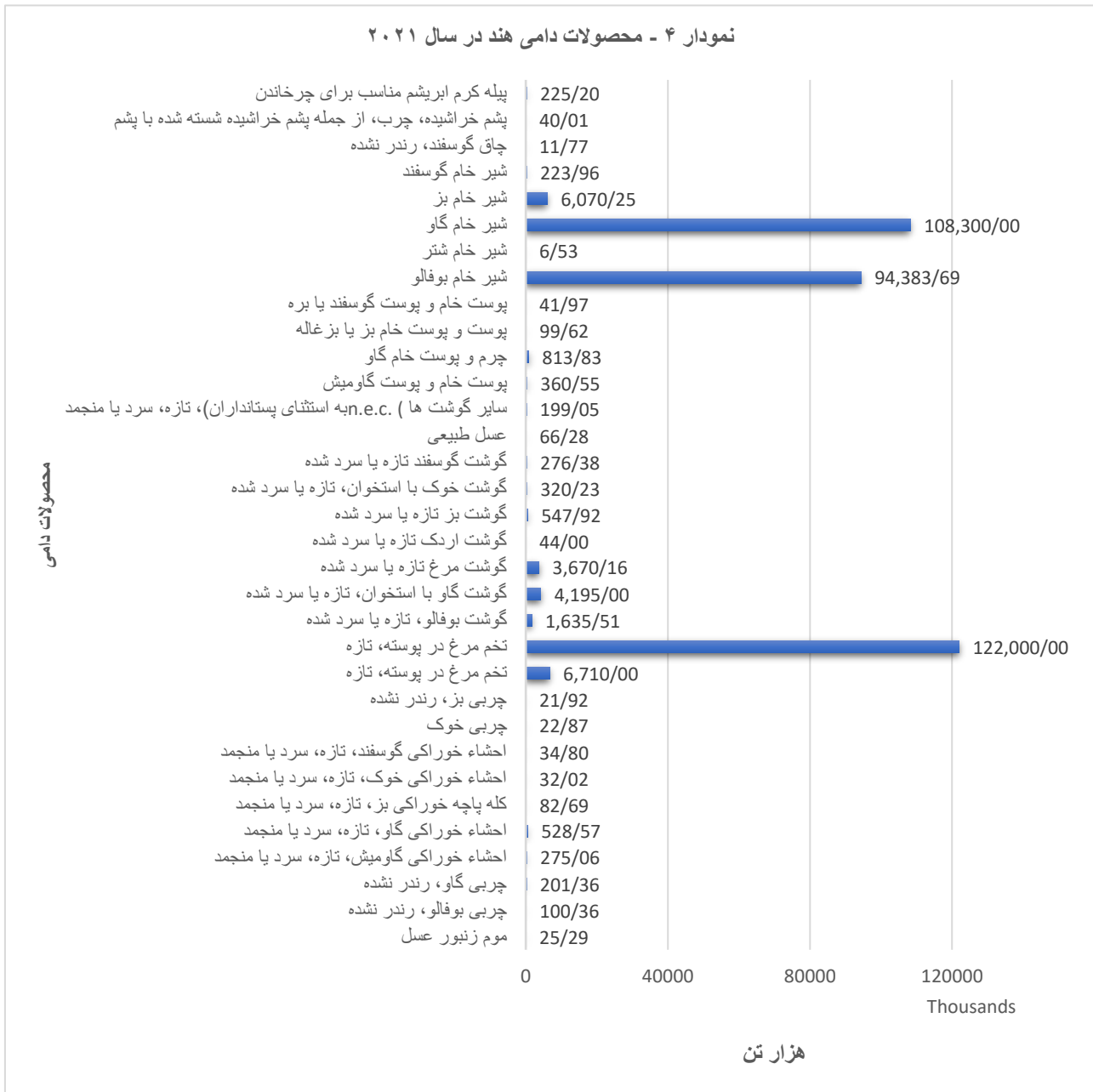
نمودار ۲ - محصولات باغی و زراعی هند در سال ۲۰۲۱ - بخش اول



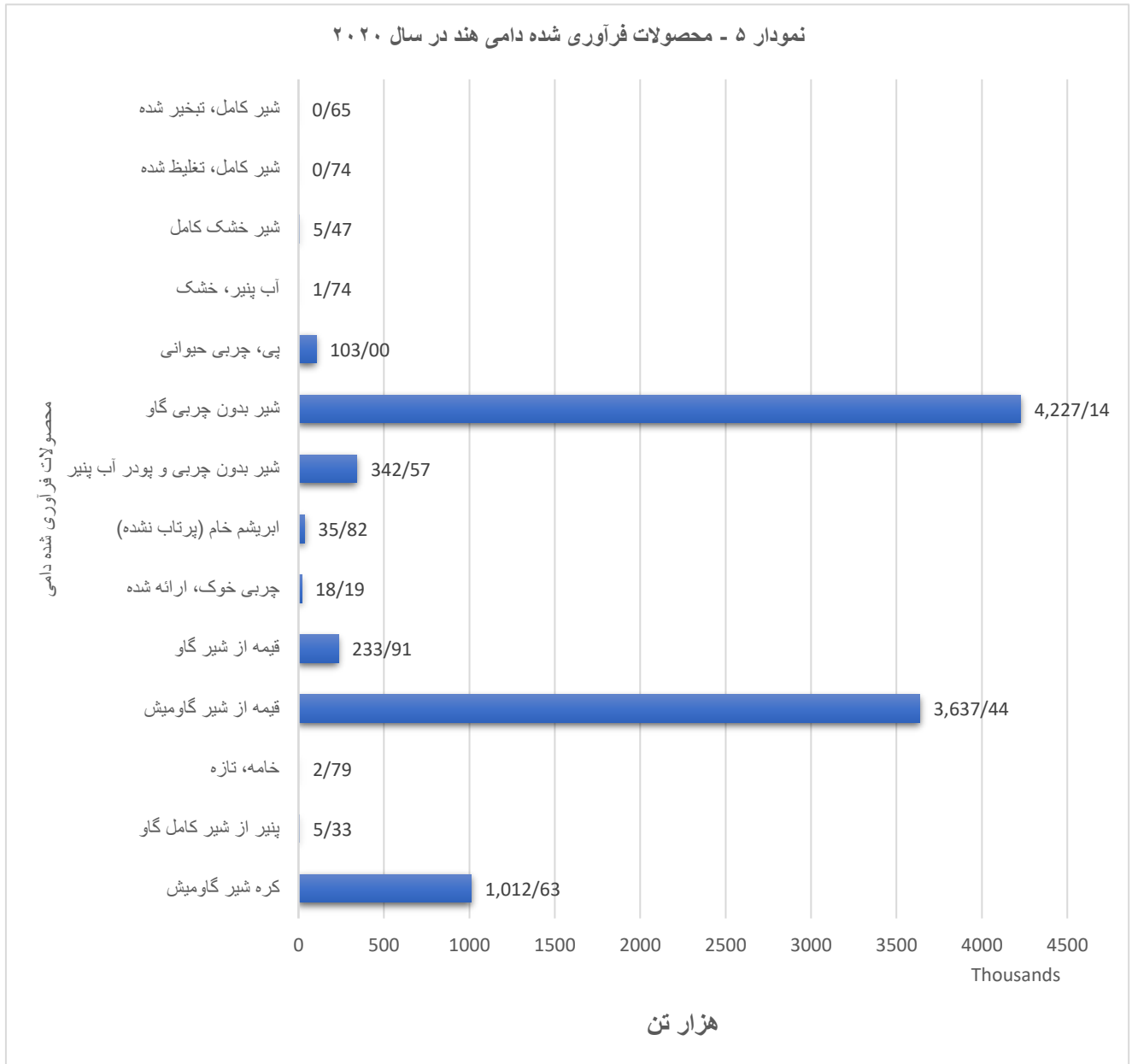


نمودار ۲ و ۳ میزان تولید محصولات باغی و زراعی کشور هند را در سال ۲۰۲۱ نشان می دهد. میوه کیوی به علت ناچیز بودن تولید آن در هند در آمار فائو ثبت نگردیده است.

نمودار ۴ - محصولات دامی هند در سال ۲۰۲۱

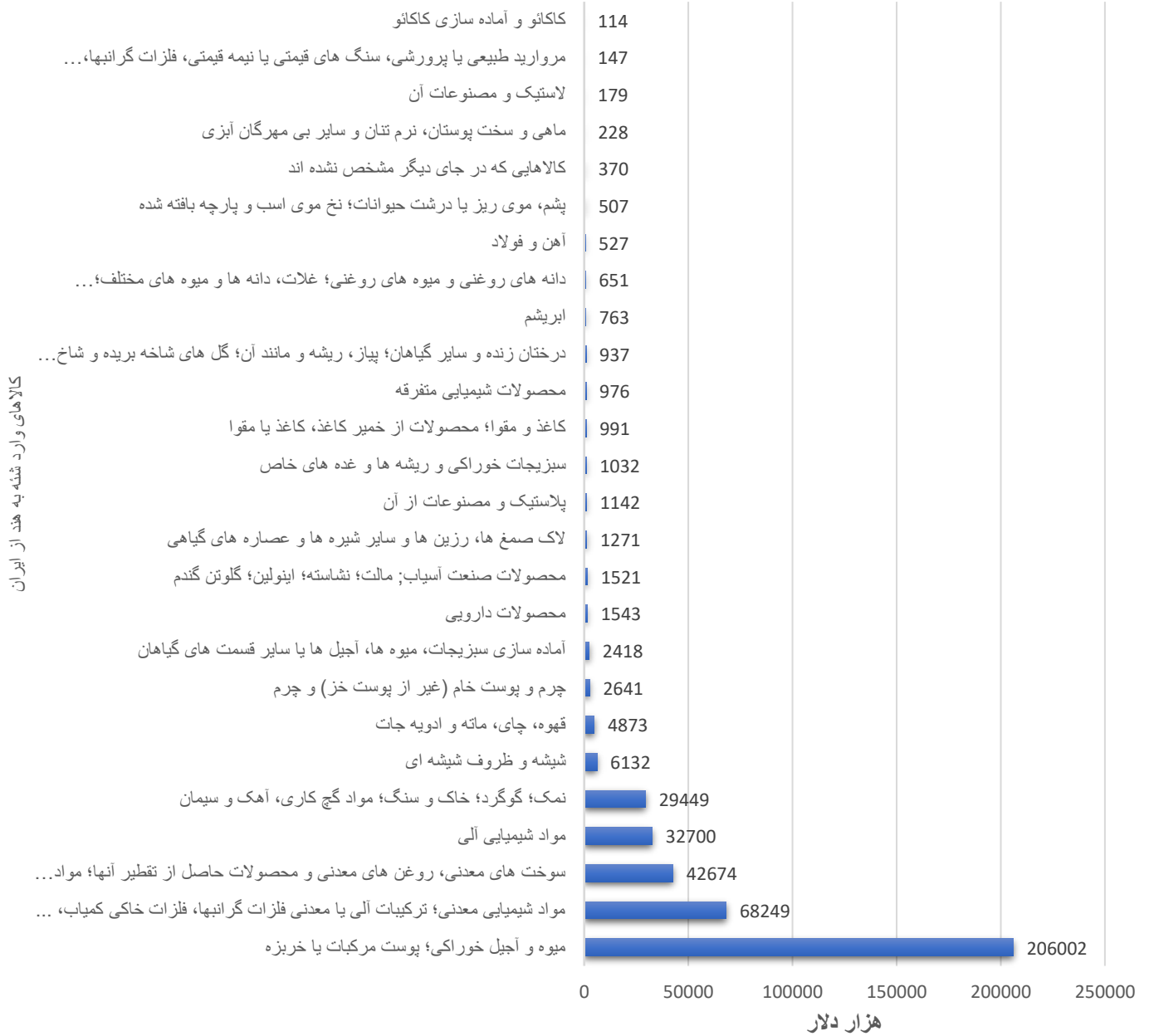


نمودار ۴ تولیدات دامی کشور هند را در سال ۲۰۲۱ نشان می دهد . به علت محدودیت های آیینی هند مصرف گوشت بشدت کم ولی مصرف شیر و تخم مرغ آمار بالایی را نشان می دهد.



نمودار ۵ میزان تولید محصولات فرآوری شده دامی هند در سال ۲۰۲۱ را نشان می دهد. تولید شیر و فرآوری آن به شکل های مختلف از نیاز های مهم مردم هند است با توجه به اینکه بدلیل محدودیت های آیینی مصرف گوشت بشدت پایین است .

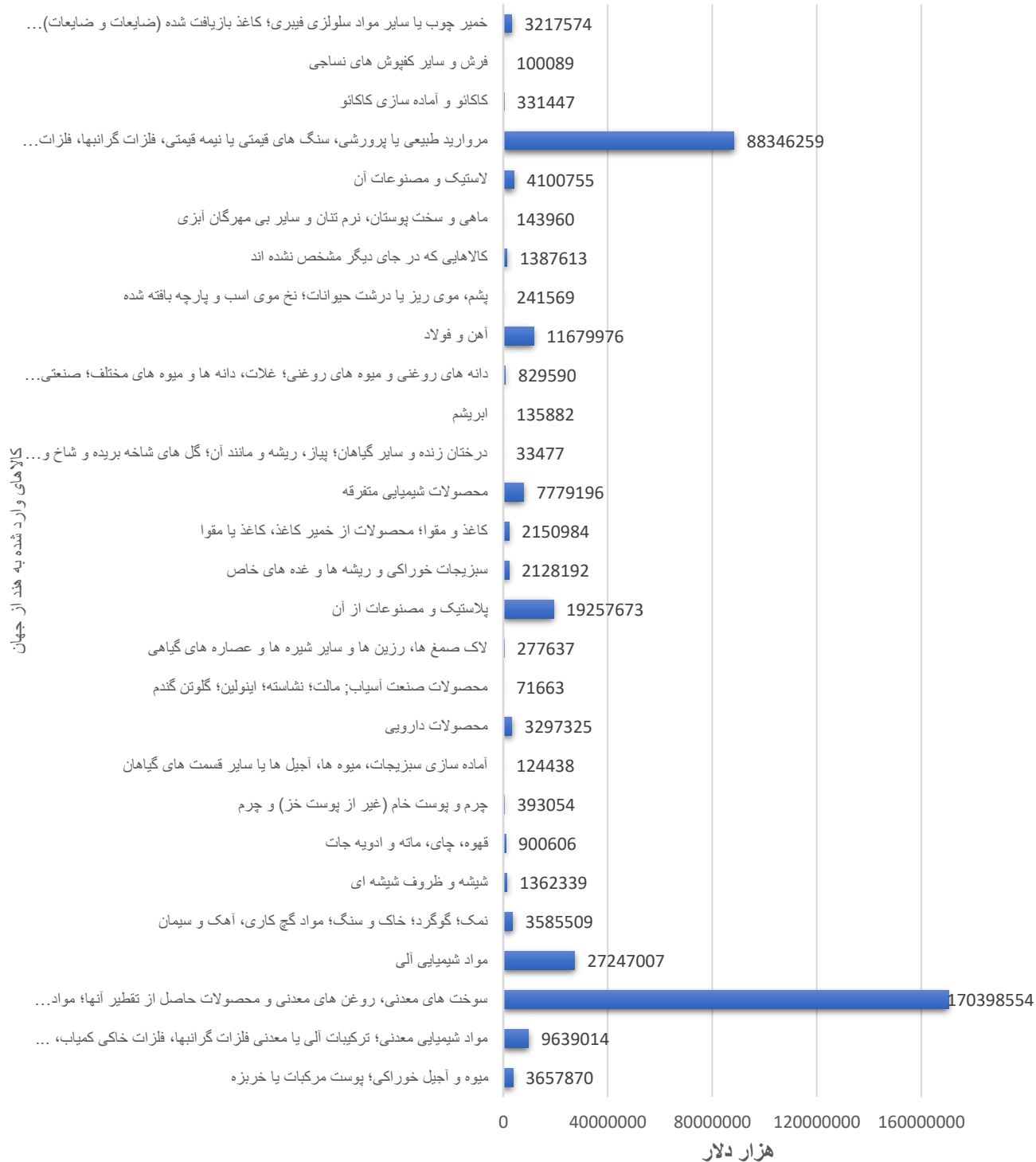
## نمودار ۶ - ارزش کالاهای وارد شده به هند از ایران در سال ۲۰۲۱



نمودار ۶ ارزش واردات کالاهای وارداتی هند از ایران را نشان می دهد. سهم میوه جات و فراورده های آن قابل ملاحظه است. میوه کیوی و فراورده های کیوی بخشی از بازار بزرگ واردات میوه از ایران محسوب می شود. با توجه به نمودارهای ۶ و ۱۰ از ۲۰۶ میلیون دلار واردات میوه هند، میزان ۱۷ میلیون دلار مربوط به واردات کیوی از ایران در سال ۲۰۲۱ می باشد.

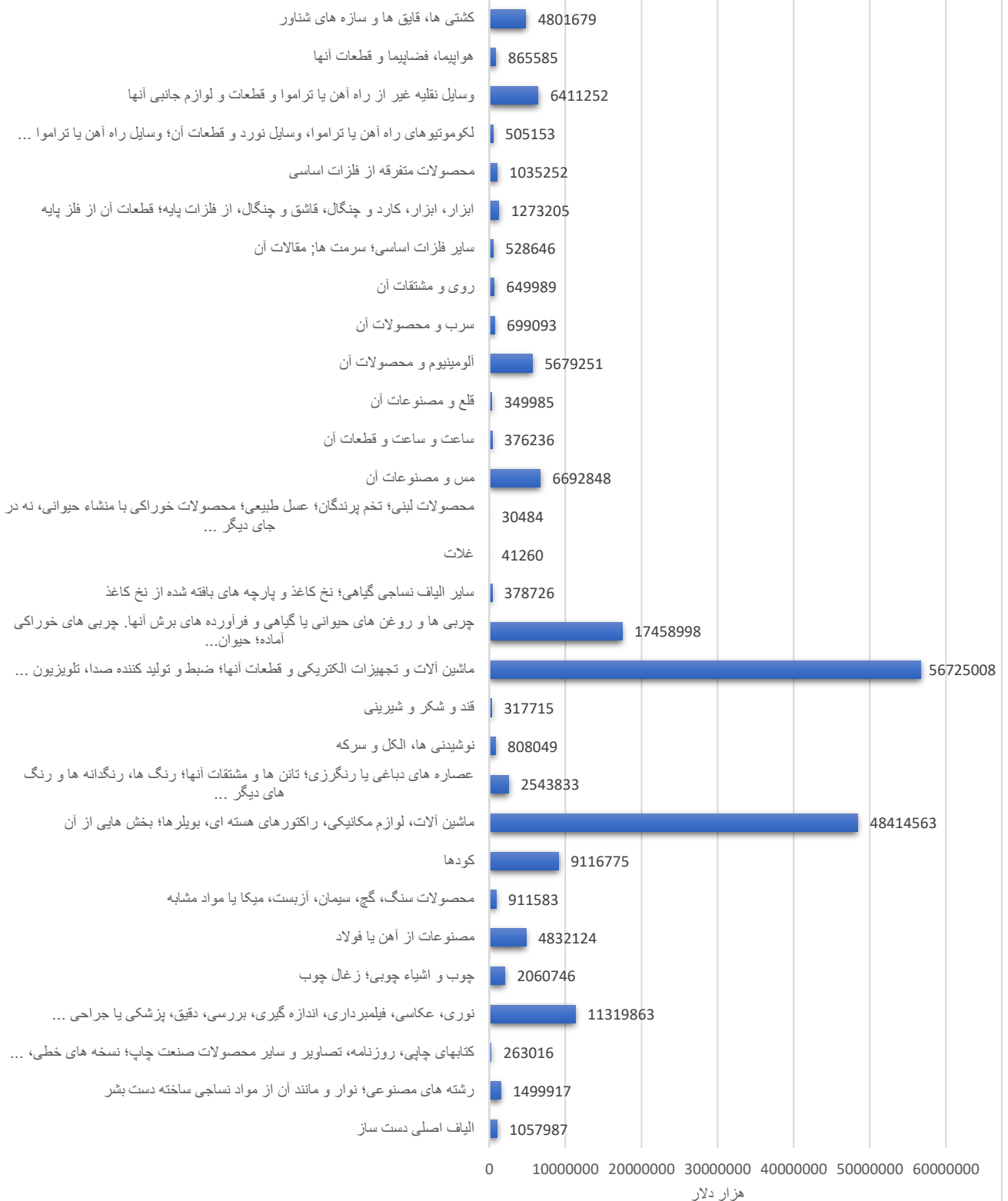


## نمودار ۷ - ارزش کالاهای وارد شده به هند از جهان در سال ۲۰۲۱ - بخش اول

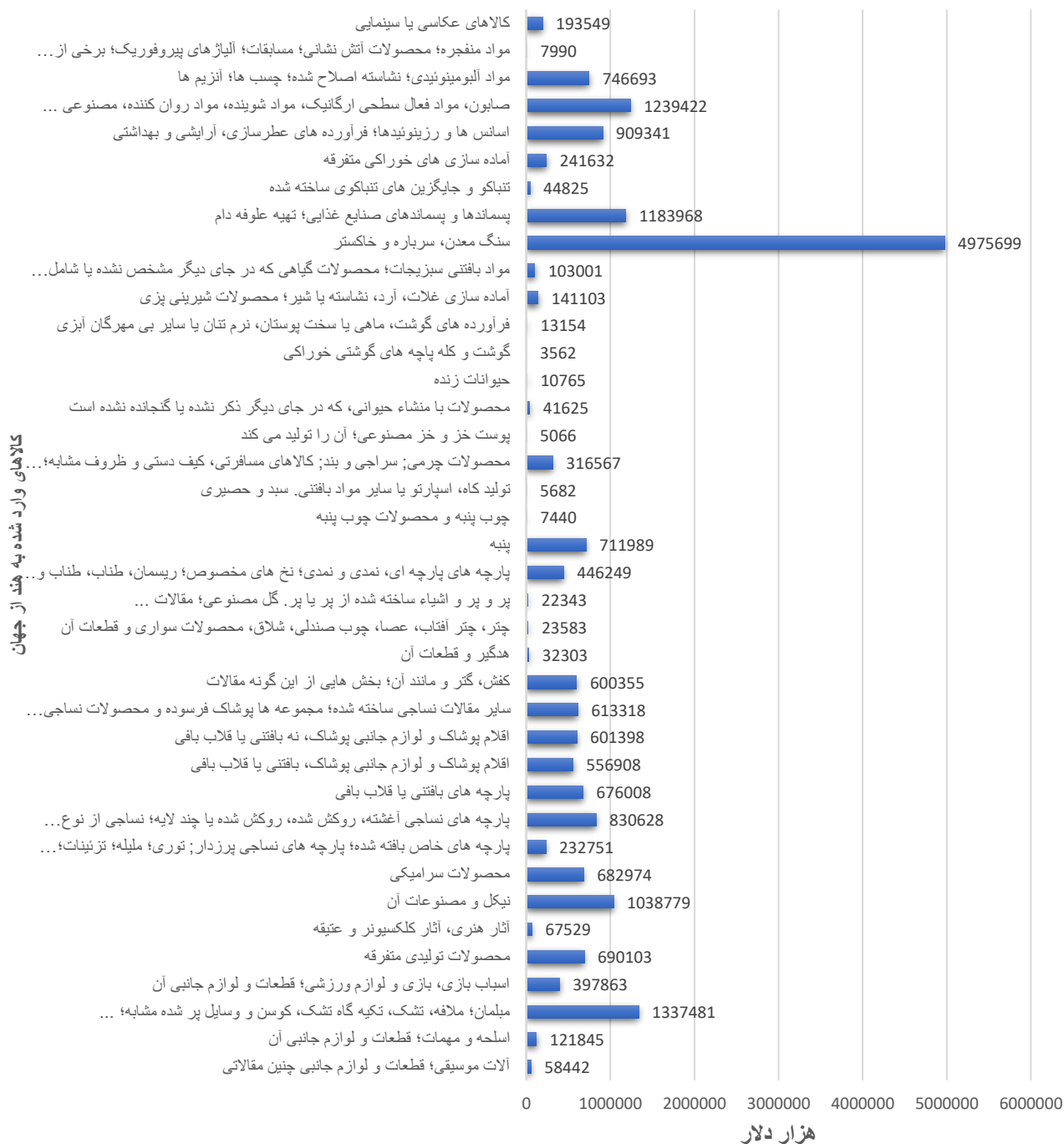


نمودار ۸ - ارزش کالاهای وارد شده به هند از جهان در سال ۲۰۲۱ - بخش دوم

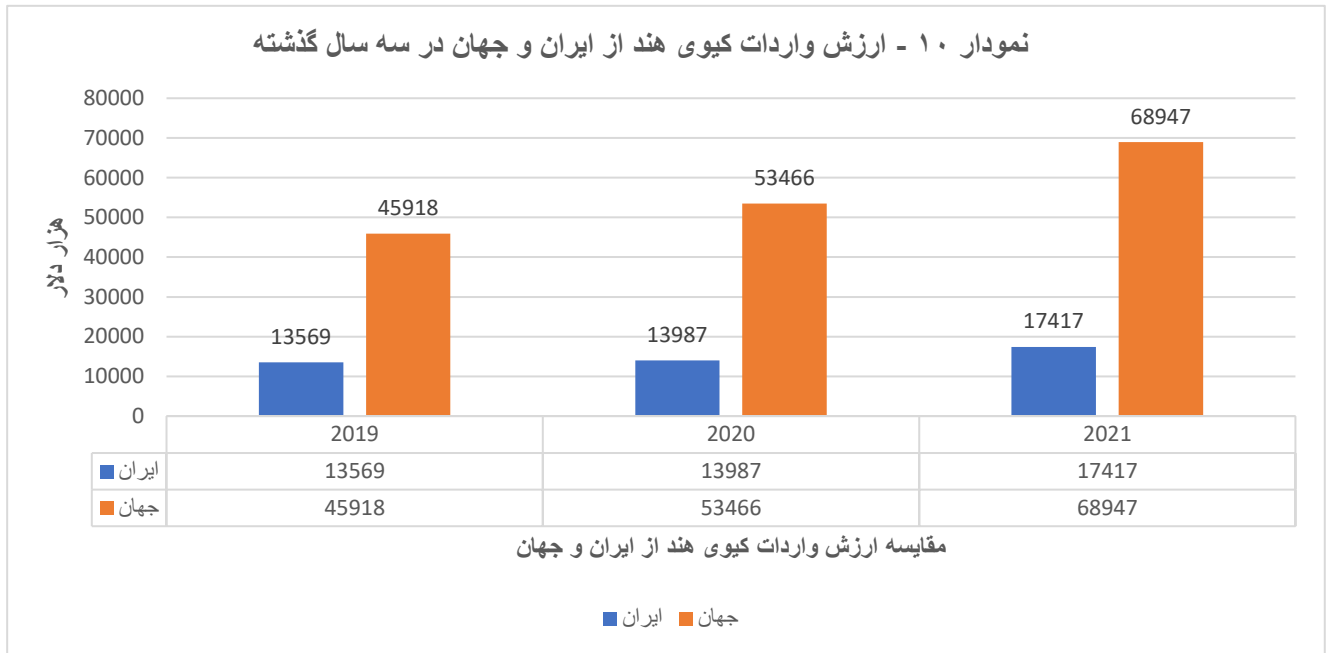
کالاهای وارد شده به هند از جهان



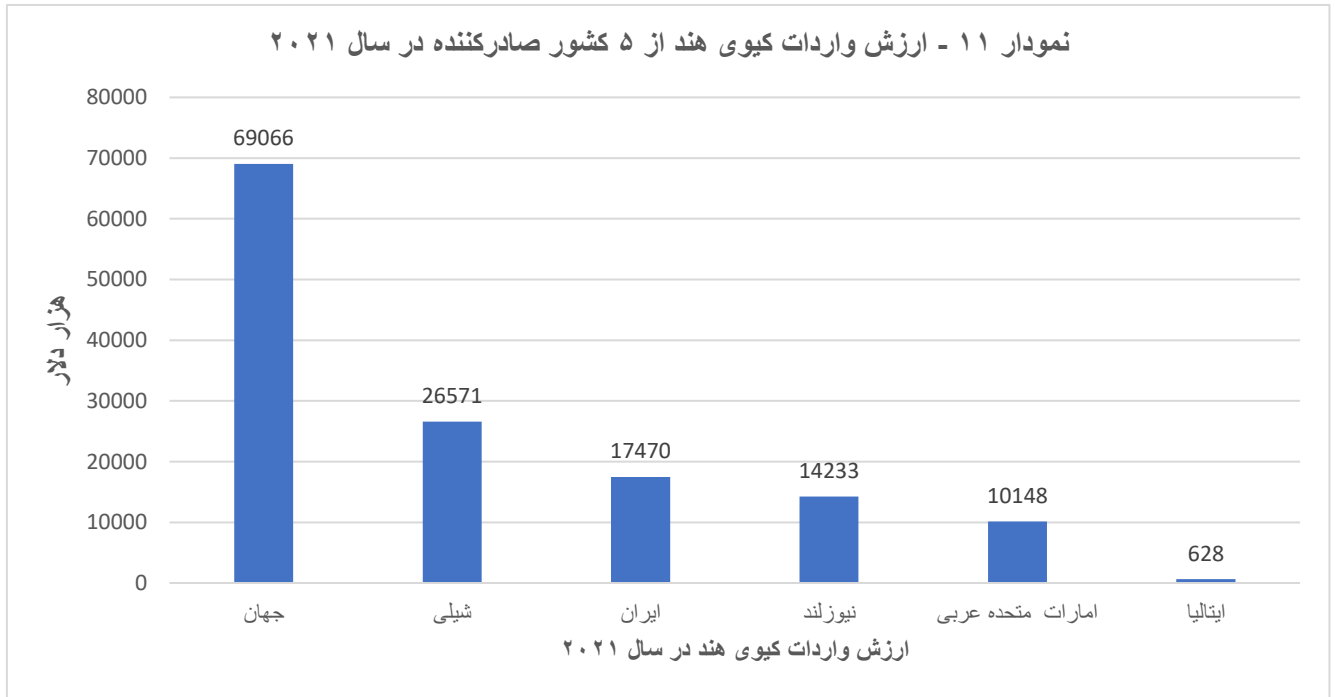
نمودار ۹ - ارزش کالاهای وارد شده به هند از جهان در سال ۲۰۲۱ - بخش سوم



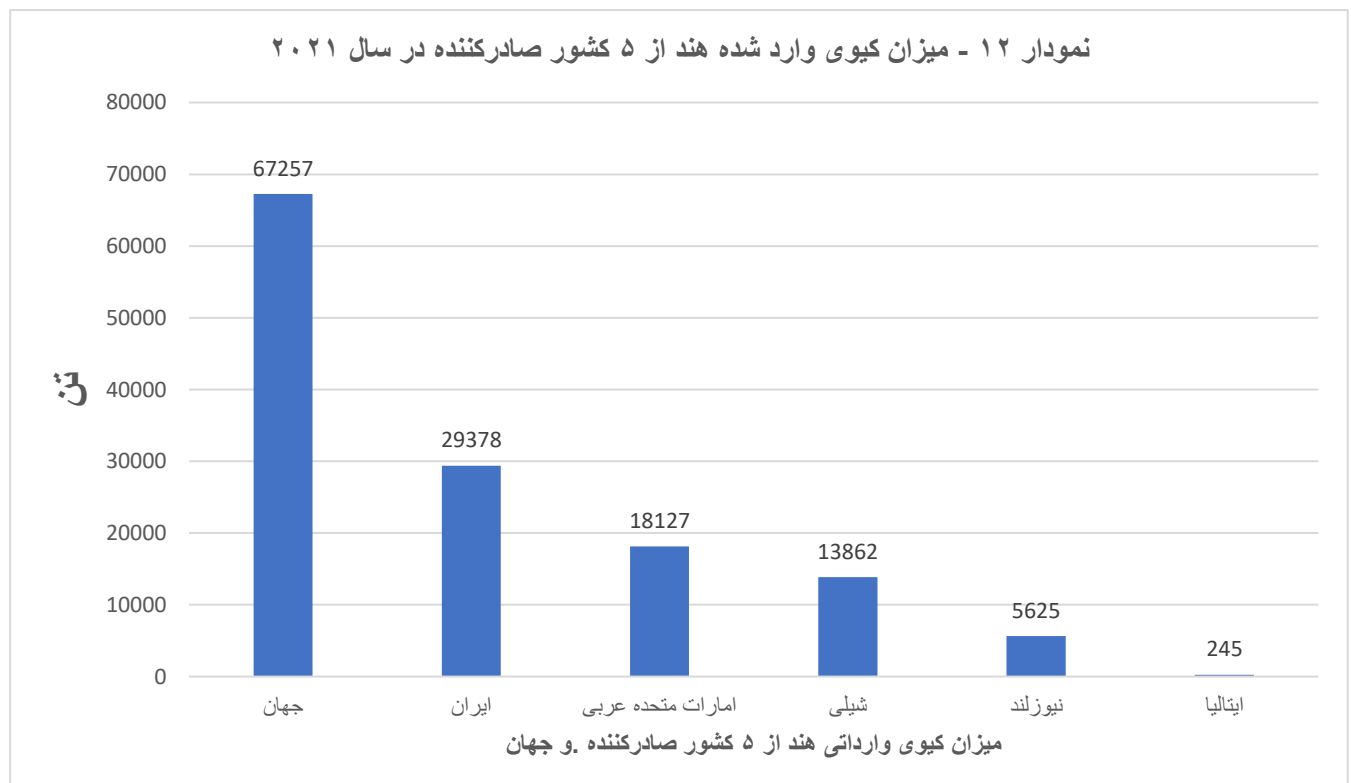
نمودارهای ۷، ۸ و ۹ یک دید کلی آرایه می کند از نظر اینکه کشور هند بیشترین مخارج وارداتی اش در کدام کالاها متمرکز است و بیشترین هزینه کرد کشور هند براساس نیازهای خود در کدام دسته از کالاها قرار گرفته است. این سه نمودار ارزش واردات هند را از جهان نشان می دهد.

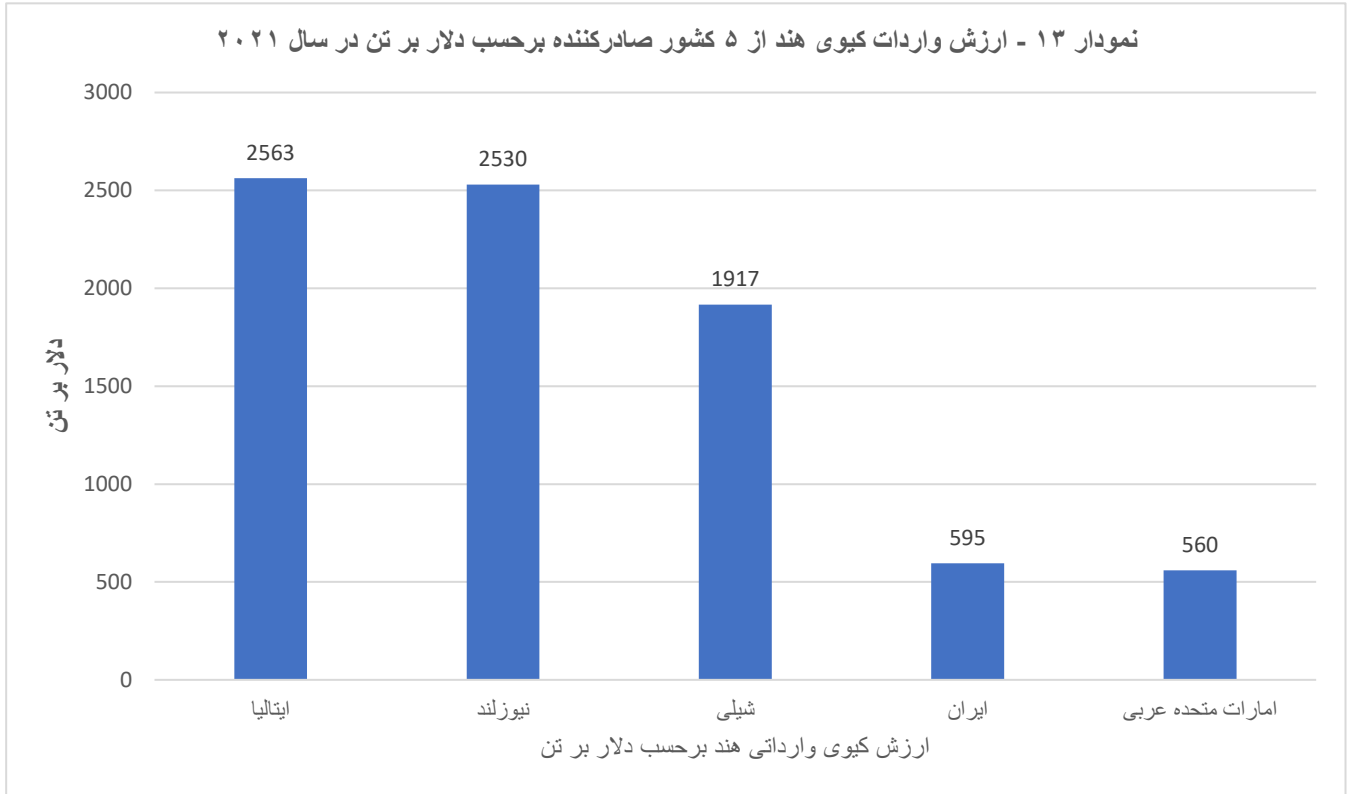


بر اساس نمودار ۱۰ در طی سه سال گذشته ۲۰۱۹-۲۰۲۱ ارزش صادرات کیوی ایران به هند یا به عبارت دیگر درآمد ارزی ایران از صادرات کیوی خود به هند در سال ۲۰۱۹ حدود ۳۰ درصد، در سال ۲۰۲۰ حدود ۲۶ درصد و در سال ۲۰۲۱ حدود ۲۵ درصد از کل ارزش واردات کیوی هند بوده است. به نمودار ۱۱ و ۱۲ توجه شود. سهم بازار صادرات کیوی ایران به هند از لحاظ تناژ، نسبت به بقیه رقبا از همه بالاتر است و در جایگاه نخست نمودار قرار دارد.

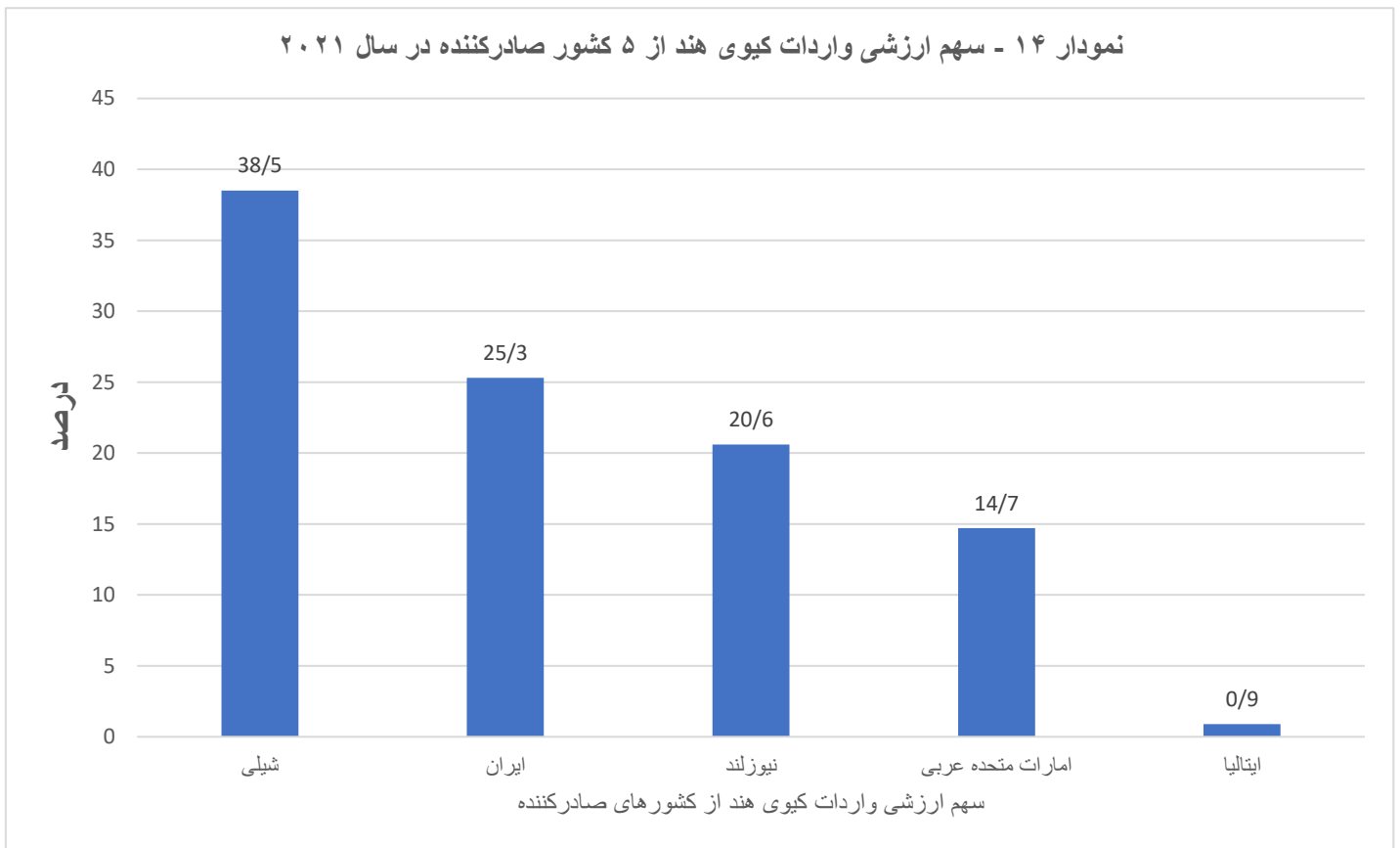


نمودار ۱۱ نشان می دهد که ایران در سال ۲۰۲۱ در صادرات کیوی به هند از رقبای خود یعنی نیوزلند، امارات متحده عربی و ایتالیا درآمد بیشتری داشته است و در جایگاه دوم جهانی قرار دارد. بیشترین درآمد مربوط به کشور شیلی است که بالاترین درآمد صادرات کیوی به هند را در این سال داشته است. این در حالی است که بر اساس نمودار ۱۲ شیلی نسبت به ایران کیوی کمتری به هند صادر کرده است و ایران از لحاظ میزان صادرات کیوی به هند در مقام نخست جهان قرار دارد. علت این امر در قیمت کیوی فروخته شده به هند می باشد. با اینکه هند بیشترین واردات کیوی از ایران را نسبت به جهان دارد ولی عایدی ایران از شیلی کمتر است.





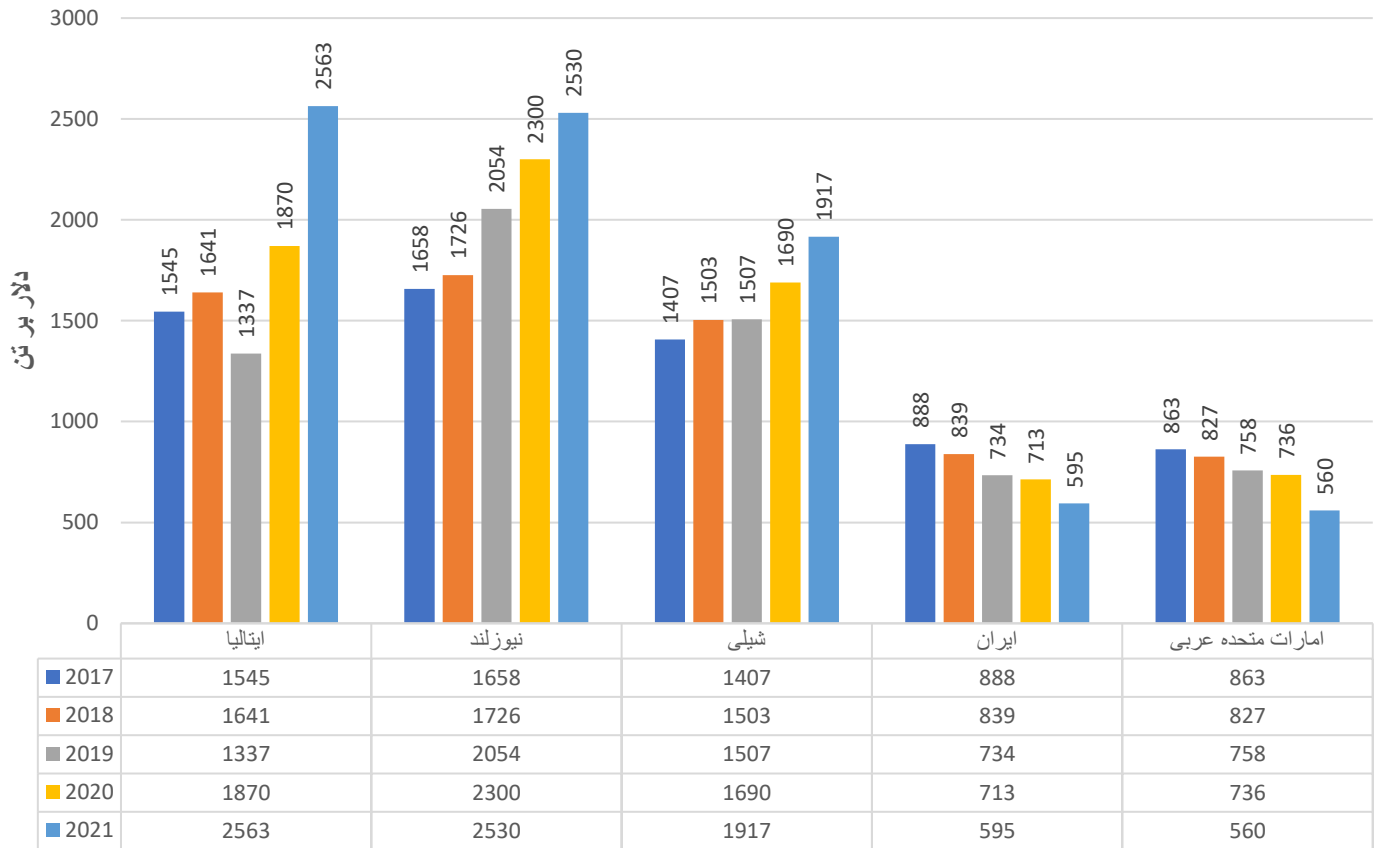
نمودار ۱۳ نشان می دهد که ایتالیا در صادرات کیوی سال ۲۰۲۱ خود به هند مبلغ ۲/۵۶ دلار به ازای هر کیلوگرم کیوی دریافت کرده است و نیوزلند مبلغ ۲/۵۳ دلار به ازای هر کیلوگرم کیوی و شیلی ۱/۹۱ دلار به ازای هر کیلوگرم کیوی و ایران ۰/۵۹ دلار به ازای هر کیلوگرم کیوی دریافت نموده است. ایران به نوعی با پایین ترین قیمت، کیوی را به هند عرضه می کند این در حالی است که بر اساس نمودار ۱۲ ایران بیشترین سهم صادرات کیوی ( ۲۹۳۷۵ تن ) به هند را در جهان دارد و نیوزلند ( ۵۶۲۵ تن ) و ایتالیا ( ۲۴۵ تن ) پایین ترین میزان صادرات کیوی در سال ۲۰۲۱ را داشته است. در این رقابت سه کشور ایتالیا، نیوزلند و شیلی کیوی خود را با بیشترین ارزش افزوده به هند صادر می کنند .



بر اساس نمودار ۱۴ ایران در سال ۲۰۲۱ بالاترین سهم صادرات کیوی به هند را دارد. و دلیل عمده آن به توجه به نمودارها و تحلیل های فوق، ارزان بودن کیوی ایران در جهان است. از دلایل پایین بودن قیمت کیوی ایران ( ۰/۵۹ دلار به ازای هر کیلوگرم کیوی ۲۰۲۱) میتوان به موارد ذیل اشاره نمود:

- عدم بسته بندی مناسب با استانداردهای هند
- کیفیت پایین محصول ( آفات و بیماریها ، استانداردهای کودی )
- عدم وجود یک سامانه یکپارچه و منسجم صادراتی مانند یک کنسرسیوم صادراتی برای کیوی در ایران
- عدم وجود یک برند واحد صادراتی برای کیوی در ایران
- شرایط تحریم ایران و بدنبال آن محدودیت های کشور هند برای تجارت با ایران

نمودار ۱۵ - ارزش کیوی وارداتی هند بر حسب دلار بر تن از ۵ کشور صادرکننده در ۵ سال گذشته



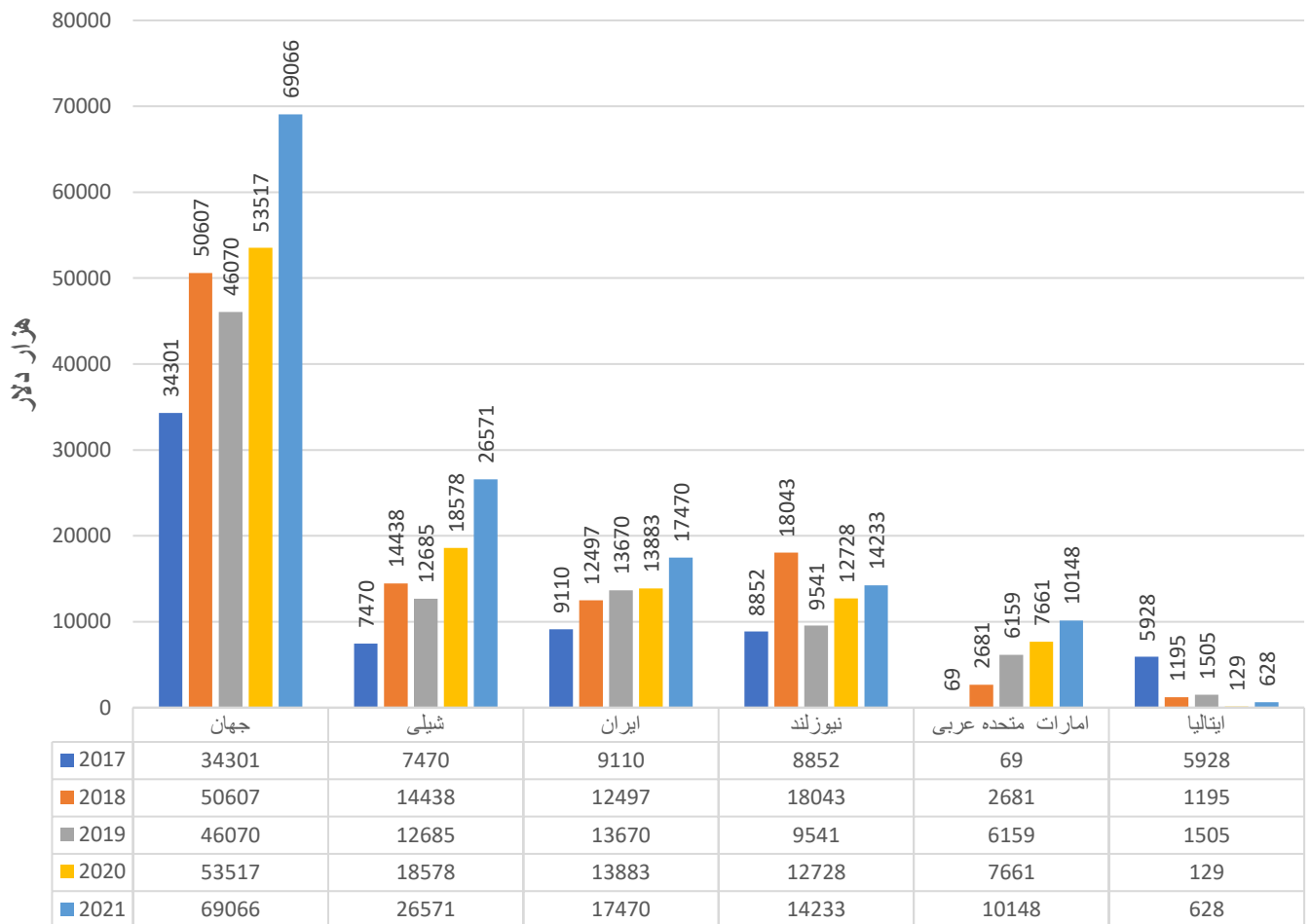
کیوی وارداتی هند از ۵ کشور صادرکننده بر حسب دلار بر تن

■ ۲۰۱۷ ■ ۲۰۱۸ ■ ۲۰۱۹ ■ ۲۰۲۰ ■ ۲۰۲۱

نمودار ۱۵ نشان می دهد که کشورهای رقیب صادراتی کیوی ایران به هند در تمامی سالهای ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۱ کیوی خود را با ارزش افزوده بالاتری نسبت به ایران صادر نموده اند و همچنان جایگاه خود را حفظ نموده اند. سه کشور ایتالیا و نیوزلند و شیلی بر اساس این نمودار همواره بالاترین نرخ فروش کیوی را در هند از آن خود دارند. دلایل این امر می تواند تنوع محصولات، کیفیت محصولات و نقش برند آنها باشد. ارزش افزوده کیوی امارات شبیه به ایران است و این امر می تواند بدلیل نقش واسطه ای امارات برای کیوی ایران باشد. چون عمده کیوی امارات متعلق به ایران است و امارات بطور مستقیم یا غیر مستقیم صادرات کیوی ایران را بنام خود در هند ثبت می کند.



نمودار ۱۶ - ارزش واردات کیوی هند در ۵ سال گذشته از جهان

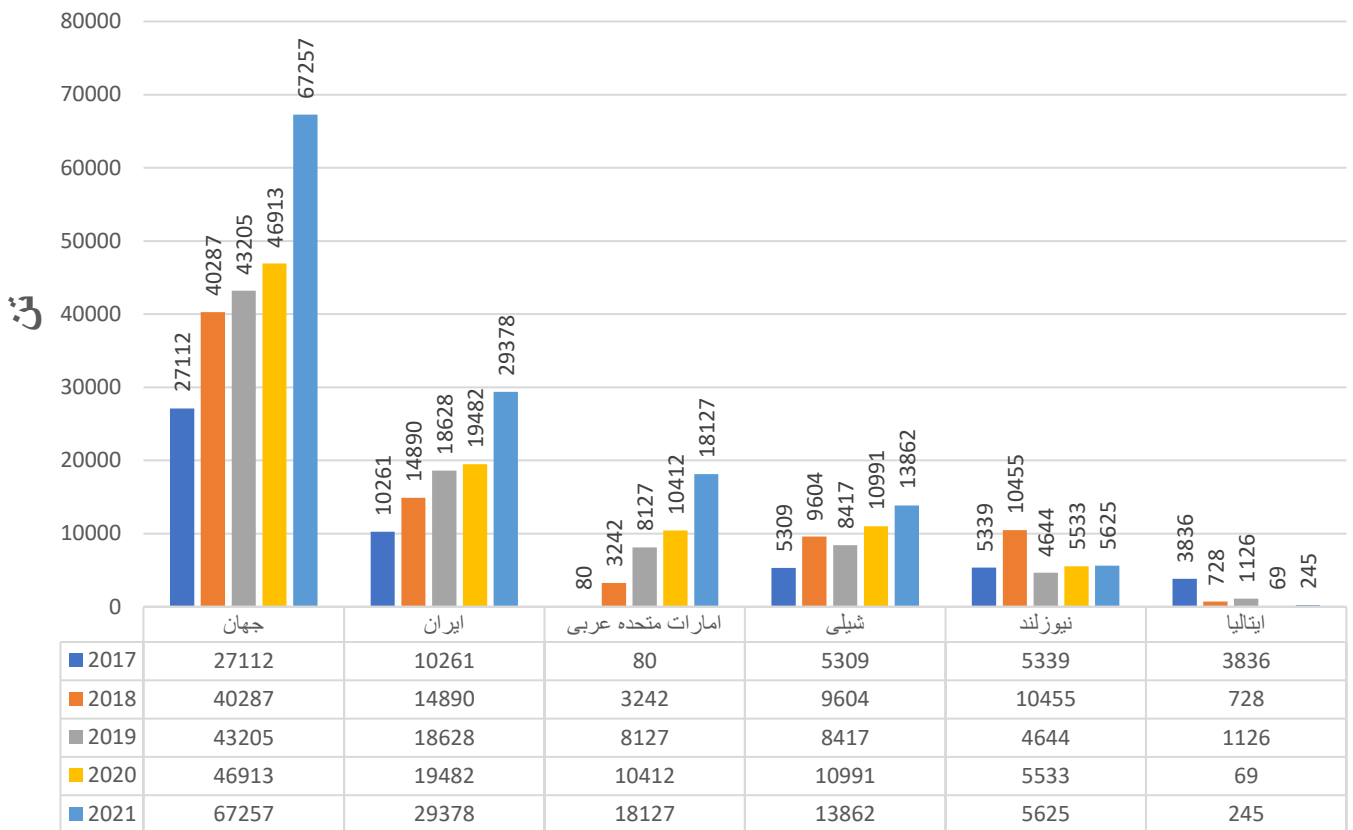


ارزش واردات کیوی هند در ۵ سال گذشته

■ ۲۰۱۷ ■ ۲۰۱۸ ■ ۲۰۱۹ ■ ۲۰۲۰ ■ ۲۰۲۱

نمودار ۱۶ گویای این مطلب است که در رقابت صادراتی کیوی به هند کشور شیلی و ایران بالاترین درآمد ارزی را حتی از کشورهای ایتالیا و نیوزلند دارد و این فقط بدلیل حجم ( تناژ ) صادرات کیوی می باشد. با این وجود ایران از لحاظ درآمد ارزی هنوز از شیلی عقب تر است با اینکه نسبت به تمامی رقبا میزان صادرات کیوی بیشتری به هند دارد. به نمودار ۱۷ توجه شود.

نمودار ۱۷ - میزان واردات کیوی هند از ۵ کشور صادرکننده و جهان در ۵ سال گذشته



میزان واردات کیوی هند از ۵ کشور صادر کننده و جهان

■ ۲۰۱۷ ■ ۲۰۱۸ ■ ۲۰۱۹ ■ ۲۰۲۰ ■ ۲۰۲۱

بر اساس نمودار ۱۷ ایران بالاترین حجم صادرات کیوی را در تمامی سالهای ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۱ داشته است ولی با ارزش افزوده پایین تر نسبت به بقیه رقبا ( نمودار ۱۵ ) . درآمد ارزی بالای ایران نسبت به رقبا بعد از شیلی ( نمودار ۱۶ ) علامت مثبتی نیست چون با پایتترین ارزش افزوده کیوی ایران به هند صادر شده است و این میزان و حجم صادرات کیوی ایران است که در نمودار به عنوان اولین و برترین جایگاه کیوی وارداتی هند خودنمایی می کند.



## فصل پنجم

# تحلیل راهبردی SWOT

## تحلیل استراتژیک و راهبردی SWOT در صادرات کیوی

یکی از مدل‌های اصلی برای تحلیل، ارزیابی و انتخاب راهبرد، مدل تجزیه و تحلیل SWOT است. در این مدل بر اساس یک الگوی منطقی، ابتدا نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توسعه روابط تجاری ایران و هند شناسایی شده و سپس متناسب با موقعیت کنونی راهبردهایی برای تعامل با وضعیت موجود با هدف رشد مبادلات تجاری، به ویژه صادرات کیوی ایران به هند پیشنهاد شده است.

### زمینه‌ها و دلایل انتخاب راهبردها

راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات محصولات کیوی ایران به هند بر اساس زمینه‌ها و دلایل زیر انتخاب و معرفی شده‌اند:

- سند چشم‌انداز بیست ساله و برنامه‌ی پنج ساله هفتم توسعه کشور.
- رسالت یا مأموریت‌های سازمان توسعه تجارت.
- چشم‌انداز توسعه صادرات غیرنفتی کشور.
- اهداف راهبردی توسعه صادرات ایران به کشورهای منطقه.
- پیشینه‌ی روابط اقتصادی و بازرگانی ایران و هند در سال‌های گذشته.
- نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توسعه صادرات کیوی ایران به هند.

جدول زیر نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات کیوی ایران به هند را با استفاده از مدل تحلیل SWOT نشان می‌دهد.

### نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات کیوی ایران به هند

#### فرصت‌ها: (O)

01 وجود روابط تجاری و سیاسی دوستانه بین دو کشور.
02 نزدیکی فرهنگی مردم هند با ایران.
03 نگاه مثبت دولت و مردم دو کشور به توسعه روابط سیاسی و تجاری دوجانبه.
04 مشارکت فعالانه و حضور جدی فعالان اقتصادی در همایش‌های فرصت‌های همکاری دوجانبه.
05 وجود یادداشت‌های تفاهم و موافقتنامه‌های متعدد در زمینه‌های تجاری، سیاسی، امنیتی و ... بین دو کشور.
06 راه‌اندازی مرکز تجاری و شعبه سازمان توسعه تجارت ایران در دهلی نو.
07 مسافت کوتاه دریایی بین دو کشور.
08 گستردگی و نزدیکی جغرافیایی هند به منظور توسعه صادرات کیوی
09 امکان ترانزیت دریایی محصولات کیوی با توجه به موقعیت جغرافیایی دو کشور.
010 شرکت فعالانه بخش خصوصی در ترکیب هیات‌های تجاری تبادل شده بین دو کشور.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### تهدیدها (T)

T1	عدم آشنایی بازرگانان هندی با تنوع و کیفیت محصولات کیوی ایرانی.
T2	عضویت هند در سازمان جهانی تجارت و وجود تعرفه های ترجیحی گسترده میان کشورهای عضو.
T3	مشکلات حمل و نقل زمینی ، دریایی بین دو کشور.
T4	عدم آشنایی مردم و بازار مصرف منطقه با تولیدات ایران، با وجود علاقه مندی به ایرانیان و آشنایی با فرهنگ ایران.
T5	شناخت ناکافی نسبت به امکانات و ظرفیت های همکاری مشترک.
T6	اطلاع رسانی ناکافی از فرصت ها و شرایط اقتصادی و تجاری بازار مصرف کیوی هند به فعالان دولتی ایران و بخش خصوصی.

### نقاط قوت (S)

S1:	توجه ویژه ی دولت به گسترش صادرات غیرنفتی در تدوین چشم انداز بیست ساله و برنامه ی هفتم توسعه کشور.
S2:	وجود پتانسیل ها و ظرفیت های مناسب در تولید چدن، آهن ، مس و فولاد، میوه، سبزیجات، فرش مورد نیاز بازار هند.
S3:	برگزاری منظم اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی بین دو کشور.
S4:	فعال تر شدن شورای مشترک بازرگانان ایران و هند در اتاق بازرگانی و حضور گسترده فعالان اقتصادی در دو کشور.
S5:	امضای موافقت نامه های بازرگانی، تشویق و حمایت متقابل از سرمایه گذاری، اجتناب از اخذ مالیات مضاعف و ... بین دو کشور.

### نقاط ضعف (W)

W1:	عدم وجود موافقتنامه تجارت ترجیحی و تجارت آزاد بین ایران و هند.
W2:	عدم امکان ایجاد موافقتنامه گمرکی جدید بین دو کشور به دلیل شرایط تحریم ایران .
W3:	عدم آگاهی و شناخت کامل به کلیه نیازها و سلیق بازار مصرف کیوی هند.
W4:	فعالیت کم در بخش بازاریابی، اطلاع رسانی و امور نمایشگاهی در کشور هند.
W5:	اجرای نشدن کامل مفاد تفاهمنامه های امضا شده بین طرفین در سطوح ملی و استانی یا ایالاتی.
W6:	عدم آشنایی سرمایه گذاران ایرانی با تسهیلات و امکانات ایجاد شده در مناطق آزاد تجاری هند.
W7:	عدم وجود گزارش های بازرگانی و بازاریابی در رابطه با کشور هند.
W8:	عدم بهره برداری مناسب از موقعیت استراتژیکی دو کشور در زمینه ترانزیت کالا.

### راهبردهای (SO)

- بهره گیری از توانمندی های صادراتی کشور برای صادرات محصولات کیوی مورد نیاز کشور
- تلاش برای افزایش و حفظ سهم بازار کیوی ایران با توجه به روابط تجاری دوستانه و ردیف های اعتباری میان دو کشور.
- گسترش فعالیت های شرکت کشتیرانی مشترک دو کشور و پوشش منطقه شرق آفریقا.

### راهبردهای (ST)

- تلاش برای بهره گیری و گسترش موافقتنامه های تجاری میان دو کشور.
- تقویت جایگاه کیوی ایران در ذهن مشتریان هندی از راه تبلیغات.
- تلاش برای ایجاد موافقتنامه ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی بین ایران و هند.
- شناسایی استانداردهای مصرف کیوی داخلی مورد نیاز بازار هند برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات کیوی صادراتی ایران.

### راهبردهای (WO)

- تدوین برنامه ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات محصولات کیوی ایران در رسانه های جمعی هند برای افزایش شناخت کیوی ایران در بین مصرف کنندگان هندی.
- افزایش تنوع محصولات کیوی صادرشده به بازار هند از انواع واریته های میوه کیوی تا انواع کیوی فرآوری شده به منظور بهره گیری حداکثر از بازار مصرف کیوی هند.
- تلاش برای ارایه ی محصولات باکیفیت به بازار هند به منظور تقویت و حفظ جایگاه جهانی و سهم بازار کیوی ایران در هند با توجه به تقاضای روبه رشد مصرف در این کشور.
- توسعه همکاری مناطق آزاد و تجاری هند با مناطق آزاد قشم و کیش.

### راهبردهای (WT)

- تلاش برای تقویت روابط بانکی و بیمه ای موجود بین دو کشور.
- ارایه ی تسهیلات به بازرگانان هندی برای حضور در بازار و نمایشگاه های صنعت کیوی ایران.
- تقویت خطوط زمینی، دریایی و هوایی بین دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دوجانبه.
- اعزام رایزن بازرگانی به هند به منظور افزایش اطلاعات بازار و مصرف این کشور.

## راهبردهای ترکیبی SWOT

### راهبردهای ترکیبی SWOT پیشنهادی جهت بازاریابی و توسعه صادرات کیوی ایران به هند :

ایران و هند دارای پیشینه روابط بازرگانی، سیاسی، فرهنگی و مزیت های جغرافیایی مطلوبی هستند و زمینه ی گسترش هر چه بیشتر روابط بازرگانی را دارند. روابط تجاری ایران و هند در سه سال گذشته همواره تحت تاثیر حجم بیشتر صادرات هند به ایران بوده است. میزان صادرات این کشور به ایران در سال ۲۰۲۱ میلادی، برابر با ۱/۳ میلیارد دلار بوده است. صادرات ایران به هند در سال ۲۰۲۱ میلادی در حدود ۰/۴ میلیارد دلار و تقریباً برابر با ۳۱ درصد میزان واردات از این کشور بوده است. این وضعیت مبادلات تجاری بین دو کشور، تراز تجاری منفی بالغ بر ۰/۹ میلیارد دلار را برای ایران به ارمغان آورده است. ارایه ی اطلاعات مناسب از بخش های مختلف بازار کشور هند به تجار ایرانی، معرفی کالاهای جدید و مزیت دار داخلی و تنوع مبادلات تجاری، زمینه توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری دو طرف و افزایش سهم صادرات محصولات غیرنفتی ایران به هند را فراهم می سازد.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



با توجه به اهمیت عضویت در پیمان های اقتصادی و موافقت نامه های تجاری در تسهیل صادرات و کاهش تعرفه های ورود به بازارهای هدف صادراتی، پیشنهاد میشود ایران با هند موافقت نامه تجارت آزاد و تجارت ترجیحی امضاء کند. این امر می تواند باعث افزایش رقابت در بازار داخلی و افزایش توان صادراتی کشور شود.

هند در حال حاضر با کشور ایالات متحده و کشورهای عضو منطقه تجارت آزاد پان عرب موافقت نامه تجارت آزاد و با کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس، اتحادیه گمرکی دارد.

کشورهای جهان، با انعقاد موافقت نامه های تجاری با سایر کشورها، کالاهای صادراتی را با تعرفه گمرکی نزدیک به صفر به بازار هدف صادر میکنند. عدم عضویت در پیمان های اقتصادی و موافقت نامه های تجاری موثر موجب شده تا امکان ورود آسان تر به بازارهای هدف صادراتی و استفاده از تعرفه های ترجیحی برای صادرکنندگان ایرانی فراهم نباشد.

جهت دستیابی به بازارهای مطمئن مصرف و افزایش سهم صادراتی ما در این بازارها میتوان با ایجاد شرایط مطلوب بازارپسندی محصول در کشورهای مقصد و از طریق برقراری روابط سیاسی و اقتصادی مناسب و رایزنی های لازم جهت کاهش موانع تجاری کشورهای واردکننده کیوی از ایران، در جهت تسهیل امر صادرات اقدام نمود و کشور را در جایگاه مناسب و شایسته خود در صحنه تجارت جهانی کیوی قرارداد. در ادامه به برخی از **پیشنهادها و راهکارهای اجرایی برای افزایش صادرات کیوی ایران به هند** اشاره میشود:

- ارائه محصول کیوی بر اساس کدکس و استانداردهای بین المللی
- توسعه سرمایه گذاری در زمینه صنایع فرآوری محصول کیوی
- گسترش و توسعه تشکلهای تولیدی و صادراتی محصول کیوی
- بهبود سیاستهای صادراتی کیوی در جهت حمایت از صادرکنندگان ایرانی
- ایجاد سیستمهای اطلاع رسانی و تبلیغاتی مناسب در بازار جهانی
- رعایت قوانین و مقررات گمرکی، تعرفه ای و تجاری بازارهای هدف صادراتی کیوی بویژه کشور هند
- ایجاد تنوع در عرضه محصولات کیوی ( انواع بسته بندی روز دنیا، انواع واریته های کیوی و انواع کیوی فرآوری شده )
- درجه بندی و بسته بندی مناسب با توجه به نیاز بازارهای مقصد ( توجه به استانداردهای منحصر بفرد بازارهای مقصد )
- ایجاد سامانه فروش محصولات تولیدی استان گیلان ( ایران ) از طریق ایجاد سایت و فضای مجازی برای معرفی و اخذ سفارش کیوی،
- تاسیس بازار بورس تخصصی منطقه ای در زمینه کیوی در استان گیلان

( تجربه موفق بسیاری از کشورها از جمله کشورهای منطقه حوزه خلیج فارس که بازاری قدرتمند از محصولات کشاورزی در اختیار دارند نشان میدهد، تقویت این نهاد رسمی و اثرگذار بر بازار عرضه و تقاضای محصولات کشاورزی میتواند بسیاری از مشکلات زیرساختهای شبکه تولید، توزیع و مصرف و حتی صادرات محصولات کشاورزی را مرتفع نماید. لذا پیشنهاد میشود در تدوین برنامه های آتی استان گیلان در خصوص توسعه صادرات این محصولات، تاسیس بورس تخصصی منطقه ای، مورد توجه ویژه سیاستگذاران امر قرار گیرد. )

- مدیریت خرید و فروش این محصول در داخل و خارج از کشور

- اعزام هیات های تجاری متشکل از سرمایه گذاران، تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی برای بازدید از مناطق آزاد تجاری هند و تسهیلات آماده شده در آنها.
- انجام تحقیقات بازاریابی و دستیابی به شناخت کافی نسبت به شرایط سیاسی و اجتماعی، وضعیت بازار، رقابتی داخلی و خارجی، قیمت و ویژگی های محصولات کیوی رقبا، مقررات صادرات و واردات و هزینه های گمرکی و مالیاتی.
- بررسی دقیق و کسب شناخت کافی از شرکا و طرفهای تجاری هندی.
- گسترش و ارتقای سطح همکاری اتاق های بازرگانی دو کشور.
- تلاش در جهت افزایش صادرات کیوی ایران به عنوان یکی از مناسب ترین گزینه ها جهت توسعه ی صادرات به هند.
- امضای موافقتنامه ی تجارت آزاد دوجانبه با هند.
- تقویت روابط میان بانکها و نهادهای مالی دو کشور.
- اعزام رایزن بازرگانی به هند.
- گسترش زیرساخت های حمل و نقل زمینی ، دریایی و هوایی به منظور افزایش تبادلات تجاری و اقتصادی.
- تاسیس بانک مشترک برای تامین مالی صادرات و گسترش سرمایه گذاری میان دو کشور.
- آشنا نمودن بازرگانان هندی با تولیدات کیوی ایران از طریق مشارکت مستمر و فعال در نمایشگاه های بین المللی هند و برگزاری نمایشگاه های اختصاصی صنعت کیوی ایران در هند.
- آسان سازی صدور روادید برای تاجران و فعالان اقتصادی دو کشور.
- تعامل اقتصادی گسترده تر دو کشور از طریق اجرای پروژه های مشترک و همکاری طرفین به منظور برطرف نمودن موانع مربوط به اجرای پروژه های زیربنایی.
- شرکت فعالانه بخش خصوصی در ترکیب هیات های تجاری دو کشور.
- گسترش همکاری های میان دو کشور در بخش سرمایه گذاری صنعت کیوی .
- مشارکت فعالانه و حضور جدی فعالان اقتصادی در همایش های فرصت های تجاری و همکاری دوجانبه.





## فصل ششم

# راهنمای سفر و رسوم تجاری

## فصل پنجم راهنمای سفر و رسوم تجاری

وسعت و تنوع از مهمترین ویژگیهای هند محسوب میشود. هند با بیش از یک میلیارد نفر جمعیت، دومین کشور پر جمعیت جهان بعد از چین است. یک تقسیم بندی وسیع شهری- روستایی در هند وجود دارد. جامعه هند عمده‌تاً وابسته به کشاورزان است. بیش از ۷۰ درصد جمعیت هند در روستاها زندگی می کنند و به کشاورزی اشتغال دارند. ۵ روز از هفته یعنی از دوشنبه تا جمعه همراه با یک نصف روز شنبه روزهای کاری محسوب می شود و ساعت کاری از ۹/۳۰ صبح تا ۵/۳۰ عصر است. اما بخش شرکتی ۵ روز در هفته کار می کند. ادارات مرکزی دولتی روزهای شنبه تعطیل هستند. ساعات کار بانک ها از ساعت ۹ صبح تا ۳ بعد از ظهر و در روزهای پایانی هفته از ۱۰ صبح تا ۱۲ ظهر است. اما در بمبئی بانک ها در روزهای کاری هفته از ۱۱ صبح تا ۳ بعد از ظهر و شنبه ها از ۱۱ صبح تا ۱ بعد از ظهر فعال هستند. بانکهای متعدد خارجی و هندی جهت ارائه خدمات بانکی ۲۴ ساعته در کلان شهرها در حال تأسیس هستند. همچنین ساعات تبادل سهام در بمبئی از ۱۰ صبح تا ۳/۳۰ بعد از ظهر روزهای دوشنبه تا جمعه است. ملت هند یک ملت غیرمذهبی و دموکراتیک است. قانون اساسی هند از آزادی مذهب حمایت میکند، اگر چه حدود ۸۰ درصد جمعیت هند مطابق با عقاید هندو زندگی میکنند.

### ۱- سلام و احوال پرسی

هندیها در مقابل طرف خود معمولاً از طریق چسباندن دو کف دست به نحوی که نوک انگشتان در زیر چانه قرار داشته باشد و تکان دادن سر ادای سلام و احترام میکنند. هنگام ملاقات با شخصی که از نظر اجتماعی در رتبه بالاتری قرار دارد، برای نشان دادن احترام بیشتر در مقابل او کمی خم می شوند و در ملاقات با خارجیان مضافه می نمایند. با این حال مردان، به دلیل نجابت و حرمت زنان با آنها مضافه نمی کنند و در مواجهه با زنی که تنها ایستاده است، آغازکننده گفتگو نمیشوند. هندی ها برای عناوین افراد ارزش فوق العادهای قائل هستند. بنابراین اگر فردی عنوانی داشته باشد، در احوال پرسی لازم است عنوان او مورد استفاده قرار گیرد. پسوند «جی (Ji)» بعد از نام فامیل یک واژه عام برای احترام است. هندوان قبل از جدانشدن، برای ترک محل اجازه می گیرند. احترام گذاردن به دیگران مخصوصاً افراد مسن بسیار مهم است. در جمع های گروهی احوالپرسی از پیران بر جوانان اولویت دارد.

### ۲- فرایند تصمیم گیری

در سیستم بوروکراتیک هند تصمیم گیری به کندی صورت می گیرد. هندی ها برای بحث پیرامون تمامی ابعاد معامله به زمان نیاز دارند و صد البته برای ارائه پاسخ به زمان بیشتری نیازمندند. هنگام انتظار جهت دریافت پاسخ از طرف هندی ها باید صبور بود و فعالیت های دیگری را طراحی کرد. بیصبری گستاخی تلقی میشود و فشار زیاد برای دریافت پاسخ سریعتر، با مقاومت مواجه می شود و معمولاً باعث رنجش میگردد. تصمیمات در رأس هرم سازمانی صورت میگیرد، بنابراین ایجاد و حفظ رابطه خود با مقامات اجرائی عالی رتبه از اهمیت قابل توجهی برخوردار است.

### ۳- موضوعات اولیه برای آغاز گفتگو

صحبت از دوستان و خانواده بخش مهمی از پروسه ایجاد ارتباط با کسانی است که در فرآیند مذاکره مشارکت دارند. هندیها در گفتگو پیرامون سیاست و مذهب اشتیاق زیادی نشان می دهند. آنها معمولاً از موضوعات مهم و جدی لذت میبرند و ضرورتاً به دنبال شنیدن یا گفتگو پیرامون موضوعات خنده دار و جوک نیستند، در غیر این صورت گفتگو با مخاطب خود را قطع خواهند کرد. آداب و رسوم هند، کشورهای خارجی، کریکت، سیاست و مذهب از جمله مهم ترین موضوعات مورد علاقه هندی ها برای آغاز گفتگو است.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### ۳- نقش و حضور زنان در تجارت

هند هنوز یک جامعه مرد سالار است. بنابراین زنان خارجی تاجر پیشه در چنین جامعه ای معمولاً با مشکل مواجه میشوند. آنها به اندازه مردان مورد احترام قرار نمیگیرند. هندی هایی که با خارجیان بیشتری مراد داشته اند در انجام معامله با زنان تاجر پیشه مشکلات چندانی به وجود نمی آورند. مسن ترها سنتی تر و بسته تر از جوانان هستند. رفتار حرفه ای و متوازن و هم چنین اعتماد به نفس باعث فائق آمدن بر این نوع مقاومتها خواهد شد. هندوان معمولاً مسائل شخصی نظیر سن، ازدواج و تعداد فرزندان را پرس و جو می کنند. لذا زنان مخصوصاً آنها که نسبت به احوال شخصی خود حساس هستند باید در مقابل چنین سوالاتی صبور باشند.

### ۴- ملاقات ها و جلسات

هندی ها غالباً وقت شناسی دیگران را ارج می نهند، اما خودشان اغلب با تأخیر در وعده گاه حاضر میشوند. اگر به هر دلیل نتوانید به محل قرار یا ملاقات برسید حصول توافق مجدد در مورد زمان و مکان ملاقات ضروری است. هندی ها غالباً انجام ملاقات در حوالی ظهر را ترجیح میدهند. تعیین زمان و مکان ملاقات باید حداقل از دو هفته قبل صورت گیرد و هنگام رسیدن به هند باید مجدداً یادآوری شود. جلسات با گفتگوهای پیش پا افتاده مثلاً پیرامون یک فنجان چای و یا شاید غذا آغاز می شود. بهتر است که نوشیدنی ها و غذاهایی که از طرف ایشان پیشنهاد می شود رد نشود. اگر دوست ندارید که از آنها استفاده کنید نوشیدنی ها و غذاهای ارائه شده را در همان جایی که برای شما قرار می دهند رها کنید.

### ۵- لباس تجاری

لباس تجاری معمولی اما مرتب و تمیز است. لباس استاندارد شلوار و پیراهن آستین کوتاه است. با این حال پوشیدن کت در آغاز جلسات یا هنگام ملاقات با مقامات رسمی حکومتی لازم است. برای ملاقات رسمی و در طول فصل سرد کت و شلوار کافی است. با این حال در دهلی و مناطق شمالی کشور به دلیل سرمای بیشتر در فصل زمستان، لباسهای گرم بیشتری مورد نیاز است. از پوشیدن لباسهای چرمی که از پوست حیوانات به دست آمده پرهیز شود. در فصل باران های موسمی همراه داشتن لباسهای اضافی، چتر و کیسه های پلاستیکی بزرگ برای خشک نگهداشتن لباسها لازم است. در این میان معمولاً زنان نسبت به مردان پوشش محافظه کارانه تری دارند.

### ۶- هدایای تجاری

در ملاقات اول، نیازی به هدایای تجاری نیست. هدیه زمانی ارائه می شود که رابطه با طرف مقابل گسترش یافته باشد. خودکار، کروات، ماشین حساب و لوازمات میز تحریر از جمله هدایایی است که بین تجار مبادله میشود. به هدیه های ساخت آمریکا خیلی بها میدهند و ارائه هدیه های بزرگ و گران قیمت میتواند موجب در دسر شود. هدیه باید دو دستی تقدیم شود و در صورت دریافت نباید در مقابل ارائه کننده آن باز شود.

### ۷- مشاوره مسافرت

هند به عنوان بزرگترین جمهوری دموکراتیک جهان، کشوری با جمعیت، جغرافیا و آب و هوایی متنوع است. تسهیلات توریستی این کشور بر اساس میزان رفاه و تسهیلات، مراکز جمعیت و حوزه های اصلی توریستی متفاوت است.

### ویزا

تبعه های خارجی هند برای ورود یا خروج با هر هدفی نیاز به یک پاسپورت و ویزا دارند. مسافران، خصوصاً تاجران رسمی دولت های خارجی باید ویزای خود را از سفارت یا کنسولگری هند دریافت نمایند و مسافرانی که بدون ویزا وارد هند شوند فوراً اخراج شده و سفارت و کنسولگری خارجی در هند نمیتوانند هیچ کمکی به آنها نمایند. افرادی که قصد دیدار از هند را دارند، برای ورود نیازمند ویزا هستند مگر اینکه تابعیت هندی داشته باشند. این ویزا باید از سفارت یا کنسولگری هند در کشور فرد متقاضی دریافت شود.

**انواع ویزا:** افراد خارجی می توانند برای وارد شدن به هند در گروه های زیر ویزا دریافت کنند:

✓ **ویزای اشتغال:** برای اشخاصی که به اشتغال در هند تمایل دارند.

✓ **ویزای کاری برای اعضای خانواده:** ویزای ورودی برای همراهان کسانی که برای تجارت یا اشتغال در هند به سر می برند، صادر می شود. همسران یا وابستگان مسافران شاغل در هند باید به طور مجزا اجازه اشتغال در هند را دریافت نمایند. اگر اعضای خانواده فرد خارجی که در هند مشغول به کار است تمایل به اقامت داشته باشند، باید به طور جداگانه در اداره ثبت منطقه ثبت نام نمایند و فرزندان این افراد نیز باید برای حضور در مدارس هند ویزای دانش آموزی دریافت نمایند.

✓ **ویزای تجارت:** دیدار از هند برای تجارت

✓ **ویزای توریستی:** دیدار از هند برای گردشگری

✓ **ویزای دانشجویی:** پیگیری دوره های دانشگاهی و مطالعاتی

✓ **ویزای ورود:** شامل مواردی که در ویزاهای دیگر نیامده است (از جمله خانواده های همراه افراد خارجی)

✓ **ویزای تحقیقات:** پیگیری تحقیقات در هر زمینه ای

✓ **ویزای عبور:** مسافران در حال گذر از این کشور

✓ **ویزای کنفرانس:** برای شرکت در کنفرانس ها

### ۱۰- اجازه اقامت

تمام افراد خارجی که ویزای آنها بیش از ۶ ماه اعتبار دارد، باید تا ۱۴ روز پس از ورود به هند به اداره ثبت منطق های خارجی (FRRO) مراجعه و ثبت نام نمایند. فرد خارجی دارای ویزای معتبر ۶ ماهه یا کمتر که میخواهد بیش از دوره اعتبار ویزای خود در هند بماند باید ۱۸۰ روز پس از ورود به هند، طی ۱۴ روز برای اخذ ویزای بلند مدت اقدام نماید. همچنین هنگام پر کردن درخواست در FRRO پاسپورت و ویزای اصلی مورد نیاز است.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### ۱۱- اجازه راندگی

افراد خارجی با گواهی نامه های راندگی دریافت شده در کشور خود نمیتوانند در هند راندگی کنند. برای این منظور باید گواهینامه راندگی بین المللی کشور خود را داشته باشند که معمولاً برای یک دوره ۶ ماهه معتبر است و یا اینکه میتوانند برای کسب گواهینامه راندگی هندی اقدام نمایند.

### ۱۲- ارتباطات

ارتباط از راه دور، یکی از خدمات اولیه و مهم مورد نیاز برای رشد سریع و مدرنیزاسیون بخش های مختلف اقتصاد است. این بخش در سال های اخیر به علت رشد قابل توجه فناوری اطلاعات و تأثیر

قابل ملاحظه آن بر آرامش اقتصاد اهمیت بیشتری پیدا کرده است و هند به لزوم ایجاد یک رقابت ویژه در IT و خدمات میسر کننده IT پی برده است. تلفن، تلکس، دورنگار و خدمات نامه رسانی الکترونیکی (اینترنت) در هند در دسترس است. بخش مخابرات هند برای راه اندازی به ۴۸ میلیون خط تلفن تجهیز شده است. شبکه مخابراتی با رشد سالیانه ۲۰ درصد در حال گسترش است. هند بیشترین ادارات ثبت را نسبت به کشورهای دیگر دنیا دارد. این کشور به ۱۹ منطقه پستی تقسیم می شود و توسط شبکه ای با بیش از ۱۵۲۷۹۲ اداره پستی و ۱۳۶۰۰۰ دفتر در مناطق روستایی حمایت میگردد.

بخش مخابرات هند در سالهای اخیر رشد سریعی داشته است و در حال حاضر ماهیانه تقریباً ۵ میلیون خط تلفن (ثابت و موبایل) به آن اضافه میشود. دپارتمان مخابرات (DoT)، تحت نظارت وزارت ارتباطات، مسئول کنترل بخش مخابرات است. FDI تا ۴۹ درصد به صورت اتوماتیک و تا ۷۴ درصد با توجه به شرایط برای خدمات مخابراتی مجاز اعلام شده است.

با این حال در مورد خدمات اینترنتی و تجهیزات مخابراتی / فعالیت های تولید تلفن همراه، FDI تا ۱۰۰ درصد نیز اجازه داده می شود. جهت ترویج رقابت در خدمات ملی / بین المللی مسافتهای طولانی، دولت هند شرایط ویژه صدور پروانه را آزاد کرده است. تولیدکنندگان جهانی تجهیزات مخابراتی مانند سامسونگ و ال جی خدمات تولیدی خود را در هند آغاز کرده اند. انتظار می رود تعداد کل مشترکان مخابراتی تا سال های ۲۰۲۵ به ۵۵۰ میلیون برسد.

پیش بینی می شود درآمد دولت از صنعت مخابرات تا سال ۲۰۲۵ به ۴۵ الی ۷۵ میلیارد دلار آمریکا برسد.

### ۱۳- حمل و نقل

هند هفتمین کشور بزرگ دنیا و دومین کشور بزرگ آسیاست که قلمرویی حدود ۳/۲۹ میلیون کیلومتر مربع و جمعیتی بیش از یک میلیارد نفر دارد. بنابراین وجود زیر ساخت کافی برای حمل و نقل، ضروری و حیاتی به نظر میرسد. نیازهای رو به افزایش جمعیت شهری همگام با افزایش قابل ملاحظه در نیازهای صنعتی، تجاری، گردشگری و بازرگانی نقش حیاتی حمل و نقل هوایی را افزایش داده است. شرکت هواپیمایی بین المللی رسمی این کشور، Air India است. خط هوایی اصلی هند، Indian Airlines است که در موارد خطوط بین المللی خاص نیز فعالیت میکند. هند به تدریج به سمت سیاست آسمان های آزاد حرکت می کند. آزاد سازی بازار هوایی مایههنگ باید ظرفیت هوایی و پیشرفت در کیفیت خدمات را به سرعت افزایش دهد. خطوط هوایی Jet Airways و Kingfisher از بهترین خطوط هوایی خصوصی هستند. کشور هند با ۶۰ کشور و ۴۲ خط هوایی خارجی، قرارداد خدمات هوایی دوطرفه دارد و حدوداً ۲۶۰ سرویس هوایی به هند وارد و از آن خارج می شود. حمل و نقل عمومی ۷ روز هفته در هند در دسترس است. پیش رفته ترین شبکه درون شهری در بمبئی وجود دارد که علاوه بر تاکسی های خصوصی و ریکشاهها، در حومه شهر دارای راه آهن پیچیده و شبکه اتوبوسرانی نیز هست. کلکته، چنائی و دهلی از دیگر شهرهای بزرگ دارای امکانات حمل و نقل عمومی هستند. راه آهن هند عملاً راه اصلی این کشور است که حمل کالا و مسافر را در حجم گسترده ای بر

عهده دارد. به طور متوسط روزانه بیش از ۸۳۵۰ قطار فعالیت دارد که افزون بر ۱۲/۵ میلیون مسافر را جابجا می کند. قطارهای باربری نیز بیش از ۱/۳ میلیون تن بار حمل می کنند. در راه آهن هند حدود ۱/۶ میلیون نفر اشتغال دارند. این سیستم چهارمین سیستم بزرگ راه آهن در جهان و اولین سیستم بزرگ در آسیا است. صنعت حمل و نقل دریایی هند، چندان گسترده نیست و شانزدهمین ناوگان بزرگ در دنیا محسوب می شود. رشد کشتیرانی ساحلی در گذشته به جهت بنادر ضعیف یا زیر ساخت نامناسب بارگیری دچار مشکل بوده است. اما با آغاز آزاد سازی اقتصادی، این صنعت در حال رشد است و دولت امیدوار به توسعه کشتیرانی ساحلی است. در حال حاضر کشور هند ۱۲ بندر بزرگ و ۱۸۴ بندر کوچک یا متوسط در گستره ۷۵۱۷ کیلومتر خط ساحلی دارد و بنادر مدرن فنی در چنای و بمبئی است. این بنادر تقریباً از ۹۰ درصد کل تجارت هند حمایت می کند.

### ۱۴- زبان

مردم هند گویش ها و زبان های متنوعی دارند. حداقل ۳۰ زبان و حدود ۲۰۰۰ گویش مختلف وجود دارد. قانون اساسی هند زبان هندی را به عنوان زبان رسمی و زبان انگلیسی را به عنوان زبان رسمی دوم برای ارتباطات رسمی تصریح کرده است. در این کشور استفاده از حروف اختصاری بسیار رایج میباشد که در صورت عدم آشنایی با آنها موجب سردرگمی فرد میشود.

### ۱۵- بهداشت

هند یک شبکه نسبتاً وسیع و توسعه یافته از امکانات پزشکی دارد اما به علت کمبود پزشک، ماما، پرستار و تکنیسین آزمایشگاهی، خصوصاً در مراکز اولیه بهداشتی، در مناطق روستایی خدمات رسانی با مشکل مواجه است. در هند، شرکت های خصوصی به عنوان یک زیر ساخت توسعه ای بیمارستان ها و پلی کلینیک ها، در مناطق اصلی کلان شهرها و شهرهای کوچک و متوسط عمل می کنند. این تسهیلات با تجربیات مدرن و دانش علمی مجهز شده است.

### ۱۶- امکانات پزشکی و اطلاعات بهداشتی

مراقبتهای بهداشتی فوق العاده ای در مراکز جمعیتی اصلی هند وجود دارد اما معمولاً در مناطق روستایی خیلی محدود یا غیر قابل دسترسی است. بازدیدکنندگان از هند باید توجه ویژه ای به بهداشت و آب داشته باشند و مراقب باشند به بیماری مالاریا مبتلا نشوند. افرادی که قصد کوهپیمایی در مناطق کوهستانی شمالی هند را دارند باید به خطر ابتلا به بیماری ارتفاع واقف باشند. قوانین بهداشتی هند تمام افرادی را که از منطقه صحرای بزرگ آفریقا یا دیگر مناطق تب زرد آمده اند را ملزم داشتن کارت واکسیناسیون نسبت به تب زرد می کند.

### ۱۷- زمان محلی

هند ۵/۵ ساعت جلوتر از زمان متوسط گرینویچ (GMT) است و از زمان استاندارد در کل کشور در طول سال استفاده می کند و برنامه افزودن یک ساعت بر ساعات روز در طول تابستان را ندارد.

### ۱۸- تعطیلات عمومی

تعطیلات عمومی توسط دولت مرکزی و دولتهای ایالتی اعلام میشود. سه روز تعطیل ملی شامل روز جمهوری (۲۶ ژانویه)، روز استقلال هند (۱۵ اگوست) و روز تولد گاندی (۲ اکتبر) است. علاوه بر این، تعطیلات متعددی نیز برای جشنواره ها و تاریخ هایی که سال به سال تغییر می کند وجود دارد.



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### ۱۹- تفریح

صنعت تفریح یکی از بخشهای در حال توسعه هند محسوب می شود. پیش بینی می شود این صنعت تا ۲۴/۵ میلیارد دلار آمریکا تا سال ۲۰۲۵ برسد .  
FDI تا ۱۰۰ درصد درآمد در صنعت فیلم، ۴۹ درصد در بخش تلویزیون، ۲۶ درصد در بخش FM و ۲۶ درصد در انتشار روزنامه ها را مجاز اعلام کرده است. پیش بینی می شود که کل درآمد صنایع فیلم، موسیقی و رادیو تا سال ۲۰۲۵ به ترتیب به ۸/۹ میلیارد دلار آمریکا، ۲۷۲ میلیارد دلار آمریکا و ۲۴۴ میلیارد دلار آمریکا برسد.

### اختصارات

اختصارات بکار رفته در گزارش مطالعات بازار هند :

- ADR** American Depository Receipts
- AMT** Association for Manufacturing Technology
- APEDA** Agricultural & Processed Food Products Export Development Authority
- ATM** Air Traffic Management
- B2B** Business to Business
- BIS** Bureau of Indian Standards
- BPO** Business Process Outsourcing
- C&F** Clearing and Forwarding
- CAGR** Compounded Annual Growth Rate
- CBEC** Central Board of Excises Customs
- CBI** The Central Bureau of Investigation
- CBM** Coal Bed Methane
- CGI&E** Central Governments Controller of Imports & Exports
- CERC** Central Electricity Regulatory Commission
- CVD** Countervailing Duty
- DGCI&S** Directorate General of Commercial Intelligence and Statistics
- DGFT** Directorate General of Foreign Trade
- DoT** Department of Telecommunications
- DTA** Domestic Tariff Area
- ECB** External Commercial Borrowing
- EMS** Energy Management System
- EOU** Export Oriented Unit
- EPCG** Export Promotion Capital Goods
- EPZ** Export Processing Zone
- EXIM** Export Import
- FDI** Foreign Direct Investment



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



**FEMA** Foreign Exchange Management Act  
**FICCI** Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry  
**FIIS** Foreign Institutional Investors  
**FII** Foreign Institutional Investor  
**FIPB** Foreign Investment Promotion Board  
**FMCG** Fast Moving Consumer Goods  
**FRRO** Foreign Regional Registration Office  
**GATT** General Agreement on Tariffs and Trade  
**GDP** Gross Domestic Product  
**GDR** Global Depository Receipts  
**GMT** Greenwich Mean Time  
**GOI** Government of India  
**IAMAI** Internet and Mobile Association of India  
**IEM** Industrial Entrepreneur Memoranda  
**ILO** International labor Organization  
**IMTMA** Indian Machine Tool Manufacturers Association  
**INC** Indian National Congress  
**IPP** Independent Power Producers  
**IPR** Intellectual Property Rights  
**IT** Information Technology  
**ITES** IT Enabled Services  
**KPO** Knowledge Process Outsourcing  
**LC** Letter of Credit  
**LLM** Master of Laws  
**MAIT** Manufacturers Association of Information Technology  
**MNCs** Multi National Companies  
**MOP** Indian Ministry of Power  
**MPA** Media Partners Asia  
**MTPA** Million Tons Per Annum  
**NaLCo** National Aluminum Company Limited  
**NBFC** Non – Banking Financial Company  
**NELP** New Exploration Licensing Policy  
**NRI** Non-Resident Indian  
**NRS** National Readership Survey  
**OCBs** Overseas Corporate Bodies  
**PC** Personal Computer  
**PSBs** Public Sector Banks  
**QC** Quantitative restrictions  
**RBI** Reserve Bank of India  
**ROC** Register of Company  
**RS** Redistribution Stockists  
**SCADA** Supervisory Control and Data Acquisition  
**SEBI** Securities and Exchange Board of India  
**SERCs** State Electricity Regulatory Commissions  
**SEZ** Special Economic Zone  
**SIA** Secretariat of Industrial Assistance





## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



**SMEs** Small Medium Enterprises  
**SOHO** Small Office Home Office  
**SPM** Sanitary & Phyto – Sanitary Measures  
**STP** Software Technology Park  
**T&D** Transmission and Distribution  
**TBT** Technical Barriers to Trade  
**TRAI** Telecom Regulatory Authority of India  
**TRIPS** Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights  
**TUFS** Technology Upgradation Fund Plan  
**UNCITRAL** United Nations Commission and International Trade law  
**VAT** Value Added Tax  
**VCF** Venture Capital Funds  
**WCT** WIPO Copyright Treaty  
**WIPO** World Intellectual Property Organization  
**WPPT** WIPO Performances and Phonograms Treaty  
**WTO** World Trade Organization

منابع و مآخذها در گزارش مطالعات هند برای اطلاعات بیشتر :

<https://www.fao.org>

<https://www.trademap.org>

معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه

<https://economic.mfa.ir/>

سفارت جمهوری اسلام ایران دهلی نو

<https://india.mfa.gov.ir/>

Trading Economics تریدینگ اکونومیکس فارسی

<https://fa.tradingeconomics.com/>

International Peace Studies Center

<https://peace-ipsc.org>

وزارت امور خارجه

<https://mfa.gov.ir/>

1) Doing Business in India

2) Doing Business in India, 2006 ERNST & YOUNG PVT. LTD., INDIA

[www.ey.com/indi](http://www.ey.com/indi)

3) [www.ibef.org](http://www.ibef.org)

4) CIA–The World Factbook,

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>

### Government Sites:

• [www.chemexcil.gov.in](http://www.chemexcil.gov.in)

• [www.dgft.gov.in](http://www.dgft.gov.in)

• [www.cbec.gov.in](http://www.cbec.gov.in)

• [www.dgft.delhi.nic.in](http://www.dgft.delhi.nic.in)



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



- [www.leatherindia.org](http://www.leatherindia.org)
- [www.gjepc.org](http://www.gjepc.org)
- [www.cashewindia.org](http://www.cashewindia.org)
- [www.plexcon.org](http://www.plexcon.org)
- [www.exportindia.org](http://www.exportindia.org)
- [www.cbec.gov.in/cae/excise/cx-main-pg.htm](http://www.cbec.gov.in/cae/excise/cx-main-pg.htm)
- [www.commerce.nic.in/epc.htm](http://www.commerce.nic.in/epc.htm)

### Export Promotion Sites:

- Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority [www.apeda.com](http://www.apeda.com)
- Carpet Export Promotion Council  
[www.indiancarpets.com](http://www.indiancarpets.com)
- Cashew Export Promotion Council of India  
[www.cashewindia.com](http://www.cashewindia.com)
- Chemicals and Allied Products Export Promotion Council  
[www.capixel.com](http://www.capixel.com)
- Coffee Board  
[www.indiacoffee.org](http://www.indiacoffee.org)
- Cotton Textiles Export Promotion Council  
[www.texprocil.com](http://www.texprocil.com)
- Council for Leather Exports  
[www.leatherindia.org](http://www.leatherindia.org)
- Engineering Export Promotion Council  
[www.eepc.gov.in](http://www.eepc.gov.in)
- Electronics & Computer Software Export Promotion Council [www.indiasources.com](http://www.indiasources.com)
- Export Promotion Council for Handicrafts  
[www.epch.com](http://www.epch.com)
- Gem & Jewellery Export Promotion Council  
[www.gjepc.org](http://www.gjepc.org)
- Handloom Export Promotion Council  
[www.hepcindia.com](http://www.hepcindia.com)
- Indian Silk Export Promotion Council  
[www.silkepc.com](http://www.silkepc.com)
- Marine Products Export Development Authority  
[www.mpeda.com](http://www.mpeda.com)
- Overseas Construction Council of India  
[www.projectexports.com](http://www.projectexports.com)
- The Plastics Export Promotion Council  
[www.plexcouncil.org](http://www.plexcouncil.org)
- Powerloom Dev. and Export Promotion Council  
[www.pdexcil.com](http://www.pdexcil.com)
- Shellac Export Promotion Council  
[www.shellacepc.com](http://www.shellacepc.com)
- Spices Board



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



### [www.indianspices.com](http://www.indianspices.com)

- Sports Goods Export Promotion Council

### [www.sportsgoodsindia.in](http://www.sportsgoodsindia.in)

- Tea Board

### [www.teaindia.org](http://www.teaindia.org)

- Tobacco Board

### [www.indiantobacco.com](http://www.indiantobacco.com)

### **Chamber Of Commerce:**

- Confederation of Indian Industry

### [www.cii.in](http://www.cii.in)

- Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry

### [www.ficci.com](http://www.ficci.com)

- Federation of Indian Export Organisation (FIEO)

### [www.fieo.com](http://www.fieo.com)

- The Associated Chambers of Commerce and Ind. of India

### [www.assochem.org](http://www.assochem.org)

- Federation of Indian Micro and Small & Medium Enterprises (FISME)

### [www.fisme.org.in](http://www.fisme.org.in)

### **Indian Banks:**

- Allahabad Bank

### [www.allahabadbank.com](http://www.allahabadbank.com)

- Andhra Bank

### [www.andhrabank-india.com](http://www.andhrabank-india.com)

- Bank of Baroda

### [www.bankofbaroda.com](http://www.bankofbaroda.com)

- Bank of India

### [www.boiusa.com](http://www.boiusa.com)

- Bank of Maharashtra

### [www.maharashtrabank.com](http://www.maharashtrabank.com)

- Bank of Punjab

### [www.bankofpunjab.com](http://www.bankofpunjab.com)

- Bank of Rajasthan

### [www.bankofrajasthan.com](http://www.bankofrajasthan.com)

- Canara Bank

### [www.canbankindia.com](http://www.canbankindia.com)

- Corporation Bank

### [www.corpbank.com](http://www.corpbank.com)

- Dena Bank

### [www.denabank.com](http://www.denabank.com)

- Dhanalakshmi Bank

### [www.dhanbank.com](http://www.dhanbank.com)



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



- Export-Import Bank of India  
[www.eximbankindia.com](http://www.eximbankindia.com)
- Federal Bank Limited  
[www.federal-bank.com](http://www.federal-bank.com)
- Global Trust Bank Limited  
[www.globaltrustbank.com](http://www.globaltrustbank.com)
- Guardian Sahakara Bank Niyamita  
[www.guardianbank.org](http://www.guardianbank.org)
- HDFC Bank  
[www.hdfcbank.com](http://www.hdfcbank.com)
- Indian Bank  
[www.indian-bank.com](http://www.indian-bank.com)
- IDBI Bank  
[www.idbi.com](http://www.idbi.com)
- Indusind Bank Limited  
[www.indusind.com](http://www.indusind.com)
- Indian Overseas Bank  
[www.iob.com](http://www.iob.com)
- Jammu & Kashmir Bank Ltd.  
[www.jammuandkashmirbank.com](http://www.jammuandkashmirbank.com)
- National Bank for Agriculture and Rural Development  
[www.nabard.org](http://www.nabard.org)
- Punjab and Maharashtra Co-operative Bank Ltd.  
[www.pmcbank.com](http://www.pmcbank.com)
- Oriental Bank of Commerce  
[www.obcindia.com](http://www.obcindia.com)
- South Indian Bank Ltd.  
[www.southindianbank.com](http://www.southindianbank.com)
- Punjab National Bank  
[www.pnbindia.com](http://www.pnbindia.com)
- State Bank of Indore  
[www.indorebank.org](http://www.indorebank.org)
- State Bank of Hyderabad  
[www.sbhyd.com](http://www.sbhyd.com)
- State Bank of Saurashtra  
[www.sbsbank.com](http://www.sbsbank.com)
- State Bank of India  
[www.in.dir.yahoo.com](http://www.in.dir.yahoo.com)
- Thane Janta Sahakari Bank Ltd.  
[www.thanejanata.co.in](http://www.thanejanata.co.in)
- State Bank of Mysore  
[www.webindia.com](http://www.webindia.com)
- UCO Bank  
[www.ucobank.com](http://www.ucobank.com)
- State Bank of Travancore  
[www.sbtr.com](http://www.sbtr.com)



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )



- UTI Bank

[www.utibank.com](http://www.utibank.com)

- Syndicate Bank

[www.syndicatebank.com](http://www.syndicatebank.com)

- Vijaya Bank

[www.vijayabank.com](http://www.vijayabank.com)

- Times Bank

[www.timesbank.com](http://www.timesbank.com)

- Union Bank of India (UBI)

[www.unionbankofindia.com](http://www.unionbankofindia.com)

- ING Vysya Bank

[www.ingvysyabank.com](http://www.ingvysyabank.com)

### Foreign Banks:

- ABN Amro Bank

[www.abnamroindia.com](http://www.abnamroindia.com)

- Abu Dhabi Commercial Bank

[www.adcbidia.com](http://www.adcbidia.com)

- American Express

[www24.americanexpress.com](http://www24.americanexpress.com)

- ANZ Grindlays Bank

[www.anz.com](http://www.anz.com)

- Bank of America

[www.bankofamerica.com](http://www.bankofamerica.com)

- Bank of Tokyo

[www.btmny.com](http://www.btmny.com)

- Citibank

[www.citibank.com](http://www.citibank.com)

- ICICI Bank

[www.icicibank.com](http://www.icicibank.com)

- HSBC

[www.in.hsbc.com](http://www.in.hsbc.com)

- Standard Chartered Bank

[www.standardchartered.com](http://www.standardchartered.com)

- State Bank of Mauritius Ltd.

[www.sbmonline.com](http://www.sbmonline.com)

- The Development Bank of Singapore

[www.dbs.com](http://www.dbs.com)

- Societe Generale - The French And International Bank [www.socgen.com](http://www.socgen.com)

- The Bank of Nova Scotia

[www.scotiabank.com](http://www.scotiabank.com)

- The Chase Manhattan Bank

[www.cmb.com](http://www.cmb.com)



## Industry Associations in India:

- Automotive Components Manufacturers Association of India (ACMA)  
[www.acmainfo.com](http://www.acmainfo.com)
- All India Biotech Association (AIBA)  
[www.aibaonline.com](http://www.aibaonline.com)
- Builders' Association of India  
[www.baidc.com](http://www.baidc.com)
- Cement Manufacturers' Association  
[www.cmaindia.org](http://www.cmaindia.org)
- Consulting Engineers Association of India  
[www.ceaindia.org](http://www.ceaindia.org)
- All India Plastics Manufactures Association  
[www.aipma.org](http://www.aipma.org)
- Indian Drug Manufacturers Association (IDMA)  
[www.idma-assn.org](http://www.idma-assn.org)
- All India Distillers' Association  
[www.aidaindia.org](http://www.aidaindia.org)
- Indian Electrical & Electronics Manufacturers' Association [www.ieema.org](http://www.ieema.org)
- Indian Chemical Manufacturers Association  
[www.icmaindia.com](http://www.icmaindia.com)
- Hotel Association of India  
[www.hotelassociationofindia.com](http://www.hotelassociationofindia.com)
- Darjeeling Planters Association  
[www.darjeelingtea.com](http://www.darjeelingtea.com)
- Electronic Component Industries Association  
[www.elcina.com](http://www.elcina.com)
- Federation of Hotel & Restaurant Association of India (FHRAI) [www.fhrai.com](http://www.fhrai.com)
- The Fertiliser Association of India (FAI)  
[www.fertindia.com](http://www.fertindia.com)
- Indian Machine Tool Manufacturers' Association  
[www.imtma.org](http://www.imtma.org)
- Indian Association of Tour Operators  
[www.iato.info](http://www.iato.info)
- Internet Service Providers Association of India  
[www.ispai.com](http://www.ispai.com)
- Indian Jute Industries Research Association  
[www.ijira.org](http://www.ijira.org)
- Indian Small Scale Paint Association  
[www.isspa.org](http://www.isspa.org)
- Organization of Plastic Processors of India  
[www.oppindia.org](http://www.oppindia.org)
- Silk Association Of India  
[www.silkassociation.com](http://www.silkassociation.com)



## مطالعات بازار کشور هند

( با رویکرد بازار کیوی )

