



اتاق بازرگانی  
صنایع، معادن و کشاورزی  
اصفهان  
ISFAHAN CHAMBER OF COMMERCE  
INDUSTRIES, MINES AND AGRICULTURE

# بررسی فرصت‌های تجارت بین الملل با کشور هندوستان



تهیه و تنظیم:

واحد بازاریابی و روابط بین الملل

دی ماه ۹۹

## شناسنامه پژوهش

نام پژوهش: گزارش « بررسی فرصت‌های تجارت بین‌الملل با کشور هند »

کد شناسایی: ۲۱۱۲۱۹۹۱۰۱۸

تهیه و تنظیم: واحد بازاریابی و روابط بین‌الملل

پژوهشگر: صادق صابری، فاطمه نورشرق، الهام عباسی

تاریخ انتشار: دی ماه ۱۳۹۹

صاحب‌امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان



## پیشگفتار

امروزه تجارت بین‌الملل به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه و رشد اقتصادی کشورها از طریق افزایش فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. پیوستن به زنجیره ارزش جهانی و توسعه صادرات در کشورهای در حال توسعه زمینه بهبود رقابت پذیری را در این کشورها فراهم می‌کند و افزایش ارزش افزوده محصولات، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و ایجاد فرصت‌های شغلی را به همراه خواهد داشت.

در ایران نیز اهمیت توسعه صادرات غیرنفتی لزوم دسترسی به بازارهای جهانی را بیش از پیش آشکار می‌سازد. در این راستا واحد بازاریابی و روابط بین‌الملل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان بر آن شده تا پتانسیل‌های صادراتی استان و ایران را در زمینه نیازهای عمده وارداتی به سایر کشورها مورد بررسی قرار دهد. گزارش پیش‌رو، نتیجه بررسی نیازهای عمده وارداتی کشور هندوستان و واکاوی زمینه‌های صادراتی آن‌ها در استان و ایران است که نهایتاً به فهرستی از کالاها بر اساس کد کالایی شش‌رقمی منتج می‌شود. امید است که در جهت افزایش آگاهی فعالان این حوزه مفید واقع شود.

## ۱ مقدمه

هندوستان به عنوان یکی از وسیع ترین کشورهای جهان واقع در آسیای جنوبی، با پاکستان، چین، نپال، بوتان، میانمار و بنگلادش مرز مشترک دارد. پایتخت این کشور دهلی نو، واحد پول روپیه و زبان رسمی هندی انگلیسی می باشد. ایران به لحاظ سابقه زیاد و ارتباط مستمر با هندوستان، در فرهنگ و تمدن این کشور تاثیر بسزایی داشته و روابط، تعاملات و اشتراکات فرهنگی ایران و هند، به بیش از سه هزار سال قبل و مهاجرت آریایی ها باز می گردد.

جغرافیای هند به طور کلی به سه بخش تقسیم می شود: فلات بلند هیمالیا، جلگه گنگ و شبه جزیره جنوب هند که مناطق مختلف کوهستانی، دره رودخانه‌ای، کویر، دشت و جنگل را در بر می گیرد. بلندترین نقطه این کشور، قله کانچنجونگا، با ارتفاع ۸۵۶۸ متر در هیمالیا قرار دارد، که سومین قله مرتفع جهان است.

هند با یک میلیارد و ۳۸۰ میلیون نفر جمعیت پس از چین، دومین کشور پرجمعیت دنیاست و به همین دلیل از بازار مصرف بالقوه ای شامل ۱۸ درصد جمعیت جهان، برخوردار می باشد. هند سهمی حدود ۲/۵ درصد از واردات کالایی جهان در سال ۲۰۱۹ را به خود اختصاص داده است. طبق آمارهای رسمی دولت هند حدود ۸۳٪ هندو، ۱۱٪ مسلمان، ۳٪ مسیحی، ۲٪ سیک و کم تر از ۱٪ بودایی هستند.

بندر بمبئی (مومبای) با جمعیتی نزدیک به ۱۸ میلیون نفر، پرجمعیت ترین شهر هند است. بمبئی، دهلی، کلکته، مدرس، بنگلور، حیدرآباد، آگرا، میسور، جی پور، گوا، پونا، بوپال، تریواندروم، سورات، کانپور و احمدآباد از شهرهای مهم این کشور پهناور هستند.

هندوستان در سازمان‌های بین المللی و منطقه ای همچون اتحادیه پایاپای آسیائی، سارک، بانک توسعه آسیائی و سازمان تجارت جهانی عضویت دارد. کارشناسان اقتصادی پیش بینی می کنند که در سال‌های آینده هند به رشد اقتصادی ۱۰٪ در سال نیز نائل شود. اگرچه روزی نام هند فقر و تنگدستی را به یاد می آورد، اکنون پیشرفت‌های اقتصادی و رنسانس علمی این کشور توجه همگان را به خود جلب کرده است.

## ۲ اقتصاد هند

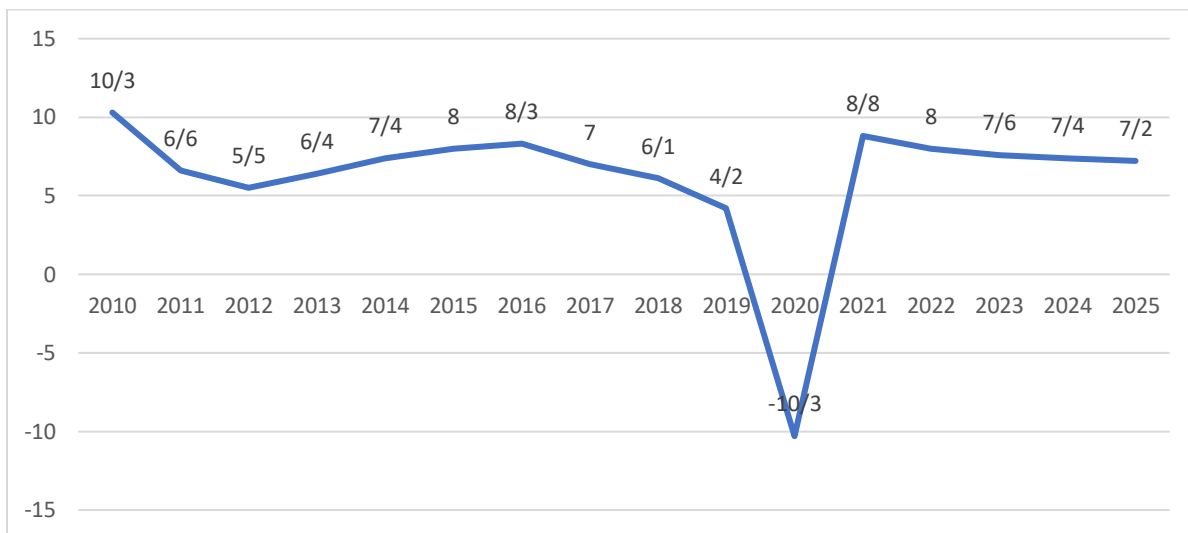
اقتصاد هند پس از تجربه رکود ناشی از بحران ارزی در نیمه دوم سال ۲۰۱۸، در سال ۲۰۱۹ بهبود نسبی را تجربه کرده است. مصرف خصوصی و عمومی در سال ۲۰۱۹، به واسطه رشد اعتبارات و اعمال سیاست های مالی انبساطی افزایش یافت و پول هند پس از رسیدن به پایین ترین رکورد در آگوست ۲۰۱۸، مجدداً مقداری از ارزش خود را در برابر دیگر ارزهای اصلی بین المللی بازیابی کرد.

انتظار می رود کشور هند تا سال ۲۰۲۴ از چین، به عنوان پرجمعیت ترین کشور جهان، پیشی بگیرد. اگرچه این کشور دارای بیشترین جمعیت جوان در جهان است، با این حال طبق داده های سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) بیش از ۳۰٪ از جوانان هند شاغل و یا در حال تحصیل و آموزش نمی باشند. لازم به ذکر است که سرانه تولید ناخالص داخلی هند پایین است و تقریباً ۲۵٪ از جمعیت این کشور زیر خط فقر زندگی می کنند.

اگرچه هند در سال های اخیر جزو چابک ترین اقتصادهای جهان بوده و با رشد بالغ بر ۸ درصد رکورددار رشد اقتصادی در بین اقتصادهای بزرگ جهان شناخته شده است. اما حتی قبل از آغاز بحران کرونا نیز، روند کاهش نرخ رشد اقتصادی هند آغاز شده بود. در سال ۲۰۱۹ نرخ رشد اقتصادی هند به کمترین میزان خود پس از بحران جهانی ۲۰۰۸ رسید و این کشور جایگاه خود به عنوان چابک ترین اقتصاد بزرگ جهان را از دست داد. داده های منتشر شده از سوی دفتر ملی آمار هند حاکی از این است که شاخص هایی مانند مخارج مصرف کننده، سرمایه گذاری بخش خصوصی و صادرات طی سه ماهه اول ۲۰۲۰ افت شدیدی داشته اند. فعالیت در بخش های تجارت، هتلداری و حمل و نقل در این دوره سه ماهه به طور متوسط ۴۷ درصد افت داشته و تولیدات بخش صنعت هند نیز ۳۹ درصد کاهش یافته است. تنها نقطه روشن اقتصاد هند در سه ماهه اول ۲۰۲۰، بخش کشاورزی این کشور بوده که به لطف بارش های سنگین در فصل باران های موسمی این سال، سطح تولید ناخالص آن را نسبت به دوره مشابه سال قبل ۳،۴ درصد افزایش داده است.

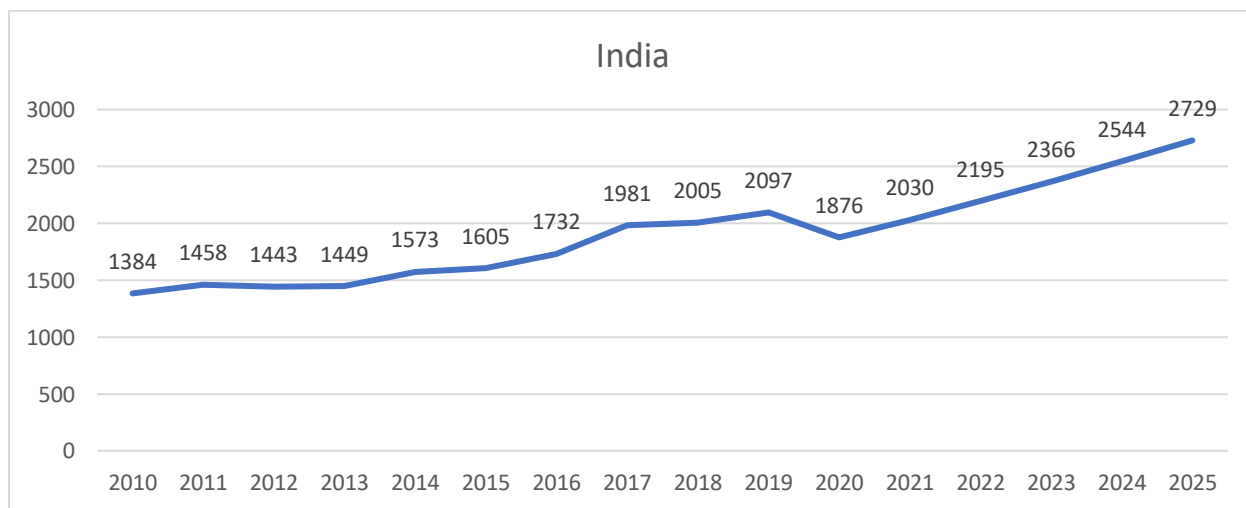
بنابر داده های صندوق بین المللی پول، رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۰ به دلیل شیوع COVID-۱۹ به ۱۰/۳- درصد کاهش یافته و پیش بینی می شود در سال ۲۰۲۱ با توجه به بهبود اقتصاد جهانی پس از همه گیری به ۸/۸ درصد افزایش یابد. نمودار (۱)، روند رشد اقتصادی واقعی هند تا سال ۲۰۲۰ را نشان می دهد و روند احتمالی رشد این اقتصاد را تا سال ۲۰۲۵ پیش بینی می نماید.

نمودار ۱- روند رشد اقتصادی واقعی هند و پیش‌بینی آن تا سال ۲۰۲۵-درصد



منبع داده‌ها: صندوق بین‌المللی پول

نمودار ۲- سرانه تولید ناخالص داخلی- دلار

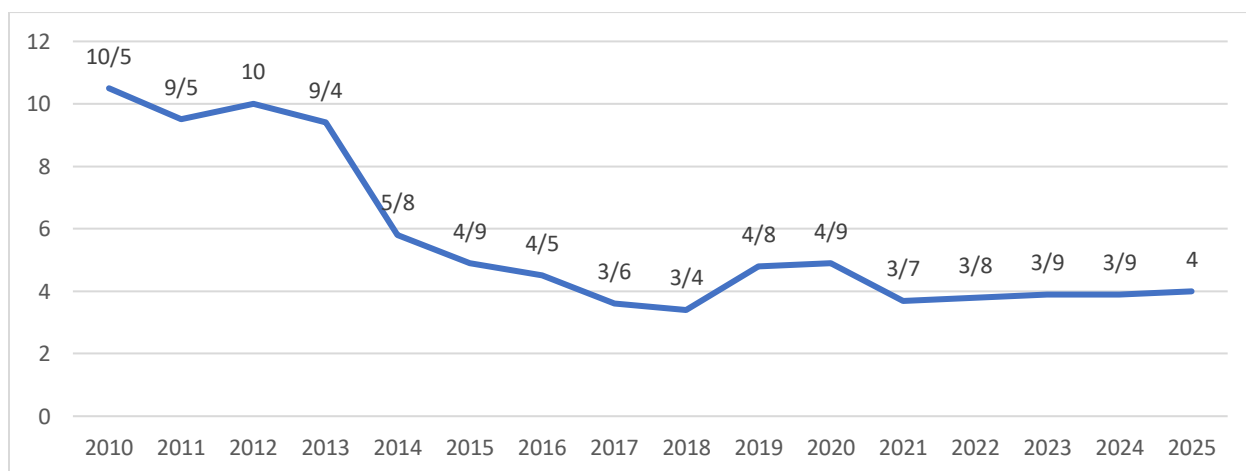


منبع داده‌ها: صندوق بین‌المللی پول

## ۲.۱ نرخ تورم

نمودار (۳)، نرخ تورم کشور هند را نشان می‌دهد. تورم هند از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۸ روند نزولی داشت، اما در سال های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰ روند صعودی شده و پیش بینی می‌شود در سال ۲۰۲۱ مجدداً کاهش یابد.

نمودار ۳- درصد نرخ تورم مصرف کننده

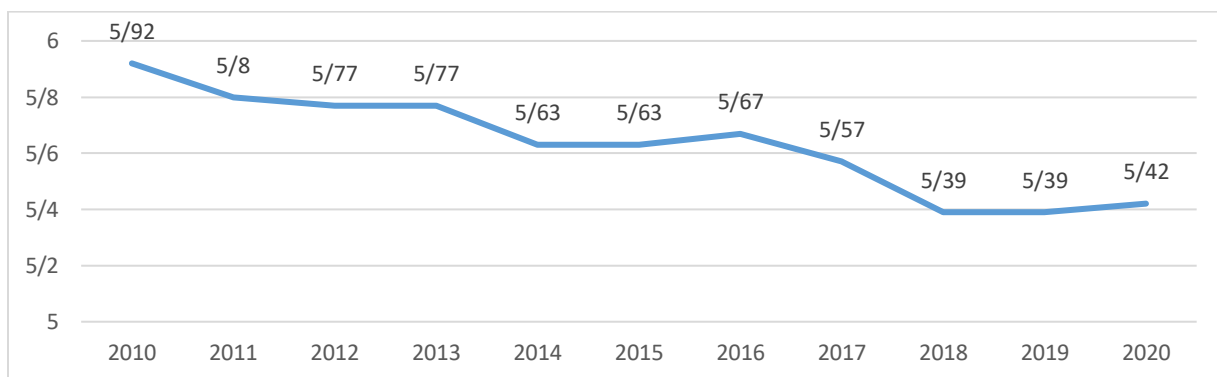


منبع داده‌ها: صندوق بین‌المللی پول

## ۲.۲ نرخ بیکاری

نمودار (۴)، نرخ بیکاری کشور هند را نشان می‌دهد. نرخ بیکاری در کشور هند طی ۲۰۱۰-۲۰۲۰ همواره در بازه ۵/۳۹ تا ۵/۹۲ درصد در تغییر بوده است.

نمودار ۴- نرخ بیکاری-درصد



منبع داده‌ها: بانک جهانی

### ۲,۳ شاخص‌های سهولت کسب‌وکار کشور

جدول (۱)، شاخص‌های سهولت کسب‌وکار کشور را بر اساس گزارش کسب‌وکار (۲۰۲۰) نشان می‌دهد. در این گزارش بانک جهانی وضعیت سهولت انجام کسب‌وکار در ۱۹۰ کشور و در ۱۰ حوزه شامل: شروع کسب‌وکار، دریافت مجوزهای ساخت، دریافت برق، ثبت مالکیت، دریافت اعتبار، حمایت از سرمایه‌گذاران خرد، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، اجرای قراردادها، حل و فصل ورشکستگی و مقررات بازار کار را مورد بررسی قرار داده است. مطابق با گزارش کسب‌وکار ۲۰۲۰ رتبه هند ۶۳ و رتبه ایران ۱۲۷ بوده است.

جدول (۱): شاخص‌های سهولت کسب‌وکار بر اساس گزارش کسب‌وکار (۲۰۲۰)

رتبه ایران	رتبه هند	شاخص
۱۷۸	۱۳۶	شروع کسب‌وکار
۷۳	۲۷	دریافت مجوزهای ساخت
۱۱۳	۲۲	دریافت برق
۷۰	۱۵۴	ثبت مالکیت
۱۰۴	۲۵	دریافت اعتبار
۱۲۸	۱۳	حمایت از سرمایه‌گذاران خرد
۱۴۴	۱۱۵	پرداخت مالیات
۱۲۳	۶۸	تجارت فرامرزی
۹۰	۱۶۳	اجرای قراردادها
۱۳۳	۵۲	حل و فصل ورشکستگی

منبع: بانک جهانی

### ۲,۴ شاخص‌های جهانی رقابت پذیری

جدول (۲)، عملکرد اقتصادی هند را از منظر مهم‌ترین شاخص‌های جهانی رقابت‌پذیری در سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات این جدول کشور هند به لحاظ شاخص رقابت‌پذیری در بین ۱۴۱ کشور حائز رتبه ۵ بوده است.



جدول (۲): عملکرد اقتصادی هند به لحاظ مهمترین شاخص های جهانی رقابت پذیری ۲۰۱۹

شاخص رقابت پذیری	نهادها	ساختار	پذیرش ICT	پایداری اقتصاد کلان	سلامت	مهارت	بازار محصولات	بازار نیروی کار	سیستم مالی	اندازه بازار	پویایی کسب و کار	قابلیت نوآوری
۵	۶	۴	۱۷	۱	۵	۱	۲۵	۲	۴	۳۹	۲۲	۳

منبع: گزارش رقابت پذیری جهانی ۲۰۱۹

### ۳ بخش های اصلی صنعت

هند چهارمین قدرت کشاورزی جهان است. کشاورزی ۱۶٪ از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می دهد و ۴۱,۵٪ از جمعیت فعال این کشور را به کار می گیرد، که البته میزان هر دو نرخ در سال های اخیر کاهش یافته است. عمده محصولات کشاورزی این کشور گندم، ارزن، برنج، ذرت، نیشکر، چای، سیب زمینی و پنبه است. هند همچنین دومین تولیدکننده بزرگ گاو، سومین تولیدکننده گوسفند و چهارمین تولیدکننده آبزیان در جهان است.

بخش صنعت ۲۶,۲٪ از نیروی کار هندوستان را بکار می گیرد و ۲۴,۹٪ از تولید ناخالص داخلی را تشکیل می دهد. زغال سنگ منبع اصلی انرژی این کشور است (هند سومین تولیدکننده زغال سنگ در جهان است). در صنعت تولید، نساجی نقش غالب را دارد. صنایع شیمیایی دومین بخش بزرگ صنعتی است.

پویاترین بخش اقتصاد هند، خدمات است. این بخش تقریباً نیمی از تولید ناخالص داخلی (۴۹,۹٪) را تشکیل می دهد و ۳۲,۳٪ از نیروی کار را استخدام می کند. بخش نرم افزاری که به سرعت در حال رشد است، صادرات خدمات و مدرنیزه کردن اقتصاد هند را تقویت کرده است. شایان ذکر است که این کشور با سرمایه نیروی انسانی تحصیل کرده و انگلیسی زبان خود، به یک صادرکننده عمده خدمات IT، خدمات برون سپاری تجارت و کارمندان مسلط بر نرم افزار تبدیل شده است.

جدول (۲): تفکیک بخش های مختلف اقتصاد

کشاورزی	صنعت	خدمات	تقسیم فعالیت اقتصادی بر اساس بخش
۴۱/۵	۲۶/۲	۳۲/۳	اشتغال (در درصد کل اشتغال)
۱۶	۲۴/۹	۴۹/۹	ارزش افزوده (درصد در تولید ناخالص داخلی)
۳/۷	۱/۸	۷	ارزش افزوده (درصد تغییرات سالانه)

#### ۴ مبادلات تجاری هند با جهان

جدول (۳)، روند صادرات و واردات کشور هند به/ از جهان و تراز تجاری این کشور را نشان می دهد. بر اساس اطلاعات این جدول تراز تجاری هند با جهان در طی سال های ۲۰۱۰-۲۰۱۹ همواره منفی بوده است.

جدول (۳): روند صادرات و واردات هند به/ از جهان (میلیارد دلار)

سال	صادرات هند به جهان	واردات هند از جهان	تراز تجاری
۲۰۱۰	۲۲۰	۳۵۰	-۱۳۰
۲۰۱۱	۳۰۱	۴۶۲	-۱۶۱
۲۰۱۲	۲۸۹	۴۸۸	-۱۹۹
۲۰۱۳	۳۳۶	۴۶۶	-۱۳۰
۲۰۱۴	۳۱۷	۴۵۹	-۱۴۲
۲۰۱۵	۲۸۸	۴۳۲	-۱۴۴
۲۰۱۶	۲۶۰	۳۵۷	-۹۷
۲۰۱۷	۲۹۶	۴۴۴	-۱۴۸
۲۰۱۸	۳۲۴	۵۰۷	-۱۸۴
۲۰۱۹	۳۲۳	۴۸۰	-۱۵۷

منبع: Trade map

## ۴.۱ مهم‌ترین کالاهای مبادله شده با جهان

جدول (۴)، ده کالای صادراتی از هند به جهان را بر اساس ارزش صادراتی در سال ۲۰۱۹ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۴)، سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی، فلزات گرانبها، سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات تقطیر آنها و قطعات ماشین‌آلات، وسایل مکانیکی، راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار و لوازم جانبی آنها، به ترتیب سه گروه کالا با بیشترین ارزش صادراتی از هند بوده‌اند.

جدول (۴): کالاهای صادراتی هند به جهان بر اساس ارزش صادراتی در سال ۲۰۱۹

ردیف	کالا	ارزش (میلیارد دلار)
۱	سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی، فلزات گرانبها	۳۷
۲	سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات تقطیر آنها	۴۴
۳	قطعات ماشین‌آلات، وسایل مکانیکی، راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار	۲۱
۴	وسایل نقلیه غیر از قطار راه آهن یا تراموا، و قطعات و لوازم جانبی آنها	۱۷
۵	مواد شیمیایی آلی	۱۸
۶	محصولات دارویی	۱۰
۷	آهن و فولاد	۱۶
۸	محصولات پوشاک و لوازم جانبی غیر بافتنی	۹
۹	ماشین‌آلات و تجهیزات الکتریکی و قطعات آن؛ ضبط و پخش کننده‌های صوتی، تلویزیون	۱۵
۱۰	محصولات پوشاک و لوازم جانبی، بافتنی یا قلاب دوزی	۸

منبع: Trade map

جدول (۵)، ده کالای وارداتی به هند از جهان را بر اساس ارزش وارداتی در سال ۲۰۱۹ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۵)، سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات تقطیر آنها، مروارید طبیعی یا کشت شده، سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی، فلزات گرانبها، و ماشین‌آلات و تجهیزات الکتریکی و قطعات آن و ضبط و پخش کننده‌های صوتی، تلویزیون؛ به ترتیب سه گروه کالا با بیشترین ارزش وارداتی به هند بوده‌اند.

جدول (۵): کالاهای وارداتی هند از جهان بر اساس ارزش در سال ۲۰۱۹

ردیف	کالا	ارزش (میلیارد دلار)
۱	سوخت های معدنی، روغن های معدنی و محصولات تقطیر آنها	۱۵۳
۲	مروارید طبیعی یا کشت شده، سنگ های قیمتی و نیمه قیمتی، فلزات گرانبها	۶۰
۳	ماشین آلات و تجهیزات الکتریکی و قطعات آن، ضبط و پخش کننده های صوتی، تلویزیون	۵۰
۴	ماشین آلات، وسایل مکانیکی، راکتورهای هسته ای، دیگ های بخار؛ قطعات آن	۴۴
۵	مواد شیمیایی آلی	۲۱
۶	پلاستیک و محصولات آن	۱۵
۷	چربی ها و روغن های گیاهی و حیوانی	۱۰
۸	آهن و فولاد	۱۲
۹	دستگاه های عکس برداری، نوری، پزشکی و دیگر دستگاه ها	۹
۱۰	انواع کود	۷

منبع: Trade map

## ۵ مبادلات تجاری با ایران

جدول (۶)، روند تجارت دوجانبه ایران و هند را طی ۲۰۱۹ - ۲۰۱۰ نشان می دهد. براساس جدول (۶)، تراز تجاری ایران در سال های اخیر بیشتر منفی بوده است.

جدول (۶): روند تجارت دوجانبه ایران و هند (میلیارد دلار)

سال	صادرات ایران	واردات ایران	تراز تجاری
۲۰۱۰	۱/۶۷	۱/۷۴	-۰/۰۷۵
۲۰۱۱	۲/۵۸	۱/۲۸	۱/۳
۲۰۱۲	۲/۷۴	۱/۵۷	۱/۱۴
۲۰۱۳	۲/۵۱	۳/۷۴	-۱/۲۲
۲۰۱۴	۲/۱۵	۴/۱۱	-۱/۹۶
۲۰۱۵	۲/۲	۳/۱۲	-۰/۸۴۷
۲۰۱۶	۲/۵	۲/۴۱	۰/۱۴۹
۲۰۱۷	۲/۵	۲/۵۹	-۰/۰۱۰
۲۰۱۸	۲	۲/۸۵	-۰/۸۳۹
۲۰۱۹	۱/۵۷	۳/۶۷	-۲/۰۹

منبع: ITC

### ۵.۱ مهم‌ترین کالاهای مبادله شده با ایران

جدول (۷)، ده مورد از مهم‌ترین کالاهای صادراتی از ایران به هند را بر اساس ارزش صادراتی در سال ۱۳۹۸ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۷)، محصولات شیمیایی آلی، انواع خشکبار، کود اوره؛ بیشترین میزان صادرات از ایران به کشور هند را داشته است.

جدول (۷): کالاهای صادراتی ایران به هند بر اساس ارزش صادراتی در سال ۱۳۹۸

ردیف	کالا	ارزش (میلیون دلار)
۱	محصولات شیمیایی آلی	۲۹۶
۲	انواع خشکبار	۶۸
۳	کود اوره	۶۰
۴	سنگ، سولفور، نمک و..	۳۸
۵	مواد شیمیایی غیر آلی	۳۲



۱۶	آهن و استیل	۶
۱۴	سایر مواد شیمیایی	۷
۶	کنسانتره فلزات، خاکستر و سرباره	۸
۵	سایر کالاها ذکر نشده در جای دیگر	۹
۵	انواع پلاستیک و محصولات ساخته شده از آن	۱۰

منبع: Trademap

جدول (۸)، ده کالای وارداتی مهم ایران از هند را بر اساس ارزش وارداتی در سال ۱۳۹۸ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۸)، غلات، مواد شیمیایی آلی، روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها، به ترتیب سه گروه کالا با بیشترین ارزش واردات از هند به ایران بوده‌اند.

جدول (۸): کالاهای وارداتی ایران از هند بر اساس ارزش در سال ۱۳۹۸

ارزش (میلیون دلار)	کالا	ردیف
۱۶۲۲	غلات	۱
۳۶۷	مواد شیمیایی آلی	۲
۲۶۴	روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها	۳
۲۶۱	چای، ادویه، قهوه	۴
۲۳۷	شکر خام	۵
۱۹۸	آخال و تفاله صنایع غذایی و خوراک دام	۶
۱۲۵	سایر مواد شیمیایی	۷
۱۱۷	انواع کاغذ و مقوا	۸
۱۰۶	الیاف سنتتیک غیریکسره، از آکرلیک یا مدآکرلیک، حلاجی نشده، شانه نزده	۹
۷۹	پلاستیک و اشیاء ساخته شده از پلاستیک	۱۰

منبع: Trade map

## ۶ شرکای تجاری هند

بر اساس اطلاعات منتشر شده توسط ITC، ده شریک عمده تجاری هند در سال ۲۰۱۹ در جدول (۹) معرفی شده‌اند.

جدول (۹): شرکای عمده تجاری کشور هند

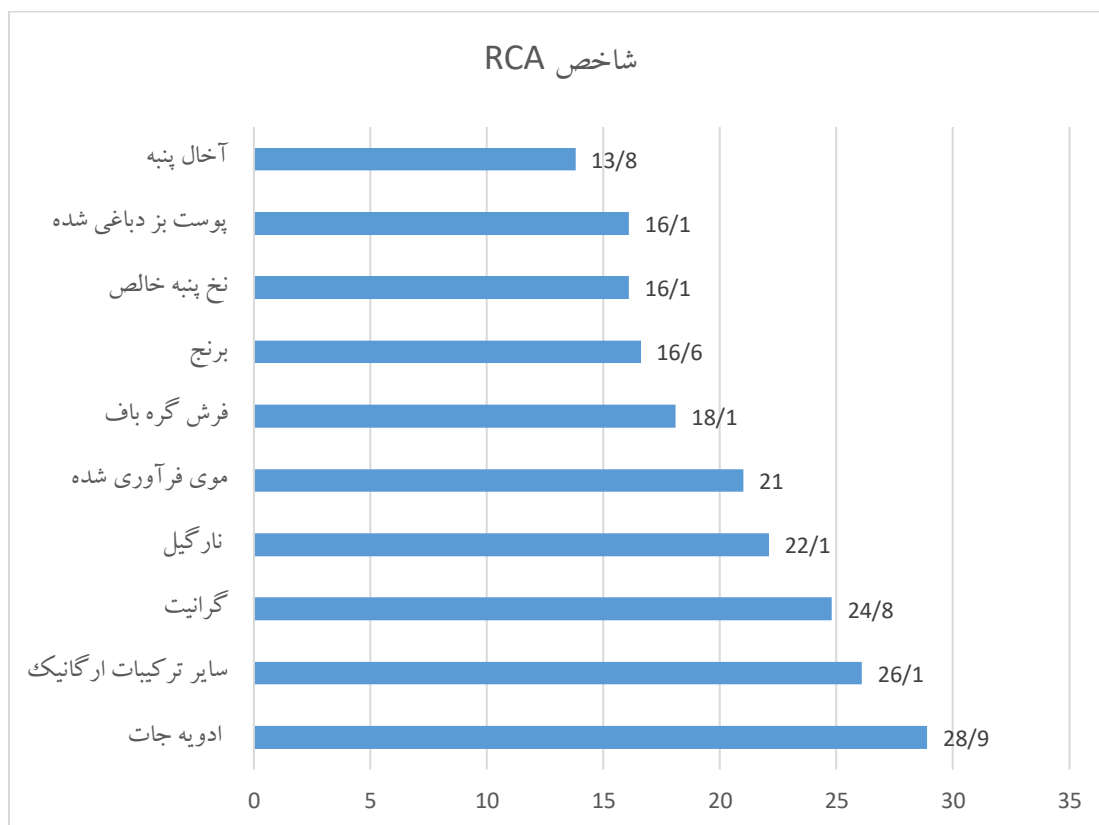
رتبه	صادرات هند	(میلیارد دلار)	رتبه	واردات هند	(میلیارد دلار)
۱	آمریکا	۱۵/۳	۱	چین	۲۲/۴
۲	انگلستان	۱۰/۸	۲	آمریکا	۱۸/۳
۳	چین	۹/۲	۳	امارت	۱۷/۹
۴	هنگ کنگ	۸/۹	۴	عربستان	۱۱
۵	سنگاپور	۸	۵	عراق	۸/۶
۶	انگلستان	۷/۶	۶	سوئیس	۶/۵
۷	هلند	۷/۶	۷	هنگ کنگ	۶/۳
۸	آلمان	۵/۴	۸	کره جنوبی	۵/۶
۹	بنگلادش	۴/۳	۹	اندونزی	۵/۴
۱۰	نیپال	۳/۸	۱۰	سنگاپور	۴/۳

منبع: trade map

## ۷ تخصصی‌ترین محصولات بر اساس شاخص RCA

هند از تخصص بالایی در صادرات ادویه جات، سایر ترکیبات ارگانیک، گرانتیت، نارگیل، موی فرآوری شده و... دارد. ملاک اندازه‌گیری تخصص، شاخص RCA می‌باشد.

نمودار ۵- کالاهای دارای مزیت نسبی کشور هند



### پتانسیل‌های همکاری استان اصفهان و هند از نگاه اتاق بازرگانی اصفهان

بررسی اقلام وارداتی هند برحسب کدهای تعرفه شش‌رقمی نشان می‌دهد علی‌رغم اینکه در برخی کدهای تعرفه سابقه صادراتی در استان وجود دارد، اما هند به‌عنوان بازار هدف در این محصولات انتخاب نشده است. به‌طور کلی، بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی، تعداد اقلام وارداتی هند از جهان برحسب کد تعرفه شش‌رقمی در سال ۲۰۱۹ معادل ۴۸۵۰ ردیف تعرفه بوده که مقایسه این اقلام با آمارهای گمرک استان نشان می‌دهد تنها در ۶۰ ردیف تعرفه شش‌رقمی، بخشی از نیاز وارداتی هند از طریق اصفهان تأمین شده است.





جدول (۱۰) لیست ۵۰ کالای عمده وارداتی کشور هند که استان اصفهان نیز صادرکننده آن‌هاست

کد گمرکی	کالا	تراز تجاری هند (هزار دلار)	صادرات استان (دلار)
۲۷۱۱۱۱	گاز طبیعی مایع شده در ظروف کمتر از یک هزار سانتی متر مکعب	-۹۴۹۷۸۳۰	۱۹۴۹۷۹۱۱
۲۷۱۳۲۰	قیر نفت	-۳۶۳۳۹۱	۱۲۹۷۴۲۳۸۵
۲۹۰۲۳۰	تولون	-۲۹۶۷۶۸	۲۵۹۵۸۳۲۳
۳۸۱۷۰۰	اکلیل بنزن خطی	-۳۵۳۵۲۳	۱۷۷۶۲۵۵۲
۲۷۰۴۰۰	کک و نیمه کک (semi-coke) از زغال سنگ، لینییت یا تورب، حتی به هم فشرده؛ زغال قرع برای ساخت الکترودها	-۱۰۲۲۸۹۸	۴۶۹۲۹۸۷
۷۴۱۱۱۰	لوله های مسی آجدار از داخل	-۴۳۷۴۹۹	۱۰۲۳۹۳۰۰
۷۹۰۱۱۲	روی غیرمزوج محتوی ۹۹/۵۹ درصد وزنی یا بیشتر اما کمتر از ۹۹/۹۹ درصد وزنی روی	-۹۹۴۸۱	۲۰۹۹۷۵۲۵
۲۷۱۲۹۰	پارافین با درصد بیش از ۷۵ درصد وزنی روغن	-۹۴۵۴۷	۱۶۴۶۹۷۹۰
۸۵۱۷۷۰	قطعات دستگاه های تلفن، شامل تلفن هایی برای شبکه های رادیو تلفنی (Cellular) یا سایر شبکه های بی سیم؛ سایر دستگاه ها جهت انتقال یا دریافت صدا، تصویر یا سایر داده ها	-۷۸۷۴۴۹۸	۱۴۹۶۴۰
۲۹۱۷۳۵	انیدرید فتالیک	-۱۳۰۳۳۵	۸۷۵۰۵۸۶
۷۴۰۸۱۱	مفتول از مس تصفیه شده که بزرگترین بعد سطح مقطع عرضی آن بیش از ۶ میلی متر باشد	-۴۹۱۸۲۵	۱۸۱۳۲۶۰
۷۴۰۸۱۹	مفتول از مس تصفیه شده که بزرگترین بعد سطح مقطع عرضی آن ۶ میلی متر یا کمتر باشد.	-۹۴۵۸۴۷	۹۱۵۸۳۲
۷۲۰۹۱۷	آهن یا فولاد تخت یا سردنورد شده بشکل طومار با پهنای حداقل ۶۰۰mm به ضخامت حداقل ۰/۵mm ولی کمتر	-۲۱۶۹۷	۲۴۳۳۰۴۲۲
۷۲۰۸۵۱	آهن یا فولاد تخت یا گرم نورد شده بشکل طومار با پهنای ۶۰۰mm یا بیشتر به ضخامت بیشتر از ۱۰ میلی متر	-۱۰۷۲۹۰	۳۸۳۷۰۶۹
۸۴۷۴۸۰	سایر ماشین آلات و دستگاهها برای خاک سنگ معدن و غیره که در جای دیگر مذکور نباشد.	-۱۱۶۲۸۴	۲۶۹۴۲۲۴



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

۱۵۷۶۶۴۴	-۱۹۳۷۲۳	دارای بیش از ۵۵ درصد یا کمتر از ۸۰ درصد وزنی سیلیسیوم	۷۲۰۲۲۱
۹۹۰۵۹۴	-۲۲۹۴۸۵	کیسه کلوست	۳۹۲۶۹۰
۸۰۵۷۵۸۷	-۲۶۳۲۶	آهن یا فولاد تخت یا سردنورد شده بشکل طومار با پهنای حداقل ۶۰۰mm به ضخامت حداقل ۱mm و کمتر از ۳(۷۲۰۹۱۶)	۷۲۰۹۱۶
۶۷۶۷۸۴	-۲۹۸۷۵۰	چراغ سیالیتیک برای عمل جراحی	۹۴۰۵۴۰
۱۳۰۱۵۵۹۷	-۱۳۲۱۱	در پنجره چارچوپ و آستانه در از آهن یا از فولاد	۷۳۰۸۳۰
۸۹۷۸۶۴	-۱۸۹۷۰۷	غلتک های ماشین های نورد	۸۴۵۵۳۰
۱۸۸۹۹۵۳۳	-۸۹۱۳	موم با گرید دارویی	۲۷۱۲۲۰
۱۰۳۸۹۸۷۱	-۱۵۶۲۳	چپلت مورد مصرف در صنایع ریخته گری	۷۳۲۶۹۰
۱۷۱۹۸۹۶	-۹۲۶۳۹	فلاسک و سایر ظروف عایق حرارت با محفظه عایق خلاء و همچنین قطعات آنها) غیر از شیشه ید کی داخلی	۹۶۱۷۰۰
۱۶۳۳۹۵۶	-۹۵۳۵۷	گرید لوله به صورت پودر	۳۹۰۱۲۰
۲۳۹۱۹۰۰۹	-۶۳۳۲	پروفیل با مقطع از آهن یا فولاد گرم نورد شده ... با بلندی ۸۰ میلیمتر یا بیشتر	۷۲۱۶۳۲
۱۸۱۶۵۲	-۷۷۴۶۳۹	تراز بنایی	۹۰۳۱۸۰
۱۲۷۷۵۷۷	-۱۰۹۸۵۰	کربنات کلسیم	۲۸۳۶۵۰
۳۳۸۱۲۳۰	-۳۹۱۲۴	فرمولیبدن	۷۲۰۲۷۰
۱۷۳۶۱۷۸	-۷۴۷۰۳	سایر لوله ها و پروفیل های توخالی (مثلاً، با درز جوش داده شده یا جوش داده نشده، پرچ شده یا به طریق مشابهی مسدود شده)، از آهن یا از فولاد	۷۳۰۶۶۱
۲۷۴۰۷۱	-۴۱۸۲۷۵	مواد افزودنی رنگ	۳۹۰۶۹۰
۵۸۰۹۴۱	-۱۴۵۸۲۳	ورق و نوار نازک از آلومینیوم به ضخامت کمتر از ۷ میکرون	۷۶۰۷۱۹
۲۶۰۹۳۵	-۳۲۲۷۷۵	کوپلیمرهای پروپیلن - گرید لوله	۳۹۰۲۳۰
۲۵۸۵۵۱	-۳۱۰۹۹۹	سرسیم و سایر اتصالات و رابط ها برای سیم و کابل	۸۵۳۶۹۰
۱۸۵۷۵۸۰	-۴۱۹۱۱	اجزاء و قطعات مبیل های مشمول ۰۳/۹۴	۹۴۰۳۹۰
۲۳۶۴۵۰	-۳۲۶۱۲۵	اتیلن گلیکول (اتان دی یول)	۲۹۰۵۳۱
۳۹۸۸۵۹۹	-۱۸۲۵۴	به ضخامت بیشتر از ۱ میلیمتر و کمتر از ۱۶ میلیمتر	۷۲۰۸۳۶



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

۱۶۹۷۸	-۳۹۴۵۴۸۴	بوتان مایع شده در ظروف کمتر از یک هزار سانتی متر مکعب	۲۷۱۱۱۳
۲۱۳۷۲۳۹	-۲۸۹۷۴	اشیاء شیشه ای پاکیزگی دفتر تزئین داخلی ساختمان و غیره که در جای دیگر ذکر نشده	۷۰۱۳۹۹
۹۳۰۷۳۰	-۵۸۵۵۳	کوره های صنعتی یا آزمایشگاهی، همچنین زباله سوزها	۸۴۱۷۸۰
۶۶۵۰۹۳	-۸۰۲۳۹	صمغها رزین ها صمغهای رزینی طبیعی روغن های رزینی و... طبیعی باستثنای صمغ عربی	۱۳۰۱۹۰
۸۲۷۳۶۳	-۵۶۴۱۹	سایر صفحه‌ها، ورق‌ها، ورقه‌های نازک، باریک‌ها و تیغه از مواد پلاستیکی غیراسفنجی، مستحکم نشده، مطبق نشده، فاقد تکیه گاه یا جور نشده به طریق مشابه با مواد دیگر، ی از پلیمرهای اتیلن: یک لایه چاپ شده	۳۹۲۰۱۰
۴۹۸۷۱۸	-۹۳۴۰۱	تلمبه های چرخ دنده ای	۸۴۱۳۶۰
۲۰۵۰۶۲۳	-۲۱۳۴۲	حلال ها و رقیق کننده های آلی مرکب و تینر غیرمذکور و مشمول در جای دیگر فرآورده ها برای زدودن رنگ	۳۸۱۴۰۰
۴۹۷۳۴۲	-۸۳۲۸۳	چسبها و سایر چسباننده های آماده غیرمذکور در جای دیگر	۳۵۰۶۹۹
۱۷۶۱۱۶۴	-۲۲۸۰۴	لوله و شیلنگ های سخت و شکننده از سایر مواد پلاستیکی سایر لوله ها و شیلنگ ها	۳۹۱۷۲۹
۱۱۹۵۵۵۹	-۳۲۶۱۸	کفش که در جای دیگر گفته نشده، قوزک پارانی پوشانده از کائوچو یا پلاستیک	۶۴۰۲۹۹
۲۵۵۰۰۰	-۱۵۱۹۳۶	سنگ مولیدن تفته شده و کنسانتره های آن	۲۶۱۳۱۰
۲۲۲۴۳۳	-۱۶۷۰۸۱	سه چرخه‌ها، رورؤك‌ها، اتومبیل‌های رکابزنی با پا و اسباب بازی‌های چرخدار مشابه؛ کالسکه‌های عروسک؛ عروسک‌ها؛ سایر اسباب بازی‌ها	۹۵۰۳۰۰
۲۵۹۳۱۹	-۱۴۰۸۶۰	کائوچوی استیرن بوتادین؛ کائوچوی استیرن بوتادین کربوکسیله که در جای دیگر مذکور نباشد	۴۰۰۲۱۹

## ۸ بازارشناسی هندوستان

### ۸.۱ قدرت خرید

طبق آخرین اطلاعات سازمان ملل، جمعیت هند در سال ۲۰۲۰، ۱,۳۸ میلیارد نفر است. بزرگترین شهر هند بمبئی، با ۱۲,۷ میلیون نفر جمعیت و دهلی با بیش از ۱۱ میلیون نفر می باشد. به طور کلی در کشور هندوستان، بیش از ۵۰ منطقه با بیش از یک میلیون نفر جمعیت وجود دارد. در حالی که طی دو دهه گذشته تعداد هندی های ساکن در مناطق شهری افزایش یافته است، هنوز حدود ۶۵٪ از جمعیت در مناطق روستایی زندگی می کنند. هند کشوری پهناور است که با تنوع زیادی از ادیان، زبانها، سطح سواد، سنت ها، آداب و رسوم اجتماعی و وضعیت اقتصادی روبرو است. بنابراین چندین نوع مصرف کننده هندی وجود دارد. خانوارهای هندی به پنج دسته تقسیم می شوند: نخبه، متمول، مشتاق، میلیاردی های آینده و تلاشگران. دو طبقه اول، دسته هایی هستند که بیشترین رشد درآمدی را دارند و بیشترین مخارج مصرفی در گروه هایی شامل افراد با مدرک کارشناسی و کارمندان متبحر، کارگران فنی و کارگران مهاجر متمرکز شده است. در هند، این دسته ها حدود ۱۲۹ میلیون کارگر با درآمد بیش از ۳۲۰۰ دلار در سال را شامل می شوند.

### ۸.۲ رفتار مصرف کننده

بررسی رفتار مصرف کننده در کشور هندوستان نشان می دهد که رفتار خرید به تنوع نژادی، فرهنگی، مذهبی و همچنین تفاوت شدید سطح درآمدی افراد جامعه بستگی دارد. همچنین با توجه به جمعیت جوان جامعه هند، تمایل به خریدهای با فناوری بالا و خرید از طریق اینترنت در حال افزایش است. اما خرید محصولات سبز که با محیط زیست سازگاری دارند، هنوز در اوایل مسیر قرار دارد و همچنان نیاز به آموزش و بازاریابی و ترغیب به خرید این گونه محصولات می باشد. رفتار مصرف کننده هندی به شدت تحت تأثیر سیستم (کاست) caste است، که علاوه بر اینکه جامعه را به طبقات مختلف تقسیم کرده و اختلافات اجتماعی ایجاد می کند، باعث تقویت پیوند بین افراد از یک گروه اجتماعی نیز می شود.

رفتار مصرف کننده های شهری در کشور هند برای استفاده از کالاهای جدید کاملاً مشهود است و شامل مصرف نوشیدنی های بسته بندی شده، غذاهای آماده و پخته شده و یافتن محصولات مراقبت شخصی، محصولات ویدئویی



صوتی، پوشاک، لباس ورزشی و اسباب بازی ها می باشد و تمایل به خرید این اقلام افزایش یافته است. در شهرهای کشور هند سهم هزینه شده هر نفر بر اساس مواد غذایی و آشامیدنی در حال افزایش است و برای اقلامی مانند هزینه سوخت، لباس، کفش و سایر مواد نیز با توجه به سطح درآمدی افراد افزایش پیدا می کند. در کشور هند، گروه های با درآمد بالاتر مقدار بیشتری از درآمد خود را صرف خرید کالاهای لوکس در مقایسه با کالاهای واقعی می کنند، که فروشندگان مارک های لوکس مجبور هستند برای بدست آوردن جایگاه در بازار هند، یک استراتژی قیمت گذاری منحصر به فرد طراحی کنند، مصرف کنندگان هندی هنگام خرید نیاز به توجه فروشنده و توقع برقراری ارتباط عاطفی را دارند.

مصرف کنندگان هندی تفاوت در کالاهای مارک را درک می کنند. کالای گران قیمت و با ریسک خرید بالا، به ندرت خریداری می شوند و به همین علت فروشندگان در تلاش هستند به خریداران کمک کنند تا در مورد ویژگی های طبقه محصول و اهمیت نسبی آن ها و آنچه برند تجاری در بازار ارائه می دهد را بیاموزند.

در قشر ضعیف و کم درآمد جامعه، میل به خرید از فروشگاه ها و مراکز غیر مجاز و بی کیفیت افزایش یافته و با توجه به اینکه در عصر دیجیتال هستیم، همچنین خریدهای اینترنتی و دیجیتالی نیز در حال گسترش می باشند. رفتار خرید سبز به خرید محصولات سازگار با محیط زیست یا محصولات پایدار اشاره دارد که آن ها " قابل بازیافت " و " مفید " برای محیط زیست هستند که در کشور هندوستان سطح پایینی از مصرف گرایی سبز و آگاهی پایین از مسائل مربوط به محیط زیست در میان مردم هند وجود دارد و حتی در بخش جوانان و بخش تحصیل کرده هندی هنوز مصرف گرایی سبز در مرحله آغازین قرار دارد و دسترسی کمی به محصولات سبز به دلیل حضور نسبتاً کم بازاریاب های سبز در هند، در مقایسه با سایر بازارهای آسیایی و غربی وجود دارد.

مصرف کنندگان هندی تمایل دارند حداقل هر دو یا سه روز یکبار محصولات تازه (لبنیات، میوه و سبزیجات) خریداری کنند، که این نکته مزیت برای فروشگاه های سنتی در مقایسه با فروشگاه های به اصطلاح مدرن مانند سوپر مارکت ها است. دسترسی گسترده تر به اینترنت باعث افزایش تقاضا برای خدمات پخش و همچنین رشد چشمگیر تجارت الکترونیکی می شود. براساس داده های بنیاد ارزش برند هندوستان (IBEF)، تا سال ۲۰۲۵، هند پنجمین بازار کالاهای مصرفی جهان خواهد بود.

### ۸,۳ فرصت‌های بازار

بخش‌های زیر فرصت‌های رشد شرکت‌ها را در بازار هند ارائه می‌دهند:

- ✓ انرژی
- ✓ مراقبت‌های بهداشتی
- ✓ هوا فضا و دفاع
- ✓ تکنولوژی محیطی
- ✓ اطلاعات و ارتباطات / فناوری دیجیتال
- ✓ امنیت و ایمنی
- ✓ تجهیزات معدن و فرآوری مواد معدنی
- ✓ سفر و گردشگری
- ✓ شیمیایی
- ✓ بخش کشاورزی
- ✓ خدمات آموزشی

#### ۸,۳,۱ «کاندلا» بندر استراتژیک هند

منطقه ویژه اقتصادی کاندلا در ایالت گجرات و در ساحل شمال غربی هند یکی از شناخته شده ترین و بزرگترین مناطق ویژه اقتصادی چند محصولی آسیا و اولین منطقه ویژه اقتصادی تاسیس شده در هند و آسیا به حساب می‌آید.

ساخت منطقه ویژه اقتصادی کاندلا به سال ۱۹۶۵ برمی‌گردد. در سال ۱۸۵۱ برای اولین بار با بررسی‌های نیروی دریایی سلطنتی بریتانیا به عنوان بندر، مورد استفاده قرار می‌گرفت، اما در اوایل دهه ۱۹۵۰ و زمان نخست وزیر جواهر لعل نهرو نخست وزیر وقت، رسماً افتتاح شد. هدف اصلی ایجاد این بندر افزایش اعتماد، مدیریت بدون اشکال و ایجاد سهولت در صادرات و واردات بوده است.

طبق اعلام انجمن بنادر هند، بندر کاندلا طی سال ۲۰۱۸ با جابجایی بیش از ۱۱۵ میلیون تن کالا در جایگاه نخست بنادر این کشور قرار گرفته است و با دریافت استاندارد-ISO ۹۰۰۱ چشم انداز حضور هند در بازارهای بین المللی را تغییر داده است.

درآمد ناخالص منطقه ویژه اقتصادی کاندلا بیش از ۶۰ درصد است، که بالاترین میزان در سراسر این کشور است. بیش از ۱۵ هزار کارگر نیز در این منطقه مشغول کار هستند که بخش زیادی از کارگران را زنان تشکیل می دهند.

منطقه ویژه اقتصادی کاندلا زیر ساخت های بسیار توسعه یافته و پیشرفته ای دارد و از نظر جغرافیایی نیز دارای موقعیت استراتژیکی است. محصولات این منطقه شامل کالاهای گوناگون شامل سنگ های گران بها و جواهرات، وسایل الکترونیکی، نرم افزار، صنعت نساجی و پوشاک، ابزارهای مهندسی، کالاهای ورزشی و تولیدات چرمی است.

همچنین بندر کاندلا امروزه مرکز هند برای صادرات غلات و واردات نفت و یکی از بنادر با درآمد بالا در هند است. واردات عمده این منطقه نفت، مواد شیمیایی و ماشین آلات، آهن و فولاد است، اما صادرات نمک و پارچه را نیز مدیریت می کند. منطقه آزاد تجاری کاندلا به واسطه متصل شدن به شبکه ریلی هند و فاصله کمتر نسبت به دیگر بنادر هندوستان از مزیت نسبی رقابتی مناسبی برخوردار است. همچنین این منطقه نسبت به بنادر دیگر هندوستان، فاصله کمتری با مراکز تولید و مصرف بار این کشور دارد و پیش بینی می شود با برنامه ریزی انجام شده ماهانه چهار کشتی در این بندر پهلوگیری کند.

#### ۸,۴ چالش های بازار

بهترین روش برای افزایش نرخ تولید ناخالص داخلی، بهره مندی از تجارت خارجی است، که پیامدهای مثبتی برای اقتصاد و توسعه یک کشور در پی خواهد داشت و هر کشوری را از عقب ماندگی و توقف رها می بخشد. از طریق تجارت خارجی به راحتی می توان موجبات افزایش سرمایه پذیری را ایجاد نمود و با پیشرفت تکنولوژی و فناوری های مختلف همگام شد. در همین حال، چالش های بازار می تواند سرعت تجارت را کمتر و مسیر را دشوارتر نماید. اگرچه هر کشوری ممکن است با مشکلاتی از قبیل کمبود نیروی انسانی، ضعف در تولید، عدم توانایی در



بکارگیری و راه اندازی فناوری های جدید روز دنیا و فقدان منابع درآمد زا روبرو باشد، اما به صورت کلی تجارت باعث افزایش رونق اقتصادی کشورها خواهد شد. آشنایی با چالش ها می تواند شرکت ها را برای برنامه ریزی جهت ورود به کشورهای هدف آماده نماید. در زیر تعدادی از چالش های ورود به کشور هند عنوان شده است:

#### ۸,۴,۱ تعرفه های بالا و سیاست های حمایت گرایانه

صادرکنندگان و سرمایه گذاران با قوانین نظارتی و تعرفه ای غیرشفاف و غالباً غیرقابل پیش بینی روبرو هستند. دسترسی به بازار برخی از کالاها و خدمات شرکت ها محدود است. هند بالاترین تعرفه اعمال شده در میان کشورهای G20<sup>۱</sup> و دارای بالاترین نرخ تعرفه محدود در سازمان تجارت جهانی است.

#### ۸,۴,۲ حساسیت به قیمت

حتی قبل از رکود اقتصادی و همه گیر شدن ویروس کرونا، شرکت ها و مصرف کنندگان هندی بسیار حساس به قیمت بودند. شرکت ها باید ارزیابی کنند که آیا می توانند با قیمت هایی که هندی ها پرداخت می کنند یا به آنها القا می شود، محصول بفروشند یا خیر و ممکن است لازم باشد مدل های فروش خود را بر این اساس اصلاح کنند. به عنوان مثال، برخی از شرکت های مصرف کننده محصولات را در اندازه های کوچکتر یا با ویژگی های کمتری به فروش می رسانند، تا بازتاب دامنه قیمت مصرف کننده هندی باشد.

#### ۸,۴,۳ زیرساخت

جاده ها، راه آهن، بندرها، فرودگاه ها، آموزش، شبکه های برق و زیرساخت های ارتباط از راه دور که به اندازه کافی توسعه نیافته اند، موانع قابل توجهی هستند، زیرا این کشور تلاش می کند تا به رشد اقتصادی قوی برسد. رشد شهرنشینی در هند همراه با افزایش درآمد، منجر به افزایش نیاز به بهبود زیرساخت هایی هم برای ارائه خدمات عمومی و هم برای حفظ رشد اقتصادی شده است. هند بخش قابل توجهی از بودجه سالانه اخیر خود را به توسعه زیرساخت اختصاص داده و قصد دارد این توسعه زیرساخت ها را تا حد زیادی از طریق مشارکت عمومی و خصوصی انجام دهد.

<sup>۱</sup> گروه ۲۰ متشکل از قدرتمندترین کشورهای جهان در زمینه اقتصاد است که در مجموع ۸۵ درصد کل اقتصاد جهانی و دو سوم جمعیت جهان را دربردارند.





۲۸ ایالت هند و ۸ قلمرو اتحادیه هند به طور کلی قدرت بیشتری نسبت به همتایان ایالتی خود دارند. شرکت ها در سراسر هند با شرایط مختلف تجاری و اقتصادی روبرو هستند و برای موفقیت در این کشور نیاز به داشتن یک استراتژی منطقه ای دارند. در چارچوب یک سیستم فدرال، قدرت و تصمیم گیری در هند غیرمتمرکز است و در سطح ایالت از نظر رهبری سیاسی، کیفیت حکمرانی، مقررات، مالیات، روابط کار و سطح تحصیلات تفاوت وجود دارد. بنابراین شرکت ها باید حتما این تغییرات ایالتی را در استراتژی های تجاری خود لحاظ کنند.

## ۹ استراتژی ورود به بازار

برنامه ریزی استراتژیک، دقت کافی، پیگیری مداوم و و شاید مهم تر از همه موارد، صبر و تعهد به مشتریان تماما از پیش شرط های موفقیت در تجارت در هند است. موفقیت در این بازار مستلزم تلاش های بازاریابی متعدد و مستمری است که به فرصت های مختلف منطقه ای، استانداردها، زبان ها، تفاوت های فرهنگی و سطوح توسعه اقتصادی می پردازد. دستیابی به بازارهای هند مستلزم تجزیه و تحلیل دقیق ترجیحات مصرف کننده، کانال های فروش موجود و تغییر در روش های توزیع و بازاریابی است که همگی به طور مداوم در حال پیشرفت و تغییر هستند. هند به طور سنتی جامعه ای با پیش فرض ملاقات حضوری و تعاملات رو در رو بوده و جلسات حضوری است و این الزامی است که باید قبل از آنکه یک شرکت هندی مشارکت یا توافق نامه کاری را به مرحله رسمی برساند، در نظر گرفت. با این حال، بیماری همه گیر کرونا شرکت های هندی را مجبور به کار و ارتباط مجازی با شرکای جهانی کرده است و تا حدودی این اصول، دستخوش تغییرات همه گیری کووید ۱۹ قرار گرفته اند.

## ۱۰ فرهنگ کسب و کار هند

➤ در هند احتمالاً با دو نوع شرکت روبرو خواهید شد. اولی یک تجارت سنتی و خانوادگی است و دومی یک شرکت با فن آوری پیشرفته است که با روش تجارت غربی کار می کند. رئیس بودن معمولاً در هند به معنای واقعی "رئیس" است. بیشتر تصمیمات در رأس یک سازمان اتخاذ می شوند، مذاکره با سطوح میانی شرکت، اگر تأییدیه سطح بالا قبلاً داده نشده باشد، اتلاف وقت است.

- مردها اغلب هنگام ملاقات یا در زمان خداحافظی با مردان، دست می‌دهند، اما نباید با خانم‌ها دست بدهند. علاوه‌براین؛ مردها به نشانه دوستی به آرامی رو شانه طرف مقابل می‌زنند. فرهنگ هند بر مبنای سلسله مراتب است و در آن سن و پست و مقام به فرد احترام می‌بخشد، در نتیجه باید ابتدا با بزرگ‌ترها و اشخاص طبقه‌ی بالاتر احوالپرسی کنید. به عبارتی، طبقه‌ی اجتماعی بر نوع و زمان احوالپرسی تاثیر دارد.
- هندی‌ها معمولاً دوست ندارند به طور مستقیم، در خواستی را رد کنند. بنابراین اگر جمله‌ی «سعی می‌کنم» را شنیدید، به احتمال زیاد پاسخ آن فرد به شما، منفی است. بنابراین صراحت لهجه و یا رک و بی‌پرده بودن در رفتار هندی‌ها مشهود نیست و باید با توجه به ایما و اشاره‌ها به اصل مطلب پی ببرید. مذاکره‌کنندگان هندی در مجموع افرادی درون‌گرا هستند و از زبان بدنی نیز زیاد استفاده می‌کنند و به زبان غیر مستقیم بها می‌دهند، از این رو درک حرف‌های آنها بدون توجه به زبان بدنی دشوار است. این افراد جمع‌گرا، در جمع ملاحظه طرف‌های خود را می‌کنند و بحث و جدل، بالا بردن تن صدا، عصبانی شدن و انتقاد صریح از دیگران را خلاف نزاکت می‌دانند. آنها احساسات و هیجانات خود را کنترل می‌کنند و به دیگران خیره نمی‌شوند و از خیره شدن دیگران به خود نیز ناراحت می‌شوند. آنها تماس بدنی کمی با دیگران دارند و ملایم دست می‌دهند. هنگام صحبت کردن از حالت چشم و ابرو، دهان و نیز دست‌ان استفاده می‌کنند. سکوت و وقفه‌های بین کلامی از ویژگی‌های ارتباطی هندی‌ها محسوب می‌گردد.
- همه اسناد و مدارک باید با دست راست به هندی‌ها داده شود. به نظر هندی‌ها دست چپ ناپاک است. پرسیدن در مورد زندگی شخصی بسیار عمومیت داشته و حتی ممکن است از شما پرسند چقدر پول در می‌آورید. نه گفتن به نوعی بی‌ادبی محسوب شده و به همین خاطر احتمالاً کلمه «شاید» را زیاد می‌شنوید.
- هندی‌ها با دستور جلسه کار می‌کنند، دیر سر جلسه حاضر می‌شوند، اما شما سر وقت در جلسات حاضر شوید.
- مذاکره‌کنندگان هندی به زمان و وقت‌شناسی حساسیتی ندارند. دیر آمدن امری عادی است و عوامل مختلفی نظیر پاسخ‌گویی به تلفن و یا پذیرش افراد دیگر طی مذاکرات در زمانبندی مذاکرات اخلاص ایجاد می‌کند. با توجه به رابطه‌گرا بودن هندی‌ها، مذاکرات ممکن است بسیار طولانی شود. آنها ممکن است

حتی نیم ساعت دیر کنند و بدون عذرخواهی در برابر طرف مقابل قرار گیرند، در این مواقع اصلاً نباید برداشت منفی کرد. در هند افراد از جمله خانواده و دوستان مهم تر از هر چیزی هستند. لذا به عنوان مثال در صورتی که دوست یک مذاکره کننده دچار مشکلی شود وی ممکن است جلسه مذاکرات را ترک کند تا به دوستش رسیدگی کند.

➤ در هند نیز مانند اکثر کشورهای آسیایی هدف از مذاکره رابطه است نه قرارداد. از این رو آنها وقت زیادی صرف رابطه سازی با طرف های مذاکره خود می کنند. هندی ها تا با طرف خود کاملاً " آشنا نشوند با وی کار نمی کنند. ممکن است یکی دو جلسه اول مذاکرات صرفاً " حرف های غیر کاری زده شود تا طرف هندی خوب با طرف خود آشنا شود.

➤ در سبک برخورد و خطاب قراردادن یکدیگر، هندی ها رسمی هستند. آنها مایلند به اسم فامیل و با لقب خطاب شوند.

➤ مذاکره کنندگان هندی در مذاکرات طرفدار رهیافت برد - برد هستند و به طرف مذاکره ای خود احترام می گذارند. بسیار مودب هستند و با خشونت و توهین با طرف مقابل برخورد نمی کنند. هندی ها در مذاکره اهل فریب و دروغ نیستند. آنها همچنین اهل تواضع هستند.

➤ مذاکره کنندگان هندی نگرشی کل نگرانه به مسائل دارند، آنها به جای خرد کردن مسائل و بحث جزئی مباحث را کلی نگاه می کنند.

➤ روند تصمیم گیری در بین مذاکره کنندگان هندی کند و زمان بر است. مبنای تصمیم گیری اجماع و هماهنگی با مسئولین مافوق است. از این رو هندی ها با اختیارات محدود بر سر میز مذاکره حاضر می شوند. ➤ هندی ها در مذاکرات فراتر از استدلال های منطقی می روند و به شم خود، به اندازه اعتقاد خود اعتماد می کنند.

➤ مذاکره کنندگان هندی در ابتدای جلسه کارت ویزیت تبادل می کنند. کارت ویزیت باید با هر دو دست داده و گرفته شود. برای این کار نباید از دست چپ استفاده شود.

➤ هدیه دادن و گرفتن در بین مذاکره کنندگان هندی امری رایج است، زیرا به ایجاد روابط شخصی کمک می کند.

- مذاکره کنندگان هندی ممکن است در مورد مسائل شخصی و خانوادگی هم‌تایان خود سوال کنند، زیرا ورود به این حوزه‌ها را نشانه صمیمیت و دوستی می‌دانند که برای شروع همکاری لازم است.
- مذاکره کنندگان هندی به مباحث سیاسی، رشد اقتصادی هند، ورزش و فیلم علاقه‌مندند، اما از بحث در مورد طبقه فقیر هند/ پاکستان و عقاید مذهبی خوششان نمی‌آید.
- در مذاکرات تجاری مذاکره کنندگان هندی بر قیمت به شدت چانه زنی می‌کنند و هیچوقت پیشنهاد اول را نمی‌پذیرند. از این رو ارائه یک قیمت ثابت و غیرقابل تغییر از نظر آنها یک موضع سرسختانه تلقی می‌شود.
- مذاکره کنندگان هندی در پذیرش ایده‌ها و پیشنهادات جدید بسیار محتاط هستند و مادامی که اطلاعات دقیق دریافت نکنند پاسخ نمی‌دهند. در مجموع آنها خیلی اهل ریسک و خطر کردن نیستند.

## ۱۱ همکاری ایران و هند

همکاری‌های بندری و حمل و نقل دریایی میان ایران و هند از سال ۱۳۹۵ در دستور کار دو طرف قرار گرفت. موافقت‌نامه ترانزیتی چابهار برای دسترسی هند به افغانستان و آسیای میانه و همچنین دسترسی این کشورها از راه کریدوری امن و به‌صرفه به آب‌های آزاد، خرداد ۱۳۹۵ میان روسای جمهور ایران و افغانستان و همچنین نخست‌وزیر هندوستان امضا شد. براساس موافقت‌نامه ایران و هند که در سفر بهمن‌ماه ۱۳۹۶ حسن روحانی به دهلی نو نهایی شد، هندی‌ها متعهد شدند در سه مرحله در بندر و پس کرانه‌های چابهار به ارزش بیش از ۱ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کنند.

مسیر دریایی بندر بمبئی به چابهار نخستین خط کشتیرانی بود که میان دو کشور راه‌اندازی شد. هدف اصلی این خط کشتیرانی، ارسال کالا از هند به افغانستان و بالعکس بوده است. پس از آن، در بهمن‌ماه سال ۱۳۹۷ نیز خط دوم کشتیرانی در مسیر بمبئی — موندرا — کاندلا — چابهار — بندرعباس راه‌اندازی شد تا ایران و هند صاحب دو خط کشتیرانی مستقیم شوند.

سومین مسیر هندوستان به ایران نیز طی سال ۱۳۹۸ با ورود کشتی تجاری «نشاط» از هندوستان به قشم، رسماً آغاز به کار کرد.



موقعیت جغرافیایی بندر چابهار در جنوب ایران و در استان سیستان و بلوچستان از اهمیت زیادی برای هند برخوردار است. این بندر می تواند زمینه دسترسی هند به افغانستان و آسیای میانه بدون نیاز به عبور از پاکستان را برای هند فراهم کند. قرار گرفتن چابهار در مسیر اتصال هند به آسیای میانه، آن هم در دوره ای از تاریخ که اختلافات هند و پاکستان نمی تواند راه را برای افزایش تعاملات اقتصادی دو کشور باز کند باعث شده ایران فرصتی مناسب برای یک بازی برد - برد به دست آورد.

هند و دیگر کشورهای منطقه به دنبال افزایش ارتباطات منطقه ای خود هستند. تضعیف نقش پاکستان در تجارت میان هند و افغانستان از جمله اهداف اصلی دهلی نو و کابل در پروژه بندر چابهار است. ماه گذشته در نشست مشترک مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی ایران و سفیر هند، گادام دارمندرا؛ سفیر جدید هند در ایران، چابهار را سمبل بلوغ روابط و تعاملات ایران و هندوستان دانست و گفت که در این باب طرف هندی خود را در انجام تعهداتش برای نتیجه بخش بودن پروژه و بهره برداری از آن در چابهار مسئول می داند. از این جهت و در مواجهه با تحریم های آمریکا علیه ایران، همکاری با سایر بنادر منطقه برای توسعه و پیشرفت از الزامات محسوب می شود و به خصوص در تامین کالاهای اساسی مورد نیاز مردم نقشی موثر ایفا می کنند.