तृतीय वर्ष वाणिज्य

सत्र - V (CBCS)

निर्यात विपणन

अभ्यासपत्रिका - १

विषय संकेतांक : २३११६

© UNIVERSITY OF MUMBAI

प्रा. (डॉ.) डी. टी. शिर्के
प्रभारी कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. डॉ. अजय भामरे
प्रभारी प्र-कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. प्रकाश महानवर
संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रकल्प समन्वयक : **प्रा. राजश्री पिनाकी पंडित (Ph.D)**
सहाय्यक प्राध्यापक (अर्थशास्त्र),
प्रभारी वाणिज्य विद्याशाखा प्रमुख, दूर व मुक्त अध्ययन संस्था,
मुंबई विद्यापीठ, विद्यानगरी, सांताकृझ (पू.), मुंबई.

अभ्यासक्रम समन्वयक : **संभाजी शिवाजी शिंदे**
सहाय्यक प्राध्यापक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था,
मुंबई विद्यापीठ, विद्यानगरी, सांताकृझ (पू.), मुंबई.

संपादक : **वैशाली साळवी**
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, विद्यानगरी,
सांताकृझ (पू.), मुंबई.

अभ्यासक्रम लेखक : **डॉ. विरश्री भोईर**
सहाय्यक प्राध्यापक,
अभिनव कला, वाणिज्य आणि विज्ञान महाविद्यालय,
भाईंदर, जि. ठाणे, महाराष्ट्र.

: **डॉ. तुषार राऊत**
सहाय्यक प्राध्यापक,
संत गोन्सालो गार्सिया कला आणि वाणिज्य महाविद्यालय,
वसई, जि. पालघर, महाराष्ट्र.

ऑक्टोबर २०२२, प्रथम मुद्रण

प्रकाशक
संचालक
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई - ४०००९८.

अक्षरजुळणी
मुंबई विद्यापीठ मुद्रणालय,
सांताक्रुझ, मुंबई

अनुक्रमणिका

क्रमांक	पाठाचे नाव	पृष्ठ क्रमांक
	घटक - १	
१.	निर्यात विपणन - १	१
२.	निर्यात विपणन - २	१६
३.	निर्यात विपणन - ३	२९
	घटक - २	
४.	निर्यात विपणनाची जागतिक चौकट - १	४०
५.	निर्यात विपणनाची जागतिक चौकट - २	५२
६.	निर्यात विपणनाची जागतिक चौकट - ३	६२
	घटक - ३	
७.	भारताचे परकीय व्यापार धोरण - १	७४
८.	भारताचे परकीय व्यापार धोरण - २	८६
९.	भारताचे परकीय व्यापार धोरण - ३	९७
	घटक - ४	
१०.	निर्यात प्रोत्साहन आणि सहाय्य - १	११२
११.	निर्यात प्रोत्साहन आणि सहाय्य - २	१२८
१२.	निर्यात प्रोत्साहन आणि सहाय्य - ३	१५३

*****

T.Y.B.COM
SEMESTER - V (CBCS)
EXPORT MARKETING
PAPER - I

SYLLABUS

Elective Courses (EC)

2. Ability Enhancement Courses (AEC)

3. Export Marketing Paper - I

Modules at a Glance

Sr. No.	Modules	No. of Lectures
1	Introduction to Export Marketing	12
2	Global Framework for Export Marketing	11
3	India's Foreign Trade Policy	11
4	Export Incentives and Assistance	11
	Total	**45**

Sr. No.	Modules / Units
1	**Introduction to Export Marketing**
	a) Concept and features of Export Marketing; Importance of Exports for a Nation and a Firm; Distinction between Domestic Marketing and Export Marketing b) Factors influencing Export Marketing; Risks involved in Export Marketing; Problems of India's Export Sector c) Major merchandise/commodities exports of India (since 2015); Services exports of India (since 2015); Region-wise India's Export Trade (since 2015)
2	**Global Framework for Export Marketing**
	a) Trade barriers; Types of Tariff Barriers and Non-Tariff barriers; Distinction between Tariff and Non-Tariff barriers b) Major Economic Groupings of the World; Positive and Negative Impact of Regional Economic Groupings; Agreements of World Trade Organisation (WTO) c) Need for Overseas Market Research; Market Selection Process, Determinants of Foreign Market Selection
3	**India's Foreign Trade Policy**
	a) Foreign Trade Policy (FTP) 2015-20 - Highlights and Implications, Export Trade facilitations and ease of doing business as per the new FTP b) Role of Directorate General of Foreign Trade (DGFT), Negative list of Exports, Deemed Exports c) Benefits to Status Holders & Towns of Excellence; Common benefits for EHTP, BTP and STP; Benefits enjoyed by (IIAs) Integrated Industrial Areas(SEZ), EOU, AEZ
4	**Export Incentives and Assistance**
	a. Financial Incentives available to Indian Exporters - Marketing Development Assistance (MDA), Market Access Initiative (MAI), Assistance to States for Infrastructure Development for Exports (ASIDE), Industrial Raw Material Assistance Centre(IRMAC), b. Institutional Assistance to Indian Exporters - Federation of Indian Export Organisations (FIEO), India Trade Promotion Organisation (ITPO), The Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI), Export Promotion Councils (EPCs) & Commodity Boards (CBs), Indian Institute of Foreign Trade (IIFT), Indian Institute of Packaging (IIP) c. Schemes - Export Promotion Capital Goods (EPCG) Scheme, Duty Exemption and Remission Schemes, Export Advance Authorisation Scheme; Duty Drawback (DBK); IGST Refund for Exporters

Revised Syllabus of Courses of B.Com. Programme at Semester V and VI with effect from the Academic Year 2018-2019

Question Paper Pattern

(Theoretical Courses)

Maximum Marks: 100

Questions to be set: 06

Duration: 03 Hrs.

All Questions are Compulsory Carrying 15 Marks each.

Question No	Particular	Marks
Q-1	Objective Questions A) Sub Questions to be asked 12 and to be answered any 10 B) Sub Questions to be asked 12 and to be answered any 10 (*Multiple choice / True or False / Match the columns/Fill in the blanks)	20 Marks
Q-2 Q-2	Full Length Question ***OR*** Full Length Question	15 Marks 15 Marks
Q-3 Q-3	Full Length Question ***OR*** Full Length Question	15 Marks 15 Marks
Q-4 Q-4	Full Length Question ***OR*** Full Length Question	15 Marks 15 Marks
Q-5 Q-5	Full Length Question ***OR*** Full Length Question	15 Marks 15 Marks
Q-6 Q-6	A) Theory questions B) Theory questions ***OR*** Short Notes To be asked 06 To be answered 04	10 Marks 10 Marks 20 Marks

Note:
Theory question of 15 marks may be divided into two sub questions of 7/8 or 10/5 Marks.

Reference Books

3. Export Marketing Paper I

- *Export Policy Procedures& Documentation– M. I. Mahajan, Snow White Publications Pvt. Ltd, 26th Edition,*
- *International Business, K. Aswathappa,McGraw-Hill Education (India) Pvt. Ltd.,6th Edition*
- *Export Import Procedures - Documentation and Logistics, C. Rama Gopal, New Age International Publishers, 2006 / Reprint Jan 2016*
- *International Trade and Export Management, Francis Cherunilam, Himalaya Publishing House, 20th Edition, 2017*
- *R. K. Jain's, Foreign Trade Policy & Handbook of Procedures [With Forms, Circulars & Public Notices], Centax Publication, 2017*
- *EXIM Policy & Handbook of EXIM Procedure – VOL I & II*
- *International Marketing and Export Management, Gerald Albaum, Edwin Duerr, Alexander Josiassen, Pearson Publications, 8th Edition, June 2016*
- *International Marketing Strategy,IsobelDoole and Robin Lowe, 5th Edition, Thomson Learning, 2008.*
- *Global marketing, Warren J. Keegan 9th Edition Pearson Education, Delhi,*
- *New Import Export Policy - Nabhi Publications, 2017*
- *P.K. Khurana, Export Management, Galgotia Publishing Co, New Delhi*
- *P.K.Vasudeva, International Marketing-, Excel Books, fourth edition, New Delhi*
- *Paras Ram, Export documentation and procedure A-Z*
- *Export: What, Where, How?Paras Ram, & Nikhil K. Garg, Anupam Publishers, 47th Edition, 2016-17*
- *International Marketing, Mary C. Gilly, John L. Graham, Philip R. Cateora, 14th Edition, Tata McGraw-Hill Co. Ltd., 2014*
- *International Marketing Management, An Indian Perspective,R.L.Varshney and B. Bhattacharya, Sultan Chand & Sons, 24th Edition, 2012*
- *International Marketing Analysis and Strategy, SakOnkvisit, John J. Shaw, Prentice-Hall of India Pvt. Ltd., 5th Edition, 2008*
- *International Marketing, Subhash C. Jain, South-Western, 6th Edition, 2001*
- *Export Management, T.A.S.Balagopal , Himalaya Publishing House, Mumbai, 2014*
- *Michael R. Czinkota and Iikka A. Ronkainen, International Marketing, South-Western, 10th Edition, 2012*
- *Export-Import and Logistics Management, Charlie Hill, Random Publications, 2014*
- *International Marketing Management, M.V. Kulkarni, Everest Publishing House*

घटक - १

१

निर्यात विपणन - १

प्रकरण संरचना

१.० उद्दिष्टे

१.१ प्रस्तावना

१.२ निर्यात विपणनाची संकल्पना आणि वैशिष्ट्ये

१.३ राष्ट्र आणि संस्थेसाठी निर्यातीचे महत्त्व

१.४ देशांतर्गत विपणन आणि निर्यात विपणन यांच्यातील फरक

१.५ सारांश

१.६ स्वाध्याय

१.७ संदर्भ

१.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील:

- निर्यात विपणनाचे विहंगावलोकन प्रदान करणे.
- निर्यात विपणनाचा अर्थ समजून घेणे.
- निर्यात विपणनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करणे.
- राष्ट्रीय स्तरावर आणि संस्थेच्या स्तरावर निर्यात विपणनाचे महत्त्व जाणून घेणे.
- देशांतर्गत विपणन आणि निर्यात विपणन यामध्ये फरक करणे.

१.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

ज्यांनी बाजारपेठेला अनेक नवीन कंपन्यांसोबत स्पर्धात्मक तर बनवलेच, परंतु नवीनतम तंत्रज्ञान देखील लोकप्रिय केले; अशा अलीकडील सुधारणांनंतर, भारतातील व्यवस्थापनाला आता नवीन समस्यांना तोंड द्यावे लागत आहे.

आता अधिक व्यवसाय संभावना उपलब्ध आहेत, तसेच नवीन आव्हाने देखील आहेत. संस्था आणि तिच्या प्रगतीचे विश्लेषण करताना, केवळ आर्थिक निर्देशक यापुढे पुरेसे नाहीत. ते खरोखर आवश्यक आहेत. तथापि, इतरांपेक्षा आघाडीवर राहण्याची महत्वाकांक्षा असलेल्या कंपनीची अग्रेषित-विचार करणारी व्यवस्थापन धोरणे, कर्मचारी निवड आणि

सर्वसमावेशक समर्थनासह मजबूत संघाचा विकास हे तिला इतरांपेक्षा वेगळे ठरवतात. यालाच निर्यात व्यवस्थापन असेही म्हणतात.

निर्यात विपणन म्हणजे इतर राष्ट्रांतील लोकांना वस्तू विकण्याची प्रक्रिया. यात एक लांबलचक प्रक्रिया आणि अनेक औपचारिकता समाविष्ट आहेत. निर्यात विपणनामध्ये, निर्यात आणि आयात करणाऱ्या दोन्ही देशांनी स्थापित केलेल्या प्रक्रियेनुसार वस्तू परदेशात हस्तांतरित केल्या जातात. परकीय मर्यादा, जागतिक स्पर्धा, लांबलचक प्रक्रिया आणि औपचारिकता आणि इतर कारणांमुळे, देशांतर्गत विपणनापेक्षा निर्यात विपणन अधिक कठीण आहे. शिवाय, जेव्हा एखादी कंपनी राष्ट्रीय सीमा ओलांडते तेव्हा ते वेगाने अधिक क्लिष्ट होते. निर्यात विपणन भरपूर पैसे कमविण्यासाठी आणि भरपूर परकीय चलन मिळविण्यासाठी देखील बरेच पर्याय प्रदान करते.

निर्यात विपणनाची व्यापक आर्थिक प्रासंगिकता आहे कारण ती राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेला विविध मार्गांनी लाभ देते. हे परकीय चलन निर्माण करण्यासाठी आणि उपलब्ध संसाधनांचा सर्वोत्तम वापर करण्यासाठी आर्थिक, व्यवसाय आणि औद्योगिक विकासास प्रोत्साहन देते. प्रत्येक देश निर्यात आणि अर्थपूर्ण जागतिक विपणन सहभागाला प्रोत्साहन देण्यासाठी विविध धोरणे लागू करतो. जागतिकीकरण ही वस्तुस्थिती आहे आणि प्रत्येक देशाने परस्पर फायद्यासाठी त्यात सहभाग घेतला पाहिजे. प्रत्येक देशाने आपल्या बाजारपेठा इतर देशांसाठी खुल्या केल्या पाहिजेत आणि शक्य तितक्या कार्यक्षमतेने इतर देशांच्या बाजारपेठेत प्रवेश करण्यासाठी सर्वतोपरी प्रयत्न केले पाहिजेत. हा एक मानक नियम आहे ज्याचे आजच्या जागतिक विपणन वातावरणात प्रत्येक देशाने पालन केले पाहिजे. जागतिक विपणनामध्ये अशा सहभागाशिवाय देशाचा आर्थिक विकास ठप्प होईल.

१.२ निर्यात विपणनाची संकल्पना आणि वैशिष्ट्ये (CONCEPT AND FEATURES OF EXPORT MARKETING)

निर्यात विपणन म्हणजे इतर राष्ट्रांतील लोकांना वस्तू विकण्याची प्रक्रिया. यात एक लांब प्रक्रिया आणि औपचारिकता समाविष्ट आहे. निर्यात विपणनामध्ये, निर्यात आणि आयात करणाऱ्या दोन्ही देशांनी स्थापित केलेल्या प्रक्रियेनुसार वस्तू परदेशात हस्तांतरित केल्या जातात.

परकीय मर्यादा, जागतिक स्पर्धा, लांबलचक प्रक्रिया आणि औपचारिकता आणि इतर कारणांमुळे, देशांतर्गत विपणनापेक्षा निर्यात विपणन अधिक कठीण आहे. शिवाय, जेव्हा एखादी कंपनी राष्ट्रीय सीमा ओलांडते तेव्हा ते वेगाने अधिक क्लिष्ट होते. निर्यात विपणन देखील भरपूर पैसे कमविण्यासाठी आणि भरपूर परकीय चलन मिळविण्यासाठी बरेच पर्याय प्रदान करते.

निर्यात विपणनाची व्यापक आर्थिक प्रासंगिकता आहे कारण ती राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेला विविध मार्गांनी लाभ देते. हे परकीय चलन निर्माण करण्यासाठी आणि उपलब्ध संसाधनांचा सर्वोत्तम वापर करण्यासाठी आर्थिक, व्यवसाय आणि औद्योगिक विकासास प्रोत्साहन देते. प्रत्येक देश निर्यात आणि अर्थपूर्ण जागतिक विपणन सहभागाला प्रोत्साहन देण्यासाठी विविध धोरणे लागू करतो. जागतिकीकरण ही वस्तुस्थिती आहे आणि प्रत्येक देशाने परस्पर

फायद्यासाठी सहभाग घेतला पाहिजे. प्रत्येक देशाने आपल्या बाजारपेठा इतर देशांसाठी खुल्या केल्या पाहिजेत आणि शक्य तितक्या कार्यक्षमतेने इतर देशांच्या बाजारपेठेत प्रवेश करण्यासाठी सर्वतोपरी प्रयत्न केले पाहिजेत. हा एक मानक नियम आहे ज्याचे आजच्या जागतिक विपणन वातावरणात प्रत्येक देशाने पालन केले पाहिजे. जागतिक विपणनमध्ये अशा सहभागाशिवाय देशाचा आर्थिक विकास ठप्प होईल.

१.२.१ - निर्यात विपणनाची व्याख्या (Definition):

१) बी.एस.राठोर -"निर्यात विपणनामध्ये देशाच्या राष्ट्रीय सीमा ओलांडणाऱ्या उत्पादनांसाठी विपणन प्रक्रियांचे व्यवस्थापन समाविष्ट आहे".

२) "निर्यात विपणन म्हणजे राष्ट्रीय सीमांच्या पलीकडे वस्तू आणि सेवांचे विपणन".

१.२.२ - निर्यात विपणनाची मुख्य वैशिष्ट्ये (The main important features of export marketing):

१. पद्धतशीर प्रक्रिया (Systematic process):

निर्यात विपणन ही परकीय बाजारपेठांमध्ये वस्तू आणि सेवांची पद्धतशीरपणे निर्मिती आणि वितरण करण्याची प्रक्रिया आहे. निर्यात विपणन व्यवस्थापक हा बाजार संशोधन, उत्पादन संरचना, व्यापार चिन्ह, आवेष्टन, किंमत आणि प्रचार यासह विविध विपणन कामांसाठी जबाबदार असतो. विविध विपणन कार्ये पार पाडण्यासाठी, निर्यात विपणन व्यवस्थापकाने योग्य स्त्रोतांकडून योग्य माहिती मिळवणे, त्याचे संपूर्ण विश्लेषण करणे आणि नंतर पद्धतशीर निर्यात विपणन निर्णय घेणे आवश्यक असते.

२. प्रचंड प्रमाणात व्यवहार (Marketing on a large scale):

निर्यात विपणन सामान्यत: मोठ्या प्रमाणावर केले जाते. मोठ्या प्रमाणात उत्पादन आणि वस्तूंच्या वितरणामध्ये बचत करण्यासाठी मालाच्या मोठ्या मागणीवर जोर दिला जातो. आंतरराष्ट्रीय बाजारातील स्पर्धात्मक किंमती उद्धृत करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर बचती निर्यातदारांना मदत करतात. उच्च वाहतूक खर्च आणि इतर नियमांमुळे, कमी प्रमाणात वस्तूंची निर्यात करणे महाग आहे.

३. बहुराष्ट्रीय संस्थांचे वर्चस्व (Dominated by multinational corporations):

संयुक्त राज्ये, युरोप आणि जपानमधील बहुराष्ट्रीय कंपन्या (एमएनसी) निर्यात विपणनावर प्रभुत्व मिळवतात. ते त्यांच्या जालक प्रणालीद्वारे जागतिक संपर्क तयार करण्यास सक्षम आहेत आणि कार्यक्षम आणि किफायतशीर पद्धतीने कंपनीचे व्यवहार करू शकतात. ते कमी खर्चात आणि मोठ्या प्रमाणावर उच्च दर्जाच्या वस्तू तयार करतात.

४. ग्राहक केंद्रीत (Customer centered):

निर्यात विपणन हे संपूर्णपणे ग्राहक केंद्रीत आहे. ग्राहकांच्या गरजा आणि इच्छा ओळखल्या गेल्या पाहिजेत आणि ग्राहकांना आनंद देण्यासाठी आणि तो वाढवण्यासाठी उत्पादने योग्यरित्या संरेखित आणि विकसित केली पाहिजेत. ग्राहक केंद्रीत निर्यात विपणन

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत केवळ विक्री वाढवणार नाही, तर कंपनीचे ख्यातीमूल्य बळकट आणि वर्धित करेल.

५. व्यापार निर्बंध (Trading restrictions):

अंतर्गत विपणना सारखे निर्यात विपणन विनामूल्य नाही. विविध देशांच्या संरक्षणवादी धोरणांमुळे, विविध व्यापार अडथळे आहेत. आयात प्रतिबंधित करण्यासाठी देश जकात तसेच इतर अवरोधक निर्बंधांचा वापर करतात. ज्या देशांतून माल आयात करायचा आहे, त्या देशातील व्यापार निर्बंधांविषयी निर्यात विपणन व्यवस्थापकाने चांगले पारंगत असले पाहिजे.

६. व्यापारी गट (Trading blocks):

व्यापारी गटाचा निर्यात व्यापारावर परिणाम होतो; काही राष्ट्रे परस्पर लाभ आणि आर्थिक प्रगतीसाठी व्यापारी गट तयार करतात. सामान्य बाह्य निर्बंधांमुळे, गैर-सदस्यांना व्यापारी गटाच्या सदस्यांसह व्यापार करण्यात अडचण येते. नाफ्ता (NAFTA), युरोपियन युनियन(EU) आणि आसियान (ASEAN) सारखे महत्त्वाचे व्यापारी गट भारतीय निर्यातदारांनी चांगले समजून घेतले पाहिजेत.

७. त्रिपक्षीय स्पर्धा (Three-Sided competition):

निर्यात बाजारात, निर्यातदारांनी त्रिपक्षीय स्पर्धा, म्हणजे, निर्यातदार देशाचे इतर पुरवठादार, आयात करणाऱ्या देशाचे देशांतर्गत उत्पादक आणि प्रतिस्पर्धी राष्ट्रांचे निर्यातदार यांच्याशी स्पर्धा केली पाहिजे.

८. दस्तऐवजीकरण (Documentation):

निर्यात विपणनासाठी विविध दस्तऐवजीकरण आवश्यकता आहेत. निर्यातदारांनी सीमाशुल्क, बंदर विश्वस्तमंडळ आणि इतर विविध प्राधिकरणांना विविध कागदपत्रे सादर करणे आवश्यक असते. त्यामध्ये नौभरण देयक, वाणिज्यदूतीय बीजक, उद्गम प्रमाणपत्र आणि इतर कागदपत्रे समाविष्ट असतात.

९. परकीय चलन निर्बंध (Foreign Exchange regulations):

निरनिराळे देश निर्यात व्यापारावर वेगवेगळे परकीय चलन नियम लागू करतात. हे नियम निर्यातीचे पैसे कसे दिले जातात आणि कसे गोळा केले जातात हे नियंत्रित करतात. असे नियम जगभरातील देशांमधील मालाच्या मुक्त प्रवाहात अडथळा आणतात.

१०. विपणन- योग्य समतोल (Appropriate Marketing Mix):

निर्यात विपणनासाठी लक्ष्य बाजारासाठी योग्य विपणन मिश्रण असणे आवश्यक आहे, याचा अर्थ योग्य उत्पादन, योग्य किंमतीत, योग्य ठिकाणी आणि योग्य जाहिरातीसह निर्यात करणे. निर्यात वाढवण्यासाठी आणि मोठा नफा मिळवण्यासाठी, निर्यातदार वेगळ्या निर्यात बाजारासाठी पर्यायी विपणन - मिश्रण वापरू शकतो.

११. आंतरराष्ट्रीय विपणन संशोधन (International Marketing Research):-

निर्यात विपणन खूप स्पर्धात्मक आहे. त्यामुळे बाजार सर्वेक्षण, उत्पादन सर्वेक्षण, उत्पादन संशोधन आणि विकास या स्वरूपात विपणन संशोधन आवश्यक आहे. आंतरराष्ट्रीय विपणन संशोधन विविध प्रकारे मदत करू शकते, जसे की निर्यात विपणनातील परकीय खरेदीदारांच्या गरजा आणि इच्छा ओळखणे.

१२. जोखीम विभाजन (distribution of company risks):

निर्यात विपणन जोखमीची विभागणी करण्यास मदत करते. सामान्यतः, निर्यात कंपन्या त्यांची उत्पादने विविध परकीय बाजारपेठांमध्ये विकतात. एका बाजारपेठेमधील जोखमीद्वारे प्रभाव (नुकसानाने परिणाम) झाल्यास, ते अधिक परतावा असलेल्या इतर बाजारपेठांमध्ये गुंतवणूक करून त्यांच्या कंपनीच्या जोखमींचे विभाजन करण्यास सक्षम ठरू शकतात.

१३. प्रतिष्ठा (Reputation):

निर्यात विपणन निर्यात कंपनीला एक नाव आणि ख्यातीमूल्य देते. शिवाय, मूळ देशाला प्रतिष्ठा मिळते. निर्यात संस्थेची प्रतिष्ठा याला देशांतर्गत आणि निर्यात दोन्ही बाजारांमध्ये उच्च विक्री करण्यास सहकार्य करते.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. ------------- विपणन म्हणजे इतर राष्ट्रांतील लोकांना वस्तू विकण्याची प्रक्रिया.

२. निर्यात विपणन ----- चलन निर्माण करुन देशाच्या सर्वागीण विकासात हातभार लावते.

३. निर्यात विपणन उपलब्ध संसाधनांचा सर्वोत्तम वापर करण्यासाठी आर्थिक, व्यवसाय आणि ----- विकासास प्रोत्साहन देते.

ब) व्याख्या लिहा:

१. निर्यात विपणन

२. विपणन मिश्रण

३. त्रिपक्षीय स्पर्धा

क) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. निर्यात विपणनामुळे कोणत्या घटकांचा विकास होतो?

२. निर्यात विपणन व्यवस्थापक कोणकोणत्या विपणन कामांसाठी जबाबदार असतो?

३. निर्यात विपणनासाठी कोणते दस्तऐवज आवश्यक आहेत?

ड) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. निर्यात विपणन सामान्यत: मोठ्या प्रमाणावर केले जाते.

२. काही राष्ट्रे परस्पर लाभ आणि आर्थिक प्रगतीसाठी व्यापारी गट तयार करतात.

३. निर्यात विपणन जोखमीची विभागणी करण्यास मदत करते.

१.३ राष्ट्र आणि संस्थेसाठी निर्यातीचे महत्त्व (IMPORTANCE OF EXPORTS FOR A NATION AND A FIRM)

विकसित आणि विकसनशील अशा सर्वच देशांसाठी निर्यात महत्त्वाची आहे. निर्यात विपणनाची गरज, उपयुक्तता आणि फायदे हे देश आणि व्यावसायिक संस्थेच्या दृष्टीकोनातून स्पष्ट केले जाऊ शकतात.

१.३.१ राष्ट्रीय स्तरावर निर्यात विपणनाचे महत्त्व (Export Marketing's Relevance at the National Level):

१. परकीय चलन मिळवणे (Bring major foreign currency):

निर्यात निर्यातदार देशाला महत्त्वपूर्ण परकीय चलन प्रदान करते, ज्याचा वापर भांडवली वस्तू, कच्चा माल, सुटे भाग आणि घटकांच्या आयातीसाठी तसेच प्रगत तांत्रिक कौशल्यासाठी केला जातो.

२. आंतरराष्ट्रीय संबंध (International Links):

जवळपास प्रत्येक देशाला शांततापूर्ण वातावरणात भरभराटीची इच्छा असते. आंतरराष्ट्रीय व्यापार ही इतर देशांशी राजकीय आणि सांस्कृतिक संबंध टिकवून ठेवण्याची एक रणनीती आहे.

३. देयक शिल्लक (Balance of Payments):

मोठ्या प्रमाणावर निर्यातीमुळे देयकांच्या संतुलनाच्या असंतुलनाची समस्या दूर होते आणि देशांना देयक संतुलनाची अनुकूल परिस्थिती प्राप्त करण्यास अनुमती मिळते. मोठ्या प्रमाणावर निर्यातीचा उपयोग व्यापार संतुलन आणि आंतरराष्ट्रीय ताळेबंदामधील तूट दूर करण्यासाठी केला जाऊ शकतो.

४. जागतिक प्रतिष्ठा (International Reputation):

निर्यातीत जगाचे नेतृत्व करणारा देश इतर राष्ट्रांकडून मोठ्या प्रमाणावर आदर, ख्यातीमूल्य आणि प्रतिष्ठा प्राप्त करतो. उदाहरणार्थ, जपानच्या उच्च-गुणवत्तेच्या निर्यात वस्तूंनी त्याला आंतरराष्ट्रीय प्रतिष्ठा मिळवून दिली आहे.

५. रोजगाराच्या संधी (Job Opportunities):

निर्यात बाजाराची मागणी पूर्ण करण्यासाठी अधिक उत्पादन आवश्यक आहे. अधिक उत्पादन म्हणजे रोजगाराच्या अधिक संधी. केवळ निर्यात क्षेत्रातच नाही, तर बँकिंग आणि विमा यांसारख्या संबंधित उद्योगांमध्येही संधी आहेत.

६. देशाच्या आर्थिक विकासाला चालना (Contribution for Country's Rapid Economic Development):

आर्थिक आणि औद्योगिक विकासाला पाठिंबा देण्यासाठी निर्यात आवश्यक आहे. जर एखाद्या कंपनीला जगभरातील बाजारपेठांमध्ये प्रवेश असेल तर ती वेगाने वाढू शकते. मोठ्या प्रमाणात निर्यात देशाच्या जलद आर्थिक विकासात योगदान देते.

७. संसाधनांचा इष्टतम वापर (Efficient Utilisation of Resources):

संसाधनांचा सर्वोत्तम वापर शक्य आहे. उदाहरणार्थ, आखाती देशांमध्ये तेल आणि पेट्रोलियम उत्पादनांचा पुरवठा देशांतर्गत मागणीपेक्षा जास्त आहे. परिणामी, उपलब्ध संसाधनांचा जास्तीत जास्त वापर करून अतिरिक्त उत्पादन निर्यात केले जाते.

८. इतर क्षेत्रांच्या प्रगतीस कारक (Enabling development of other sectors):

निर्यात उद्योगामुळे बँकिंग, वाहतूक आणि विमा यासह इतर क्षेत्रांचा विस्तार झाला आहे आणि निर्यात क्षेत्राला पाठिंबा देण्यासाठी विविध प्रकारचे सहायक उद्योग उदयास आले आहेत.

९. उच्च राहणीमान (Improving Standard of Living):

निर्यात व्यापारासाठी अधिक उत्पादन आवश्यक आहे, ज्यामुळे अधिक रोजगाराच्या संधी निर्माण होतात. अधिक रोजगार म्हणजे अधिक खर्च करण्याची शक्ती, ज्यामुळे व्यक्तींना नवीन आणि चांगल्या गोष्टींचा आनंद घेता येतो, त्यामुळे जीवनस्तर उंचावेल.

१.३.२ - व्यवसाय / संस्थेत निर्यात विपणनाचे महत्त्व (Importance of export marketing at Business / Firm):

१. प्रतिष्ठा (Reputation):

निर्यातीमुळे कंपनी केवळ निर्यात उद्योगातच नव्हे तर देशांतर्गत बाजारपेठेतही स्वतःसाठी प्रतिष्ठा तयार करू शकते. उदाहरणार्थ फिलिप्स, एचएलएल, ग्लाक्सो, सोनी, कोका कोला आणि पेप्सी यांची आंतरराष्ट्रीय प्रतिष्ठा आहे.

२. इष्टतम उत्पादन (Optimum Production):

देशांतर्गत मागणी पूर्ण केल्यानंतर निगम आपले अतिरिक्त उत्पादन निर्यात करू शकते. परिणामी, कमाल क्षमता गाठेपर्यंत उत्पादन चालू राहू शकते. त्यामुळे उत्पादन खर्चात मोठ्या प्रमाणात बचत होईल.

३. जोखमीची विभागणी (Spreading of Risk):

देशांतर्गत आणि आंतरराष्ट्रीय स्तरावर विपणन करणारी कंपनी तिच्या विपणन जोखमीचे दोन भागांमध्ये विभाजन करू शकते. एका भागात (म्हणजे विपणनच्या एका क्षेत्रात) कमावलेला नफा दुसऱ्या भागात झालेला तोटा भरून काढू शकतो.

४. निर्यात दायित्व/ बांधिलकी (Export obligation):

निर्यात आवश्यकता पूर्ण केलेल्या असल्यास काही निर्यात संस्थांना विशेष सवलती आणि सुविधा दिल्या जातात. भारतात, अशा वचनबद्धतेची पूर्तता करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर निर्यात करणे आवश्यक आहे आणि सेझ (SEZ)/FTZ मध्ये कार्यरत असलेल्या कंपन्या विशिष्ट फायद्यांच्या बदल्यात अशा जबाबदाऱ्या पूर्ण करण्यास बांधील आहेत.

५. संघटनात्मक कार्यक्षमतेत सुधारणा (Improvement in organizational efficiency):

निर्यातदार संशोधन, प्रशिक्षण आणि परकीय बाजारपेठांशी व्यवहार करण्याचा अनुभव याद्वारे त्यांची एकूण संस्थात्मक कार्यक्षमता वाढवू शकतात.

६. उत्पादन मानकांमध्ये सुधारणा (Improvement in product standards):

आंतरराष्ट्रीय आवश्यकता पूर्ण करण्यासाठी, निर्यात कंपनीने गुणवत्ता मानके राखणे आणि वाढवणे आवश्यक आहे. परिणामी, देशांतर्गत आणि आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतील ग्राहक उच्च दर्जाच्या वस्तूंचा आनंद घेऊ शकतील.

७. उदारमतवादी आयात (Liberal Imports):

मोठ्या प्रमाणावर निर्यातदार अधिक परकीय चलन गोळा करतात, ज्याचा वापर नवीन तंत्रज्ञान, मशीन आणि घटक अधिक मुक्तपणे खरेदी करण्यासाठी केला जाऊ शकतो. यामुळे निर्यात संस्थांची स्पर्धात्मकता सुधारते.

८. आर्थिक आणि गैर-आर्थिक लाभ (Financial and non-financial benefits):

मोठ्या प्रमाणावर निर्यातदार अधिक परकीय चलन गोळा करतात, ज्याचा वापर नवीन तंत्रज्ञान, मशीन आणि घटक अधिक मुक्तपणे खरेदी करण्यासाठी केला जाऊ शकतो. यामुळे निर्यात संस्थांची स्पर्धात्मकता सुधारते.

९. जास्त नफा (Higher profits):

निर्यातीमुळे कंपनीला त्याच्या उत्पादनांसाठी जास्त किंमत आकारता येते. जर निर्यातदार उच्च-गुणवत्तेचा माल देतात, तर ते त्यांच्या स्थानिक बाजारपेठेपेक्षा जास्त किंमती आकारू शकतात, त्यांचे नफ्याचे प्रमाण वाढवू शकतात.

१.४ देशांतर्गत विपणन आणि निर्यात विपणन यांच्यातील फरक (DISTINCTION BETWEEN DOMESTIC MARKETING AND EXPORT MARKETING)

देशांतर्गत / घरगुती विपणन	निर्यात / आंतरराष्ट्रीय विपणन
१) अर्थ: देशांतर्गत विपणन हे देशाच्या राजकीय मर्यादेपर्यंत मर्यादित आहे. यात केवळ एकाच देशात खरेदी आणि विक्रीचा समावेश आहे.	विपणन हेतूंसाठी, आंतरराष्ट्रीय विपणन सर्व देशांचा समावेश करते. यात जागतिक स्तरावर खरेदी आणि विक्री यासारख्या व्यवहाराचा समावेश आहे.
२) स्वरूप: मानक चलन प्रणाली, काही व्यापार प्रतिबंध, सातत्यपूर्ण व्यापार सराव आणि उत्पादनांच्या वाहतुकीसाठी कमी अंतर यासारख्या अनेक घटकांमुळे देशांतर्गत विपणन सोपे आणि सरळ आहे.	अनेक चलनांचा वापर, मोठ्या अंतरासाठी व्यापार प्रतिबंध आणि एकसमान व्यापार प्रक्रियांचा अभाव यासारख्या कारणांमुळे आंतरराष्ट्रीय विपणन कठीण आणि गुंतागुंतीचे आहे.
३) व्यापारी गट: कोणतेही व्यापारी गट, जकाती किंवा बिगरजकाती अडथळे नसल्यामुळे, देशांतर्गत विपणन व्यवहार चा विस्तार करण्यासाठी भरपूर वाव आहे.	आंतरराष्ट्रीय विपणनामध्यें, देशांमध्ये मुक्त व्यापार प्रतिबंधित करण्यासाठी व्यापारी गट आणि जकाती किंवा बिगरजकाती अडथळे अस्तित्त्वात आहेत.
४) परवाना आणि प्रक्रिया: हे परवाना आवश्यकता तसेच लांबलचक प्रक्रिया आणि औपचारिकतांपासून मुक्त आहे. हे व्यापार प्रक्रिया सुलभ करते.	परवाना, मंजूरी आणि लांबलचक प्रक्रिया या सर्वांचा समावेश आहे. हे गुंतागुंतीचे, वेळ घेणारे आणि कठीण विपणन क्रियाकलाप बनवते.

५) पर्यावरणीय बदल:	
परवाना, मंजूरी आणि लांबलचक प्रक्रिया या सर्वांचा समावेश आहे. हे गुंतागुंतीचे, वेळ घेणारे आणि कठीण विपणन क्रियाकलाप बनवते.	आर्थिक, राजकीय किंवा सामाजिक वातावरणातील बदलांचा आंतरराष्ट्रीय विपणन चित्रावर महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडतो.
६) व्यापारात धोका:	
व्यवहार ची अरुंद व्याप्ती, राजकीय स्थिरता आणि एकसमान नियम आणि कायदे यामुळे जोखीम कमी आहे.	व्यवहाराची प्रचंड व्याप्ती, बाजाराचे अत्यंत संवेदनशील स्वरूप आणि राजकीय समस्यांमुळे जोखीम लक्षणीय आहे.
७) स्पर्धा:	
हे विशेषतः स्पर्धात्मक बाजार नाही. एकसमान निगम वातावरणामुळे, स्पर्धेची शक्यता मर्यादित आहे.	हे अत्यंत स्पर्धात्मक आहे कारण सहभागी देश आर्थिक आणि औद्योगिक विकासाच्या विविध स्तरांवर आहेत.
८) सरकारी हस्तक्षेप:	
देशांतर्गत विपणन प्रयत्नांमध्ये शक्य तितका कमी हस्तक्षेप केला पाहिजे.	आंतरराष्ट्रीय विपणन व्यवहार मध्ये सर्वात जास्त हस्तक्षेप केला जातो.
९) विभागणी:	
ही एकल एकात्मिक विपणन क्रिया आहे ज्यामध्ये कोणतेही विभाग नाहीत.	हे दोन विभागांमध्ये विभागले गेले आहे. बहुराष्ट्रीय विपणन आणि परकीय विपणन हे दोन भिन्न प्रकारचे विपणन आहेत.
१०) समाविष्ट प्रमाण:	
कमी संख्या आणि नफ्याचे कमी प्रमाण ही देशांतर्गत विपणनात केल्या जाणाऱ्या प्रक्रीयेंची वैशिष्ट्ये आहेत..	आंतरराष्ट्रीय विपणनाचे प्रयत्न नफ्याच्या उच्च प्रमाणासह, नेहमीच उच्च प्रमाणात असतात.
११) प्रोत्साहन:	
व्यापारी आणि उत्पादकांना घरगुती विपणनामध्ये क्वचितच विशिष्ट सवलती, विशेषाधिकार किंवा प्रोत्साहन दिले जाते.	निर्यात-केंद्रित वस्तूंचे उत्पादक आणि निर्यातदारांना जेव्हा निर्यात विपणनाचा प्रश्न येतो तेव्हा त्यांना अनन्य प्रोत्साहन, सुविधा आणि विशेषाधिकार दिले जातात.
१२) सहभागी संस्था:	
घाऊक विक्रेते, किरकोळ विक्रेते आणि इतर व्यापारी संघटना घरगुती विपणनामध्ये अंतर्भूत कंपन्यांमध्ये आहेत.	उत्पादक-निर्यातदार, व्यापारी-निर्यातदार, निर्यात घरे आणि व्यापार घराणे ही सर्व निर्यात विपणन संस्थांची उदाहरणे आहेत.

१३) पैसे देण्याची पद्धत: पैशांचे प्रदान रोखीने किंवा देशांतर्गत विपणनामध्ये चेकद्वारे केले जाते.	पतपत्र आणि हक्कपत्रसहित विपत्र यांचा वापर आंतरराष्ट्रीय विपणनामध्ये पैसे देण्यासाठी केला जातो.
१४) चलनाचा वापर: हे एकाच चलनाच्या वापरावर आधारित आहे. जसे कि भारतीय रुपया.	यात अनेक चलनांचा वापर समाविष्ट आहे, विशेषत: यूएस डॉलर.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress):

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. निर्यातदार व्यवसाय संशोधन, प्रशिक्षण आणि परकीय बाजारपेठांशी व्यवहार करण्याचा अनुभव याद्वारे त्यांची एकूण संस्थात्मक ------ वाढवू शकतात.

२. -------------- विपणन आणि परकीय विपणन हे दोन भिन्न प्रकारचे विपणन आहेत.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. निर्यातदार देश परकीय चलनाचा वापर कशा प्रकारे करतात?

२. निर्यात विपणनामुळे जीवनस्तर कशाप्रकारे उंचावेल?

३. आंतरराष्ट्रीय विपणनामध्ये पैसे देण्यासाठी कशाचा वापर केला जातो?

क) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. मोठ्या प्रमाणावर निर्यातीमुळे देयकांच्या असंतुलनाची समस्या दूर होते.

२. संसाधनांचा इष्टतम वापर.

३. आंतरराष्ट्रीय विपणन कठीण आणि गुंतागुंतीचे आहे.

१.५ सारांश (SUMMARY)

विपणनाचे वर्णन नफ्यासाठी ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी संस्थेच्या सर्व संसाधनांचा वापर करणे असे केले जाते. निर्यात आणि देशांतर्गत विपणन यातील फरक हा आहे की निर्यात विपणन राष्ट्रीय सीमा ओलांडून होते. याचा अर्थ निर्यातदारांनी भाषेतील अडथळे, राजकारण, नियम, सरकार आणि संस्कृती यासारख्या व्यापारातील अडथळ्यांना सामोरे जावे. त्यांना उत्पादन अर्ध्या मार्गाने जगभरातील दूरच्या बाजारपेठांमध्ये नेण्यासाठी आणि आयात करणाऱ्या देशाचे आयात शुल्क भरावे लागेल. त्यांना निर्यातीसह येणाऱ्या पुरवठा विषयक आणि कागदोपत्री कामे यासारख्या समस्यांचा सामना करावा लागेल. या फक्त काही समस्या आहेत ज्यांना तुम्हाला सामोरे जावे लागेल.

परकीय खरेदीदार आणि ग्राहकांना भुरळ घालणारी वस्तू तयार करणे हा देखील निर्यात विपणनाचा भाग आहे. या प्रस्तावामध्ये विशिष्ट किंमतीला परकीय ग्राहकांना उपलब्ध किंवा वितरित केलेल्या उत्पादनाचा समावेश असतो. त्याच बरोबर, प्रस्ताव विविध संप्रेषण आणि प्रचार माध्यमांद्वारे खरेदीदारापर्यंत प्रसारित किंवा प्रचारित केला जातो. विपणन मिश्रण चार घटकांचे बनलेले आहे: उत्पादन, किंमत, वितरण (स्थान) आणि जाहिरात.

१.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. 'देशांतर्गत / घरगुती विपणन' वर एक छोटी टीप लिहा.

२. निर्यात विपणन म्हणजे काय?

३. परकीय चलन या शब्दाचे स्पष्टीकरण करा.

४. निर्यात विपणन हे स्पर्धा कशी हाताळते?

५. निर्यात विपणनाची व्याख्या लिहा.

(२) दीर्घोत्तरे :

१. निर्यात विपणनाची वैशिष्ट्ये काय आहेत?

२. निर्यात विपणनाचे थोडक्यात स्पष्टीकरण द्या.

३. देशांतर्गत विपणन आणि निर्यात विपणन यातील फरक लिहा

४. निर्यात विपणनाचे महत्त्व स्पष्ट करा.

५. निर्यात विपणनाचे तोटे स्पष्ट करा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. .... इतर राष्ट्रांतील लोकांना वस्तू विकण्याच्या प्रक्रियेचा संदर्भ देते

(अ) देशांतर्गत बाजारपेठ, (ब) परकीय बाजार,

(क) आयात विपणन, (ड) निर्यात विपणन

२. एमएनसी म्हणजे ....

(अ) बहुराष्ट्रीय कंपन्या, (ब) बहु-आंतरराष्ट्रीय संस्था,

(क) बहुराष्ट्रीय निगम योजना, (ड) बहुराष्ट्रीय निगम प्रणाली

३. मोठ्या प्रमाणावरील अर्थव्यवस्था निर्यातदारांना .... बाजारातील स्पर्धात्मक किंमती उद्धृत करण्यात मदत करतात

(अ) राष्ट्रीय, (ब) आंतरराष्ट्रीय,

(क) घरगुती, (ड) आयात

४. निर्यात विपणन निर्यात करणाऱ्या कंपनीला नाव आणि .... देते.

(अ) पतप्रतिष्ठा, (ब) मालमत्ता,

(क) प्रणाली, (ड) जागा

५. निर्यात विपणन ही परकीय बाजारपेठांमध्ये.................. वस्तू आणि सेवा तयार आणि वितरित करण्याची प्रक्रिया आहे.

(अ) पद्धतशीर पद्धतीने, (ब) गुंतागुंतीची पद्धतीने ,

(क) सामान्य पद्धतीने, (ड) जोखमीची पद्धतीने

उत्तरे: १-ड, २-अ, ३-ब, ४-अ, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

a. निर्यात विपणनाला व्यापक ....प्रासंगिकता आहे.

b. निर्यात विपणन हे ....संबंधी आहे.

c. निर्यात विपणन .... जोखीम पसरवण्यास मदत करते.

d. निर्यात विपणन व्यवस्थापक विविध ....कार्यांसाठी जबाबदार असतो.

e. उच्च वाहतूक खर्च आणि इतर नियम, कमी प्रमाणात वस्तूंची निर्यात करणे ....असते.

उत्तरे:

१- विपणन,

२- ग्राहक,

३- निगम,

४- आर्थिक,

५- महाग

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. आयात विपणन देखील भरपूर पैसे कमविण्यासाठी आणि भरपूर परकीय चलन मिळविण्यासाठी बरेच पर्याय प्रदान करते.

२. निर्यात विपणन म्हणजे आंतरराष्ट्रीय सीमांच्या पलीकडे वस्तू आणि सेवांचे विपणन.

३. मोठ्या प्रमाणावरील निर्यातीचा उपयोग व्यापार संतुलनातील तूट दूर करण्यासाठी केला जाऊ शकतो.

४. विकसित आणि विकसनशील अशा सर्व देशांसाठी निर्यात महत्त्वाची आहे.

५. निर्यात विपणन सामान्यत: लहान प्रमाणात केले जाते.

उत्तरे:

बरोबर: ३ आणि ४

चूक : १,२ आणि ५

१.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन – एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.

- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

२

निर्यात विपणन - २

प्रकरण संरचना

२.० उद्दिष्टे

२.१ प्रस्तावना

२.२ निर्यात विपणनावर परिणाम करणारे घटक

२.३ निर्यात विपणनमध्ये समाविष्ट (अंतर्भूत) असलेली जोखीम

२.४ भारताच्या निर्यात क्षेत्राच्या समस्या

२.५ सारांश

२.६ स्वाध्याय

२.७ संदर्भ

२.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील:

- निर्यात विपणनावर परिणाम करणारे घटक जाणून घेणे
- निर्यात विपणनामध्ये अंतर्भूत असलेल्या जोखीम ओळखणे
- भारताच्या निर्यात क्षेत्राच्या समस्या जाणून घेणे

२.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

निर्यात विपणन म्हणजे इतर राष्ट्रांतील लोकांना वस्तू विकण्याची प्रक्रिया. यात एक लांब प्रक्रिया आणि औपचारिकता समाविष्ट आहे. निर्यात विपणनामध्ये, निर्यात आणि आयात करणाऱ्या दोन्ही देशांनी स्थापित केलेल्या प्रक्रियेनुसार वस्तू परदेशात हस्तांतरित केल्या जातात.

परकीय मर्यादा, जागतिक स्पर्धा, लांबलचक प्रक्रिया आणि औपचारिकता आणि इतर कारणांमुळे, देशांतर्गत विपणनापेक्षा निर्यात विपणन अधिक कठीण आहे. शिवाय, जेव्हा एखादी कंपनी राष्ट्रीय सीमा ओलांडते तेव्हा ते वेगाने अधिक क्लिष्ट होते. निर्यात विपणन देखील भरपूर पैसे कमविण्यासाठी आणि भरपूर परकीय चलन मिळविण्यासाठी बरेच पर्याय प्रदान करते.

निर्यात विपणनाची व्यापक आर्थिक प्रासंगिकता आहे कारण ती राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थेला विविध मार्गांनी लाभ देते. हे परकीय चलन निर्माण करण्यासाठी आणि उपलब्ध संसाधनांचा सर्वोत्तम वापर करण्यासाठी आर्थिक, व्यवसाय आणि औद्योगिक विकासास प्रोत्साहन देते.

प्रत्येक देश निर्यात आणि अर्थपूर्ण जागतिक विपणन सहभागाला प्रोत्साहन देण्यासाठी विविध धोरणे लागू करतो. जागतिकीकरण ही वस्तुस्थिती आहे आणि प्रत्येक देशाने परस्पर फायद्यासाठी सहभाग घेतला पाहिजे. प्रत्येक देशाने आपल्या बाजारपेठा इतर देशांसाठी खुल्या केल्या पाहिजेत आणि शक्य तितक्या कार्यक्षमतेने इतर देशांच्या बाजारपेठेत प्रवेश करण्यासाठी सर्वतोपरी प्रयत्न केले पाहिजेत.

हा एक मानक नियम आहे ज्याचे आजच्या जागतिक विपणन वातावरणात प्रत्येक देशाने पालन केले पाहिजे. जागतिक विपणनमध्ये अशा सहभागाशिवाय देशाचा आर्थिक विकास ठप्प होईल.

२.२ निर्यात विपणनावर परिणाम करणारे घटक (FACTORS INFLUENCING EXPORT MARKETING)

देशाच्या निर्यात आणि आयातीच्या मूल्यावर परिणाम करणारे आठ घटक खालीलप्रमाणे आहेत:

१. देशाचा महागाई दर (The country's inflation rate):

देशाचा चलनवाढीचा दर तुलनेने जास्त असल्यास, देशांतर्गत लोक आणि व्यवसाय मोठ्या प्रमाणावर आयात केलेल्या वस्तू खरेदी करतील. देशाच्या व्यवसायांसाठी निर्यात करणे देखील कठीण होईल. दुसरीकडे, महागाईतील घट देशाच्या आंतरराष्ट्रीय स्पर्धात्मकतेला चालना देईल, परिणामी अधिक निर्यात आणि कमी आयात होईल.

२. देशाचा विनिमय दर (The country's exchange rate):

जेव्हा एखाद्या देशाचा विनिमय दर घसरतो तेव्हा निर्यातीच्या किमती कमी होतात आणि आयातीच्या किमती वाढतात. यामुळे आयातीवर खर्च होणारी रक्कम कमी करताना निर्यातीचे मूल्य वाढेल असे गृहीत धरले जाते.

३. उत्पादकता (Productivity):

एखाद्या देशाचे कार्यबल जितके अधिक उत्पादनक्षम असेल, तितके प्रति विभाग श्रममूल्य कमी असेल आणि त्याच्या वस्तूंची किंमत कमी असेल. उत्पादकतेत वाढ झाल्यामुळे मोठ्या संख्येने कुटुंबे आणि व्यवसाय देशाच्या अधिक मालाची खरेदी करतील, परिणामी निर्यातीत वाढ होईल आणि आयात कमी होईल.

४. गुणवत्ता (Quality):

इतर देशांच्या उत्पादनांच्या तुलनेत देशाच्या उत्पादनांच्या गुणवत्तेत घट झाल्यामुळे देशाच्या वस्तू आणि सेवा व्यापार संतुलनावर नकारात्मक परिणाम होतो.

५. विपणन (Marketing):

विक्री केलेल्या निर्यातीच्या संख्येवर केवळ त्यांची गुणवत्ता आणि किंमतच नाही तर देशांतर्गत उद्योगांच्या विपणन क्षेत्रातील यशाचाही परिणाम होतो. त्याचप्रमाणे, परकीय

उद्योगांच्या विपणनाच्या परिणामकारकतेचा परिणाम खरेदी केलेल्या आयातीच्या रकमेवर होतो.

६. देशांतर्गत GDP (जीडीपी-स्थूल देशांतर्गत उत्पादन - Domestic GDP):

देशांतर्गत उत्पन्न वाढल्यास, अधिक आयात खरेदी केली जाऊ शकते. अधिक कच्चा माल आणि भांडवली वस्तू व्यवसायांद्वारे खरेदी केली जाण्याची शक्यता आहे, यापैकी काही वस्तू देशाबाहेरून येतात. अधिक उत्पादने घरांद्वारे खरेदी केली जातील, त्यापैकी काही आयात केली जातील. देशांतर्गत मागणीत वाढ झाल्यामुळे काही देशांतर्गत उद्योगांना आंतरराष्ट्रीय कडून घरगुती बाजारपेठेकडे वळवण्याचा मोह होऊ शकतो. असे झाल्यास निर्यातीला फटका बसेल.

७. परकीय GDP (जीडीपी-स्थूल आंतरदेशीय उत्पादीत - Foreign GDP):

इतर देशांमध्ये त्यांचे उत्पन्न सुधारल्यास परकीय लोक अधिक वस्तू खरेदी करतील. यामुळे देशाची निर्यात वाढू शकेल.

८. व्यापार निर्बंध (Trade restrictions):

परकीय व्यापार निर्बंध सैल केले जातील, ज्यामुळे देशांतर्गत कंपन्यांना त्यांची उत्पादने परकीय राष्ट्रांमध्ये विकणे सोपे होईल.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. निर्यात विपणनामध्ये, निर्यात आणि ------ करणाऱ्या दोन्ही देशांनी स्थापित केलेल्या प्रक्रियेनुसार वस्तू परदेशात हस्तांतरित केल्या जातात.

२. इतर देशांमध्ये त्यांचे उत्पन्न सुधारल्यास परकीय लोक अधिक वस्तू खरेदी करतील. यामुळे देशाची --- वाढू शकेल.

ब) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. महागाईतील घटीमुळे अधिक निर्यात/ आयात आणि कमी निर्यात/ आयात होईल.

२. जेव्हा एखाद्या देशाचा विनिमय दर घसरतो तेव्हा निर्यातीच्या/ आयातीच्या किमती कमी होतात आणि निर्यातीच्या/ आयातीच्या किमती वाढतात.

३. इतर देशांच्या उत्पादनांच्या तुलनेत एखाद्या देशाच्या उत्पादनांच्या गुणवत्तेत घट झाल्यामुळे त्या देशाच्या वस्तू आणि सेवा व्यापार संतुलनावर नकारात्मक/ सकारात्मक परिणाम होतो.

क) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. निर्यात विपणन अधिक कठीण आहे.

२. देशांतर्गत GDP (जी डी पी) चा निर्यातीला फटका बसतो.

____

____

____

____

____

____

२.३ निर्यात विपणनामध्ये समाविष्ट (अंतर्भूत) असलेली जोखीम (RISKS INVOLVED IN EXPORT MARKETING)

आंतरराष्ट्रीय व्यापार करणाऱ्या व्यवसायांना केवळ स्थानिक धोक्यांनाच नव्हे तर नैतिकता, वाहतूक, बौद्धिक संपदा, पत, चलन आणि इतर विविध मुद्द्यांशी संबंधित जोखमींनाही सामोरे जावे लागते.

या धोक्यांमध्ये संस्थेचे सुरळीत कामकाज रोखण्याची क्षमता आहे, त्यामुळे त्यांचे परिणाम कमी करण्यासाठी योग्य कृती करणे आवश्यक आहे. आंतरराष्ट्रीय व्यापारात गुंतलेल्या व्यवसायांना वारंवार भेडसावणारे सहा धोके, तसेच त्यांना हाताळण्यासाठी प्रभावी पध्दती पुढे दिल्या आहेत-

१. पत जोखीम (Credit Risk):

येणे वसूल न करण्याच्या धोक्याला प्रतिपक्ष किंवा पत जोखीम म्हणून ओळखले जाते. व्यवसाय विविध मार्गांनी जागतिक बाजारपेठेत विस्तार करून या जोखमीपासून स्वतःचे संरक्षण करू शकतात.

पूर्ण भरणा घेणे [किंवा येणे असलेल्या पैशांची वाजवी टक्केवारी (Take payment in full [or a decent percentage of money upfront]):

प्रशासकीय खर्च आणि वित्त शुल्क कमी करण्यासाठी, ऑर्डर देताना, सेवा देण्यापूर्वी १००% देय असलेले पैसे किंवा वाजवी वाटा घेणे. ह्यामुळे पैसे न मिळण्याची शक्यता निघून जाते. नवीन उद्योग आणि निर्यातदारांसाठी हे आव्हानात्मक असले तरी काही किरकोळ सवलती देऊन हे अंमलात आणले जाऊ शकते.

पतपत्र (Letter of credit):

ही एक विनिर्दिष्ट कालमर्यादेत पोचवणीच्या बदल्यात सेवा/उत्पादन पुरवठादाराला विनिर्दिष्ट रक्कम देण्यासाठी जारी केलेली वचनबद्धता आहे. अशा प्रकारे विक्रेता आणि ग्राहक दोघांचेही संरक्षण होते. यात नौभरण चे संपूर्ण वर्णन आणि विक्रीच्या अटी दोन्ही असतात.

पत जोखीम कमी करण्यासाठी विविध पर्यायी पद्धती आहेत. तुमच्यासाठी काय सर्वोत्तम आहे हे पाहण्यासाठी तुम्ही प्रयोग करू शकता.

२. बौद्धिक संपदा जोखीम (Intellectual Property Risk):

या जोखमीमध्ये त्रयस्थ पक्ष कंपनीच्या किंवा मालमत्तेच्या धोरणात्मक माहितीचा बेकायदेशीर वापर करतात, ज्यामुळे कंपनीच्या सेवा किंवा वस्तूंच्या मूल्यावर प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्षपणे परिणाम होतो.

परदेशात व्यवसाय करताना दूरस्थपणे व्यावसायिक अधिकारांचा सामना करणे कठीण असल्याने, हे धोके दहापटीने वाढतात. करारावर स्वाक्षरी करण्यापूर्वी कोणत्याही देशात निगम नावे आणि व्यापार चिन्हाची नोंदणी करून हे प्रतिबंधित केले जाऊ शकते.

स्पर्धेच्या पुढे राहण्यासाठी, तुमच्या सेवा किंवा उत्पादने नियमितपणे ग्राहकांच्या अनुकूल बनविणे आणि त्यात सुधारणा करत राहणे ही देखील चांगली कल्पना आहे.

३. परकीय चलन जोखीम (Foreign Exchange Risk):

हे सहसा सध्या सुरू असलेल्या किंवा लवकरच होणाऱ्या करारांसाठी देय आणि प्राप्त करण्यायोग्य देयकांसंबंधी असते. परकीय चलनाच्या दरात सतत चढ-उतार होत असतात. परिणामी, व्यवसायांना अपेक्षेपेक्षा कमी दराने परदेशात व्युत्पन्न केलेल्या निधीचे रूपांतर करण्यास भाग पाडले जाऊ शकते.

त्यामुळेच कंपन्यांसाठी योग्य विनिमय धोरण असणे महत्त्वाचे आहे.

हे पुढील बाबतीत मार्गदर्शक ठरते:

- केलेल्या विक्रीवर नफ्याचे प्रमाण स्थिर करणे.
- विक्री आणि खरेदीवरील विनिमय दर बदलाचा नकारात्मक प्रभाव कमी करणे.
- रोख प्रवाह नियंत्रण सुधारणे.
- स्थानिक आणि आंतरराष्ट्रीय किंमती सुलभ करणे.

प्रभावी धोरण तयार करण्यासाठी, व्यवसायांनी प्रथम परकीय चलन जोखीम ओळखणे आवश्यक आहे. या जोखमींच्या बचावासाठी उपलब्ध साधने समजून घेणे आणि इष्टतम पर्याय निश्चित करण्यासाठी नियमित तुलना विश्लेषणे करणे देखील महत्त्वाचे आहे.

४. नैतिक जोखीम (Ethics Risks):

जागतिक बाजारपेठेत उत्पादन किंवा सेवा विकताना, उच्च नैतिक मानक राखणे महत्वाचे आहे. आंतरराष्ट्रीय व्यापारात, कंपन्यांना कधीही त्यांच्या विश्वासाबद्दलच्या मुद्द्याचा सामना करावा लागू शकतो.

सामाजिक परिस्थिती आणि रूढी-परंपरा वेगवेगळ्या देशांनुसार भिन्न असल्यामुळे, अधिक सावध राहणे अत्यावश्यक आहे. तुम्ही हे सुनिश्चित केले पाहिजे की तुमचे परदेशातील पुरवठादार आणि भागीदार, ते कुठेही काम करत असले तरी ते तुमच्या मूल्यांचे आणि नियमांचे पालन करतात.

५. नौभरण/वाहतूक जोखीम (Shipping Risks):

आंतरराष्ट्रीय किंवा स्थानिक पातळीवर उत्पादने वितरीत करताना दूषित होणे, जप्ती, अपघात, तोडफोड, चोरी, नुकसान आणि तुटणे हे सर्व घडू शकते. खरेदीदारांना कोणताही माल पाठवण्यापूर्वी तुमच्याकडे पुरेसा विमा असल्याची खात्री करणे आवश्यक आहे.

जेव्हा वाहतूक जोखमीचा प्रश्न येतो तेव्हा आंतरराष्ट्रीय व्यापारात गुंतलेल्या सर्व पक्षांसाठी आंतरराष्ट्रीय वाणिज्य मंडळाने काही नियम आणि जबाबदाऱ्या स्थापित केल्या आहेत. ही मार्गदर्शक तत्त्वे वाचणे आणि योग्य ती खबरदारी घेणे केव्हाही चांगले.

६. राष्ट्रीय आणि राजकीय जोखीम (Country and Political Risks):

बिगरजकाती व्यापार अडथळे, मध्यवर्ती बँक चलन नियंत्रणे आणि विशिष्ट राष्ट्रांमध्ये विशिष्ट वस्तूंच्या विक्रीवर बंदी ही या धोक्यांची उदाहरणे आहेत. उदाहरणार्थ, अनेक देशांमध्ये लुप्त होत चाललेल्या प्राण्यांच्या प्रजातींपासून तयार केलेली उत्पादने बेकायदेशीर आहेत.

काही गोष्टी, जसे की मंजूरी, तुमच्या नियंत्रणाबाहेरच्या असतील आणि तुम्हाला त्यावर मात करण्यासाठी तयार असणे आवश्यक आहे. अशा निर्बंधांबद्दल अधिक माहितीसाठी संबंधित देशाच्या परराष्ट्र व्यवहार आणि व्यापार मंत्रालयाची अधिकृत वेबसाइट पाहावी.

२.४ भारताच्या निर्यात क्षेत्राच्या समस्या (PROBLEMS OF INDIA'S EXPORT SECTOR)

भारतीय निर्यातदारांना सध्या अनेक समस्यांचा सामना करावा लागत आहे. ही समस्या व्यवसायांना परकीय बाजारपेठेत प्रवेश करण्यापासून परावृत्त करते. निर्यात व्यवसायांना खालील समस्या/अडचणी आहेत:

१. जागतिक बाजारात मंदी (Global market crisis):

२००८ आणि २००९ च्या पहिल्या सहामाहीत जागतिक अर्थव्यवस्था मंदीत होती. सप्टेंबर २००७ मध्ये संयुक्त राष्ट्रांमधील सबप्राइम मॉर्टगेज संकटामुळे मंदी आली. रत्ने आणि दागिने, कापड आणि कपडे आणि इतर वस्तूंसारख्या असंख्य भारतीय वस्तूंच्या मागणीला मंदीचा परिणाम म्हणून प्रचंड नुकसान झाले आहे. मंदीच्या काळात निर्यातदारांना आंतरराष्ट्रीय बाजारातून कमी मागणी मिळतात, ज्यामुळे त्यांना त्यांची किंमत कमी करण्यास भाग पाडले जाते. परिणामी, निर्यातदाराला कायदेशीर फायदा होतो किंवा तोटा सहन करावा लागतो.

२. तंत्रज्ञानातील फरक (Differences in technology):

औद्योगिक देशांकडे अत्याधुनिक तंत्रज्ञान आहेत जे कच्च्या स्त्रोतांपासून तयार वस्तूंचे मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन करण्यास सक्षम आहेत. दुसरीकडे, विकसनशील देशांमध्ये तांत्रिक कौशल्य आणि आधुनिक उपकरणांची कमतरता आहे. परिणामी, त्यांना पुरातन तंत्रज्ञानावर अवलंबून राहावे लागत आहे. परिणामी, जगभरातील बाजारपेठेचा असंतुलित विकास झाला आहे.

३. निर्यात प्रोत्साहनामध्ये कपात (Reduced export incentives):

कालांतराने, भारत सरकारने निर्यात प्रोत्साहनांमध्ये कपात केली आहे जसे की सीमा शुल्क परतावा (Duty Drawback) दर, मोठ्या प्रमाणात निर्यातदारांसाठी प्राप्तिकर लाभ इ. जेव्हा निर्यात प्रोत्साहन कमी केले जाते तेव्हा निर्यातदारांना परकीय बाजारात निर्यात करण्यापासून परावृत्त केले जाते.

४. जागतिक विपणनातील अनेक स्पर्धा (Several competitions in global marketing):

निर्यात विपणन हा घातक व्यवसाय आहे. किंमत, गुणवत्ता, उत्पादन खर्च आणि विक्री प्रोत्साहन धोरण हे सर्व या लढाईतील घटक आहेत. निर्यातीचा विचार केला तर भारतीय निर्यातदारांना तीन प्रकारच्या स्पर्धेला सामोरे जावे लागते. यामध्ये घरगुती निर्यातदार, निर्यात करणाऱ्या देशातील स्थानिक उत्पादक आणि शेवटी जागतिक स्तरावर प्रतिस्पर्धी देशांमधील उत्पादक यांच्यातील स्पर्धा समाविष्ट आहे. या स्पर्धात्मकतेचा परिणाम म्हणून निर्यातदारांकडे आव्हानांचा एक अनोखा समूह आहे.

५. उत्पादन मानकांची समस्या (Product-standards issue):

संयुक्त राष्ट्रांसारख्या विकसित देशांची मागणी आहे की भारतासारख्या विकसनशील देशांनी उच्च उत्पादन मानकांची पूर्तता करावी. आयात करणारे देश भारतासारख्या उदयोन्मुख देशांतील उत्पादनांवर उत्पादन चाचण्या घेतात. आयात करणारे देश अनेकदा फळे, कापड आणि इतर वस्तू यांसारख्या विशिष्ट वस्तूंना त्यांच्या उच्च घातक सामग्रीमुळे परवानगी देण्यास नकार देतात. परिणामी भारतीय निर्यातदार विशेषतः औद्योगिक देशांमध्ये बाजारातील हिस्सा गमावत आहेत,.

६. विनिमय दरातील चढउतार (Fluctuations in Exchange Rate):

प्रत्येक देशाचे स्वतःचे चलन असते जे इतर देशांपेक्षा वेगळे असते. यूएस डॉलर आणि ब्रिटीश पाउंड स्टर्लिंग ही सर्वात जास्त वापरली जाणारी आंतरराष्ट्रीय चलने आहेत. भारतीय निर्यातदारांच्या दृष्टीकोनातून, आपल्याला परकीय चलनात भुगतान करता यायला हवे. निर्यातदारांची परकीय चलन कमाई भारतीय रुपयात रूपांतरित केली जाते आणि निर्यातदारांना भारतीय चलनात पाठविली जाते, ज्यामुळे निर्यातदारांना परकीय चलन दरांमध्ये चढ-उतार होण्याच्या जोखमीचा सामना करावा लागतो.

७. समुद्री चाच्यांच्या हल्ल्यांच्या समस्या (Problems of Sea Pirates Attacks):

एडनच्या आखातातील समुद्री चाच्यांचे हल्ले आंतरराष्ट्रीय व्यापाराला मोठा धोका आहे. चाचेगिरीने प्रभावित एडनच्या आखातात भारतातील निम्म्याहून अधिक वाणिज्य वाहतूक होते. समुद्री चाच्यांच्या वाढत्या हल्ल्यांमुळे, नवीन निर्यातदार आणि आयातदारांना विमा संरक्षण मिळण्यात अडचणी येत आहेत.

८. विकसित देशांकडून अनुदानाची समस्या (Developed-country subsidies):

संयुक्त राष्ट्रांसारखे विकसित देश त्यांच्या निर्यातदारांना मोठ्या प्रमाणावर अनुदान देतात. उदाहरणार्थ, कृषी निर्यातदारांच्या बाबतीत, संयुक्त राज्ये, युनायटेड किंगडम आणि इतर देश त्यांच्या निर्यातदारांना भरीव अनुदान देतात. परिणामी, भारतासारख्या विकसनशील देशातील निर्यातदारांना जागतिक बाजारपेठेत स्पर्धा करणे आव्हानात्मक वाटते.

९. कागदपत्रे तयार करण्यात समस्या (Document Preparation Issues):

निर्यात प्रक्रियेत मोठ्या प्रमाणात कागदपत्रांची गरज असते. निर्यातदार त्याच्या देशातील सर्व आवश्यक निर्यात दस्तऐवज, तसेच पत पत्रामध्ये निर्दिष्ट केलेली कोणतीही कागदपत्रे मिळविण्यासाठी जबाबदार असतो. भारतात, भरण्यासाठी 25 पर्यंत कागदपत्रे आहेत (16 व्यावसायिक आणि एक नियामक दस्तऐवज).

१०. सरकारी निर्बंध आणि परकीय चलन नियम (Government prohibitions and Foreign Exchange Restrictions):

परवानग्या, कोटा आणि सीमाशुल्क औपचारिकता या स्वरूपात सरकारने लादलेले विशिष्ट कायदे आणि नियम पाळणे निर्यातदारांना सक्तीचे आहे. या निर्बंधांचा परिणाम म्हणून, निर्यातदारांसाठी अतिरिक्त समस्या उद्भवतात. परकीय सरकारांनी लादलेले व्यापार निर्बंध देखील निर्यातदारांसाठी अडचणी निर्माण करतात. जरी भारताचे व्यापार धोरण लक्षणीयरित्या उदारीकरण केले गेले असले तरीही, भारतीय निर्यातदारांना अजूनही सरकारी निर्बंध आणि परकीय चलन नियमांचा सामना करावा लागतो.

११. उच्च जोखीम आणि अनिश्चितता (High risk and Uncertainties):

निर्यात विपणन धोके आणि अज्ञात गोष्टींनी भरलेले आहे. धोके राजकीय तसेच व्यावसायिक असू शकतात. सरकारी अस्थिरता, संघर्ष, नागरी अशांतता आणि इतर राजकीय धोके हे सर्व शक्य आहे. व्यावसायिक जोखमींमध्ये खरेदीदाराची दिवाळखोरी, खरेदीदाराच्या बाजूने दीर्घकालीन चूक, गुणवत्तेचे विवाद इत्यादींचा समावेश होतो.

१२. चीनकडून स्पर्धा (Competition from China):

जागतिक बाजारपेठेत, भारताला चीनसोबत, विशेषत: आर्थिक सहयोग आणि विकास संघटना (धी ऑर्गनायझेशन ऑफ इकॉनॉमिक कोऑपरेशन अँड डेव्हलोपमेंट -OECD) च्या कठीण स्पर्धेचा सामना करावा लागतो. परिणामी, ओईसीडी बाजारातील निर्यातीचे भारताचे प्रमाण 2000-01 मधील 53 टक्क्यांवरून 2007-08 मध्ये सुमारे 38

टक्क्यांपर्यंत घसरले आहे. चिनी वस्तू आणि पुरवठादारांच्या कमी किमतीमुळे काही भारतीय निर्यातदारांनी जागतिक करार गमावला आहे. निर्यातदारांना भेडसावणारा हा मुख्य प्रश्न आहे.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) व्याख्या लिहा:

१. पत जोखीम

२. पतपत्र

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. पतपत्राचा वापर पट जोखमी पासून संरक्षण करण्यासाठी कशाप्रकारे होतो?

२. योग्य विनिमय धोरण परकीय चलन जोखीम रोखण्यासाठी कसे मार्गदर्शन करते?

३. राष्ट्रीय आणि राजकीय जोखमीचे उदाहरण द्या.

४. जागतिक बाजारातील मंदीमुळे निर्यात विपणनावर कशा प्रकारे परिणाम झाला?

५. विनिमय दरातील चढउतारामुळे निर्यातदारांना कसा धोका उद्भवतो?

क) **योग्य जोड्या जुळवा:**

अ		ब	
१.	पत जोखीम	अ	त्रयस्थ पक्षाद्वारे कंपनीच्या किंवा मालमत्तेच्या धोरणात्मक माहितीचा बेकायदेशीर वापर
२.	बौद्धिक संपदा जोखीम	ब	उत्पादने वितरीत करताना दूषित होणे, जप्ती, अपघात, तोडफोड, चोरी, नुकसान आणि तुटणे
३.	परकीय चलन जोखीम	क	येणे वसूल न करण्याचा धोका
४.	नौभरण/वाहतूक जोखीम	ड	बिगरजकाती व्यापार अडथळे, मध्यवर्ती बँक चलन नियंत्रणे आणि विशिष्ट राष्ट्रांमध्ये विशिष्ट वस्तूंच्या विक्रीवर बंदी
५.	राष्ट्रीय आणि राजकीय जोखीम	इ	सध्या सुरू असलेल्या किंवा लवकरच होणाऱ्या करारांसाठी देय आणि प्राप्त करण्यायोग्य देयकांसंबंधी

२.५ सारांश (SUMMARY)

- जेव्हा एखाद्या देशाचा विनिमय दर घसरतो तेव्हा निर्यातीच्या किमती कमी होतात आणि आयातीच्या किमती वाढतात.

- एखाद्या देशाचे कार्यबल जितके अधिक उत्पादनक्षम असेल, तितके प्रति विभाग श्रममूल्य कमी असेल आणि त्याच्या वस्तूंची किंमत कमी असेल.

- जेव्हा वाहतूक जोखमीचा प्रश्न येतो तेव्हा आंतरराष्ट्रीय व्यापारात समाविष्ट (अंतर्भूत) असलेल्या सर्व पक्षांसाठी आंतरराष्ट्रीय वाणिज्य मंडळाने काही नियम आणि जबाबदाऱ्या स्थापित केल्या आहेत.

- संयुक्त राष्ट्रांसारख्या विकसित देशांची मागणी आहे की भारतासारख्या विकसनशील देशांनी उच्च उत्पादन मानकांची पूर्तता करावी.

२.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. नैतिकतेच्या जोखमी स्पष्ट करा.

२. पत जोखीम या शब्दाचे वर्णन करा.

३. परकीय चलन जोखीम म्हणून काय ओळखले जाते ?

४. सरकारी निर्बंध आणि परकीय चलनाचे नियम स्पष्ट करा.

५. देशांतर्गत GDP(जी डी पी - स्थूल देशांतर्गत उत्पादन) म्हणजे काय?

(२) दीर्घोत्तरे:

१. निर्यात विपणनावर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.

२. निर्यात विपणन थोडक्यात स्पष्ट करा.

३. भारताच्या निर्यात क्षेत्राच्या समस्या लिहा.

४. निर्यात विपणनाचे फायदे स्पष्ट करा.

५. निर्यात विपणनामध्ये समाविष्ट (अंतर्भूत) असलेल्या जोखमींचे वर्णन करा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. …….. मध्ये त्रयस्थ पक्ष कंपनीच्या किंवा मालमत्तेच्या धोरणात्मक माहितीचा बेकायदेशीर वापर करणाऱ्या जोखमीचा समावेश होतो.

(अ) नौभरण/वाहतूक जोखीम, (ब) राष्ट्र आणि राजकीय जोखीम,

(क) परकीय चलन जोखीम, (ड) बौद्धिक संपदा जोखीम

२. २. जागतिक बाजारपेठेत उत्पादन किंवा सेवा विकताना, ………..मानक राखणे महत्त्वाचे आहे.

(अ) सामान्य नैतिक, (ब) कमी नैतिक,

(क) उच्च नैतिक, (ड) अत्यंत कमी नैतिक

३. ………. सामान्यत: सध्या सुरू असलेल्या किंवा लवकरच होणाऱ्या करारांसाठी देय आणि प्राप्त करण्यायोग्य संबंधित असते.

(अ) परकीय चलन जोखीम, (ब) देश आणि राजकीय जोखीम,

(क) बौद्धिक संपदा जोखीम, (ड) नौभरण/वाहतूक जोखीम

४.. येणे वसूल न करण्याच्या धोक्याला ....म्हणून ओळखले जाते.

(अ) नावे जोखीम, (ब) पत जोखीम,

(क) बौद्धिक संपदा जोखीम, (ड) परकीय चलन जोखीम

५. जर देशाचा चलनवाढीचा दर तुलनेने जास्त असेल, तर देशांतर्गत लोक आणि व्यवसाय मोठ्या प्रमाणात ………….. खरेदी करण्याची शक्यता आहे.

(अ) निर्यात, (ब) आयात,

(क) कुरिअर, (ड) वाहतूक

उत्तरे: १-ड, २-क, ३-अ, ४-ब, ५-ब

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. ………………. इतर राष्ट्रांतील लोकांना वस्तू विकण्याच्या प्रक्रियेचा संदर्भ देते.

२. जेव्हा एखाद्या देशाचा विनिमय दर घसरतो तेव्हा निर्यातीच्या किमती घसरतात आणि ……… किमती वाढतात.

३. निर्यात विपणन वस्तू......... हस्तांतरित केले जातात.

४. परकीय चलन दरात सतत ……………… होत असतात.

५. …………… यामुळे आयातीवर खर्च होणारी रक्कम कमी करताना निर्यातीचे मूल्य वाढेल असे गृहीत धरले जाते.

उत्तरे:

१- निर्यात विपणन,

२- आयात,

३- परदेशात,

४- चढउतार,

५- देशाचा विनिमय दर

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. निर्यात विपणनामध्ये एक छोटी प्रक्रिया आणि औपचारिकता समाविष्ट आहे.

२. निर्यात विपणन धोके आणि अज्ञातांनी परिपूर्ण आहे.

३. इतर देशांमध्ये त्यांचे उत्पन्न सुधारल्यास परकीय लोक अधिक वस्तू खरेदी करतील.

४. एखाद्या देशाचे कार्यबल जितके कमी उत्पादक असेल, तितकी त्याची प्रति विभाग कामगार किंमत कमी असेल आणि त्याच्या मालाची किंमत कमी असेल.

५. निर्यातदार त्याच्या देशातील सर्व आवश्यक निर्यात दस्तऐवज प्राप्त करण्यासाठी जबाबदार असेल.

उत्तरे:

बरोबर: २,३ आणि ५

चूक : १ आणि ४

२.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६ वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.

- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

३

निर्यात विपणन - ३

प्रकरण संरचना

३.० उद्दिष्टे

३.१ प्रस्तावना

३.२ सन २०१५ पासूनची भारताची प्रमुख व्यापारी/वस्तू निर्यात

३.३ सन २०१५ पासूनची भारताची सेवा निर्यात

३.४ सन २०१५ पासूनचा भारताचा प्रदेशनिहाय निर्यात व्यापार

३.५ सारांश

३.६ स्वाध्याय

३.७ संदर्भ

३.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील:

- भारतातील प्रमुख व्यापारी/वस्तू निर्यात समजून घेणे (२०१५ पासून)
- भारताच्या सेवा निर्यातीवर चर्चा करणे (२०१५ पासून)
- प्रदेशनिहाय भारताचा निर्यात व्यापार स्पष्ट करणे (२०१५ पासून)

३.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

कोविड-१९ महामारीच्या काळानंतर, जागतिक आर्थिक कला नुसार संयुक्त राष्ट्रे आणि भारत यांच्यातील द्विदेशीय वस्तू आणि सेवा व्यापार २०१९ मधील $१४५.९ अब्ज वरून २०२० मध्ये $१२१.८ अब्जपर्यंत घसरला. शिवाय, भारताचा GDP (जीडीपी-स्थूल आंतरदेशीय उत्पादीत) २०१८ मध्ये (२०१९ मधील ४.२ टक्के वाढीच्या तुलनेत) ८% ने घसरला. २०२० मध्ये, भारत हा संयुक्त राष्ट्रांचा १२ वा सर्वात मोठा व्यापारी भागीदार होता, ज्यामध्ये $४४.८ अब्ज डॉलरच्या वस्तूंची विक्री झाली. संयुक्त राष्ट्रांना पाठवलेल्या $७७ अब्ज उत्पादनांसह संयुक्त राष्ट्रे हा भारताचा सर्वात मोठा व्यावसायिक भागीदार राहिला. अमेरिकेची भारतासोबतची वर्षानुवर्षांची व्यापारी तूट कायम आहे (२०२० मध्ये $२३.८ अब्ज). २०२० मधील याच कालावधीतील २८ टक्क्यांच्या घटीच्या तुलनेत जुलैमध्ये भारतातील संयुक्त राष्ट्रांना पाठवलेल्या वस्तूंच्या निर्यातीत ४९.४ टक्के वाढ झाल्याने, २०२१ पासून दोन्ही देशांमधील व्यापार पुन्हा बळकट होत आहे. २०२१ मध्ये, भारतीय जीडीपी मध्ये ७.२ टक्के वाढ अपेक्षित आहे. २०२०मध्ये, भारतातून संयुक्त राष्ट्रांमध्ये थेट परकीय गुंतवणूक (FDI) ची किंमत $१२.७ अब्ज होती,

जी मागील वर्षाच्या तुलनेत $१७९ दशलक्ष कमी आहे. २०२० पर्यंत, भारताच्या संयुक्त राष्ट्रांमध्ये थेट गुंतवणुकीमुळे संयुक्त राष्ट्रांमध्ये अंदाजे ७०,००० नोकऱ्या निर्माण होतील.

३.२ सन २०१५ पासूनची भारताची प्रमुख व्यापारी/वस्तू निर्यात [MAJOR MERCHHANDISE / COMMMODITIES EXPORTS OF INDIA (SINCE 2015)]

भारतातील व्यापारी निर्यात योजनेने व्यापारी माल निर्यातीला पाठींबा देण्यासाठी त्यांच्या वापराशी संबंधित वेगवेगळ्या अटी असणाऱ्या पूर्वीच्या पाच परकीय व्यापार धोरण (FTP (एफ टी पी)) योजना (फक्त क्षेत्र निहाय किंवा वास्तविक वापरकर्ता) बदलल्या आहेत (लक्षवेधी उत्पादन योजना, बाजारपेठ संलग्न लक्षवेधी उत्पादन योजना, लक्षवेधी बाजारपेठ योजना, कृषी पायाभूत सवलत योजना, विशेष कृषी आणि ग्राम उद्योग योजना, VKGUY).

आता या सर्व कार्यक्रमांचे विलीनीकरण करण्यात आले आहे, भारतीय योजनेप्रमाणे व्यापारी वस्तूंची निर्यात (MEIS - Merchandise Exports from India Scheme), योजनेअंतर्गत जारी केलेल्या स्क्रिप्स अटीमुक्त असतील. नोंदणीकृत माल अधिसूचित बाजारपेठांमध्ये पाठवल्यास निर्यातीच्या प्राप्त झालेल्या जहाज खर्चमुक्त (FOB - Free On Board) मूल्याच्या आधारे पुरस्कृत केले जाईल.

- एमइआयएस (MEIS)) उत्पादने वापरली जाऊ शकतात.
- खाली दिलेल्या उत्पादन श्रेणींसाठी चांगले परतावे मिळाले आहेत:
- निर्यात कमाईची उच्च क्षमता असलेले प्रगत तंत्रज्ञान;
- रोजगाराच्या उच्च क्षमतेसह श्रम-केंद्रित उत्पादने; आणि मोठ्या संख्येने निर्यातदार असलेली उत्पादने.
- आवेष्टीत केलेली आणि मूल्यवर्धित उत्पादने
- कृषी कचरा संबंधित पर्यावरणस्नेही आणि हरित उत्पादने

३.३ सन २०१५ पासूनची भारताची सेवा निर्यात [SERVICES EXPORTS OF INDIA (SINCE 2015)]

१. भारतीय योजनेप्रमाणे पुरवठा (SFIS - Served from India Scheme) या योजनेचे नाव आता भारतीय योजनेप्रमाणे सेवांची निर्यात (SEIS - Service Exports from India Scheme) असे झाले आहे. परिणामी, एसइआयएस (SEIS) भारतातून सेवा देणाऱ्या सर्व घोषित सेवा प्रदात्यांना गुण आणि बक्षीस/ सवलती प्रदान करते.

२. एसइआयएस (SEIS) अंतर्गत प्रोत्साहन/ सवलतीचा दर कमावलेल्या निव्वळ परकीय चलनाच्या रकमेद्वारे निर्धारित केला जाईल. प्रोत्साहन/ सवलत ही एक शुल्क क्रेडिट स्क्रिप आहे जी सेवा/वस्तू खरेदीवरील सर्व प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा कर

कपातीसाठी वापरली जाऊ शकते. डेबिटसाठी, सेनव्हॅट (CENVAT) क्रेडिट किंवा ड्रॉबॅक उपलब्ध असेल.

३. सध्या, सवलत दर अनुक्रमे ३% आणि ५% आहेत. सेवांची यादी आणि प्रोत्साहन दर ३० सप्टेंबर २०१५ नंतर अद्ययावत केले जातील.

क्र. (S/N)	क्षेत्र (Sectors)	स्वीकार्य दर (Admissible Rate)
१.	**व्यवसाय सेवा (BUSINESS SERVICES)**	
अ	**व्यावसायिक सेवा (Professional services)** कायदेशीर सल्ला, लेखा, लेखापरीक्षण आणि पुस्तपालन सेवा, स्थापत्य, अभियांत्रिकी आणि एकात्मिक अभियांत्रिकी सेवा, तसेच शहरी नियोजन आणि भूदृश्य स्थापत्य सेवा देखील उपलब्ध आहेत. वैद्यकीय आणि दंत सेवा उपलब्ध आहेत. पशुवैद्यकीय सेवा, सुईणी, परिचारिका, भौतिकोपचार तज्ज्ञ आणि रुग्णसेवक यांच्याद्वारे सेवा पुरविल्या जातात.	५%
ब	संशोधन आणि विकास सेवा, नैसर्गिक वैज्ञानिक संशोधन आणि विकास, सामाजिक विज्ञान आणि मानवता संशोधन आणि विकास आणि आंतरविषय संशोधन आणि विकास सर्व उपलब्ध आहेत.	५%
क	चालकाच्या(निर्यातदार) उपस्थितीशिवाय भाडे आणि भाड्याने देणे सेवा प्रदान केल्या जातात. जहाजे, विमाने, वाहतुकीच्या इतर पद्धती आणि इतर यंत्रे आणि उपकरणे यांच्या संबंधीत.	५%
ड	इतर प्रकारच्या व्यावसायिक सेवा जाहिरात सेवा, बाजार संशोधन आणि जनमत मतदान सेवा, व्यवस्थापन सल्ला सेवा हे व्यवस्थापन सल्लागार सेवेचे उदाहरण आहे. तांत्रिक चाचणी आणि विश्लेषण सेवा, शेती, शिकार किंवा वनीकरणाशी संबंधित नसलेल्या सेवा आकस्मिक सेवांमध्ये मासेमारी सेवा, खाण सेवा, उत्पादन सेवा आणि ऊर्जा वितरण सेवा यांचा समावेश होतो. कर्मचारी नियुक्ती आणि पुरवठा, तसेच तपास आणि सुरक्षा या सर्व सेवा उपलब्ध आहेत. विज्ञान आणि तंत्रज्ञान सेवा, तसेच संबंधित वैज्ञानिक आणि तांत्रिक सल्ला. उपकरणांची देखभाल आणि दुरुस्ती (सागरी जहाजे, विमाने आणि वाहतुकीच्या इतर पद्धती वगळता), इमारत साफसफाई सेवा, छायाचित्रण सेवा, आवेष्टन सेवा, मुद्रण सेवा, प्रकाशन सेवा आणि अधिवेशन सेवा सर्व उपलब्ध आहेत.	५%

२.	**संप्रेषण सेवा (COMMUNICATION SERVICES)** दृकश्राव्य उत्पादन सेवा, चलचित्र आणि दृकफित निर्मिती आणि वितरण, चलचित्राचे प्रक्षेपण, रेडिओ आणि दूरचित्रवाणी सेवा, रेडिओ आणि दूरचित्रवाणी पारेषण सेवा, ध्वनी अभिलेखन.	५%
३.	**बांधकाम आणि संबंधित अभियांत्रिकी सेवा (CONSTRUCTION AND RELATED ENGINEERING SERVICES)** सामान्य बांधकाम कामामध्ये इमारत बांधकाम, स्थापत्य अभियांत्रिकी बांधकाम, उभारणी आणि जोडणी कार्य आणि इमारत पूर्ण करणे आणि संपूर्तीचे काम समाविष्ट आहे.	५%
४.	**शैक्षणिक सेवा (EDUCATIONAL SERVICES)** (कृपया टीप 1 पहा) प्राथमिक, माध्यमिक आणि उच्च शिक्षण तसेच प्रौढ शिक्षण सेवा	५%
५.	**पर्यावरणीय सेवा (ENVIRONMENTAL SERVICES)** सांडपाण्याची विल्हेवाट, कचरा विल्हेवाट, स्वच्छता आणि इतर तुलनात्मक सेवा यासारख्या सेवा उपलब्ध आहेत.	५%
६.	**आरोग्य-संबंधित आणि सामाजिक सेवा (HEALTH-RELATED AND SOCIAL SERVICES)** रुग्णालय सेवा	५%
७.	**पर्यटन आणि प्रवास-संबंधित सेवा (TOURISM AND TRAVEL-RELATED SERVICES)**	
अ	हॉटेल्स आणि उपहारगृह (खाद्यपेय व्यवस्थेसह) [Hotels and Restaurants (including catering)]	
(१)	हॉटेल	३%
(२)	उपहारगृह (खाद्यपेय व्यवस्थेसह)	३%
ब	प्रवासी संस्था आणि सहल प्रबंधक सेवा (Travel agencies and tour operators services)	५%
क	पर्यटक मार्गदर्शक सेवा (Tourist guides services)	५%
८.	**मनोरंजनात्मक, सांस्कृतिक आणि क्रीडा सेवा (RECREATIONAL, CULTURAL AND SPORTING SERVICES)** (मनोरंजनाशी संबंधित सेवा (रंगभूमी, थेट वाद्यवृंदआणि सर्कस सेवांसह), बातम्या संस्था, वाचनालये, संग्रह, संग्रहालये आणि इतर सांस्कृतिक संस्थांद्वारे प्रदान केलेल्या सेवा क्रीडा आणि इतर प्रकारच्या मनोरंजन-संबंधित सेवा	५%

९.	**वाहतूक सेवा (TRANSPORT SERVICES)** (कृपया टीप 2 पहा)	
अ	सागरी वाहतुकीसाठी सेवा (Services for Maritime Transport) प्रवासी, मालवाहतूक आणि नौका चालक दलाची वाहतूक आणि जहाजांची देखभाल आणि दुरुस्ती, धक्का आणि ओढणे ही सेवांची दोन उदाहरणे आहेत. सागरी वाहतुकीस मदत करण्यासाठी सेवा	५%
ब	विमान वाहतूक सेवा (Airline transportation services) विमान कर्मचाऱ्यांसह विमान भाड्याने घेणे, धावपट्टी हाताळणी, विमानतळ व्यवहार आणि विमानाची देखभाल आणि दुरुस्ती ही सर्व उपलब्ध सेवांची उदाहरणे आहेत.	५%
क	रस्ते वाहतुकीसाठी सेवा (Services for Road Transport) प्रवासी आणि मालवाहतूक, तसेच व्यावसायिक वाहन भाड्याने चालकासह रस्ते वाहतूक उपकरणांची देखभाल आणि दुरुस्ती, तसेच रस्ते वाहतूक सेवांसाठी समर्थन सेवा	५%
ड	सहाय्यक सेवा (Auxiliary Services) सर्व प्रकारच्या वाहतुकीसाठी उपलब्ध आहेत जहाजी माल हाताळणी, साठवणूक आणि गोदाम आणि मालवाहतूक मध्यस्थ सेवा या सर्व सेवा देऊ केल्या जातात.	५%

टीप:

(१) शैक्षणिक सेवांचा भाग म्हणून एसइआयएस (SEIS) शुल्कासाठी प्रदान केली जाणार नाही.

(२) सागरी वाहतूक सेवा केवळ भारतीय ध्वजवाहकांकडून भारतातून होणाऱ्या कार्यांसाठी लागू असतात.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) खालील विधान चूक की बरोबर ते सांगा:

१. २०२१ पासून संयुक्त राष्ट्रे आणि भारत यांच्यातील व्यापार पुन्हा बळकट होत आहे.

२. भारतातील व्यापारी निर्यात योजनेने व्यापारी माल निर्यातीला पाठींबा देण्यासाठी पाच परकीय व्यापार धोरण योजना वाढवल्या आहेत.

३. SEIS (एस ई आय एस) अंतर्गत डेबिटसाठी, सेनव्हॅट (CENVAT) क्रेडिट किंवा ड्रॉबॅक उपलब्ध असेल.

४. उपहारगृह (खाद्यपेय व्यवस्थेसह) वर स्वीकार्य दर ५% आहे.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. कोणत्या उत्पादन श्रेणींच्या निर्यातीसाठी चांगले परतावे मिळाले आहेत?

२. SEIS (एस ई आय एस) अंतर्गत प्रोत्साहन/ सवलतीचा दर कसा निर्धारित केला जाईल**?**

३. बांधकाम आणि संबंधित अभियांत्रिकी सेवा क्षेत्राअंतर्गत कोणत्या सेवांचा समावेश होतो?

४. सागरी वाहतूक, विमान वाहतूक आणि रस्ते वाहतुकीच्या सेवांमधील फरक स्पष्ट करा.

____

____

____

____

____

____

३.४ सन २०१५ पासूनचा भारताचा प्रदेशनिहाय निर्यात व्यापार [(REGION-WISE INDIA'S EXPORT TRADE (SINCE 2015)]

Dated: 25/4/2022
Values in Rs. Lacs
Sorted on year 2017-2018

S.No.	Region	2017-2018	%Share	2018-2019	%Share	%Growth
1.	North America	34,914,055.33	17.8450	41,320,228.31	17.9052	18.35
2.	EU Countries	28,299,370.09	14.4642	33,443,902.50	14.4921	18.18
3.	NE Asia	25,442,209.31	13.0038	29,416,898.26	12.7471	15.62
4.	West Asia- GCC	25,392,461.90	12.9784	29,051,295.87	12.5887	14.41
5.	ASEAN	22,051,764.32	11.2709	26,212,008.68	11.3584	18.87
6.	South Asia	14,892,306.80	7.6117	17,725,537.92	7.6810	19.02
7.	Other European Countries	9,635,945.62	4.9251	10,445,546.15	4.5263	8.40
8.	Other West Asia	5,795,976.04	2.9624	7,511,222.35	3.2548	29.59
9.	Latin America	5,550,971.39	2.8372	6,812,057.63	2.9518	22.72
10.	West Africa	4,331,032.13	2.2136	5,387,471.01	2.3345	24.39
11.	East Africa	4,210,844.64	2.1522	5,157,552.80	2.2349	22.48
12.	North Africa	3,142,223.65	1.6060	4,114,148.62	1.7828	30.93
13.	East Asia (Oceania)	2,883,177.04	1.4736	2,808,787.22	1.2171	-2.58
14.	Southern African Customs Union (SACU)	2,605,525.91	1.3317	3,051,288.09	1.3222	17.11
15.	Unspecified	1,864,653.73	0.9530	2,571,446.58	1.1143	37.90
16.	Other CIS Countries	1,703,259.94	0.8706	2,117,374.88	0.9175	24.31
17.	Other South African Countries	1,027,156.49	0.5250	1,301,887.08	0.5641	26.75
18.	European Free Trade Associatipn (EFTA)	936,614.92	0.4787	1,072,010.24	0.4645	14.46
19.	Central Africa	736,605.51	0.3765	941,254.86	0.4079	27.78
20.	CARs Countries	235,298.03	0.1203	310,700.33	0.1346	32.05
	India's Total Export	**195,651,452.80**		**230,772,619.38**		**17.95**

Dated: 25/4/2022
Values in Rs. Lacs
Sorted on year 2019-2020

S.No.	Region	2019-2020	%Share	2020-2021	%Share	%Growth
1.	North America	42,203,298.84	19.0117	42,658,662.83	19.7581	1.08
2.	EU Countries	31,865,538.19	14.3548	30,586,019.27	14.1665	-4.02
3.	West Asia- GCC	28,666,232.45	12.9136	20,533,314.00	9.5104	-28.37
4.	NE Asia	27,387,464.27	12.3375	31,214,974.08	14.4578	13.98
5.	ASEAN	22,337,944.66	10.0628	23,328,351.59	10.8049	4.43
6.	South Asia	15,546,961.37	7.0036	16,299,775.65	7.5495	4.84
7.	Other European Countries	9,842,436.82	4.4338	9,092,783.03	4.2115	-7.62
8.	Other West Asia	7,541,085.43	3.3971	5,712,342.19	2.6458	-24.25
9.	Latin America	7,131,102.92	3.2124	7,467,039.27	3.4585	4.71
10.	West Africa	5,797,251.81	2.6115	6,979,515.58	3.2327	20.39
11.	East Africa	4,699,141.49	2.1169	4,282,102.86	1.9833	-8.87
12.	North Africa	3,853,738.01	1.7360	3,557,271.86	1.6476	-7.69
13.	Southern African Customs Union (SACU)	3,127,021.24	1.4087	3,120,285.65	1.4452	-0.22
14.	Other CIS Countries	2,639,232.19	1.1889	2,516,141.22	1.1654	-4.66
15.	Unspecified	2,413,887.10	1.0874	863,587.69	0.4000	-64.22
16.	East Asia (Oceania)	2,378,464.09	1.0715	3,453,720.93	1.5997	45.21
17.	Other South African Countries	2,032,152.01	0.9154	1,432,800.69	0.6636	-29.49
18.	European Free Trade Associatipn (EFTA)	1,158,153.22	0.5217	1,183,520.18	0.5482	2.19
19.	Central Africa	1,031,906.69	0.4649	1,135,156.27	0.5258	10.01
20.	CARs Countries	332,405.29	0.1497	486,957.29	0.2255	46.50
	India's Total Export	**221,985,418.10**		**215,904,322.13**		**-2.74**

Dated: 25/4/2022
Values in Rs. Lacs
Sorted on year 2015-2016

S.No.	Region	2015-2016	%Share	2016-2017	%Share	%Growth
1.	North America	29,586,064.88	17.2374	31,964,945.19	17.2836	8.04
2.	West Asia- GCC	27,274,644.37	15.8908	27,992,645.29	15.1358	2.63
3.	EU Countries	23,412,111.93	13.6404	25,987,513.28	14.0516	11.00
4.	NE Asia	20,185,077.09	11.7602	23,163,116.31	12.5244	14.75
5.	ASEAN	16,460,408.60	9.5902	20,761,848.65	11.2261	26.13
6.	South Asia	12,170,043.43	7.0905	12,891,090.62	6.9703	5.92
7.	Other European Countries	8,574,060.84	4.9954	8,915,775.94	4.8208	3.99
8.	Other West Asia	5,156,090.97	3.0040	5,283,246.65	2.8567	2.47
9.	Latin America	4,917,410.89	2.8650	4,848,663.03	2.6217	-1.40
10.	East Africa	4,777,163.05	2.7833	4,513,067.52	2.4402	-5.53
11.	West Africa	3,999,616.17	2.3303	3,788,597.50	2.0485	-5.28
12.	North Africa	3,002,227.18	1.7492	2,954,371.79	1.5974	-1.59
13.	Unspecified	2,571,989.78	1.4985	2,664,341.56	1.4406	3.59
14.	Southern African Customs Union (SACU)	2,481,578.12	1.4458	2,538,498.21	1.3726	2.29
15.	East Asia (Oceania)	2,397,239.86	1.3967	2,258,501.14	1.2212	-5.79
16.	Other CIS Countries	1,330,173.78	0.7750	1,646,233.06	0.8901	23.76
17.	Other South African Countries	1,282,189.09	0.7470	1,013,596.86	0.5481	-20.95
18.	European Free Trade Associatipn (EFTA)	1,004,129.54	0.5850	830,254.90	0.4489	-17.32
19.	Central Africa	819,375.72	0.4774	700,355.74	0.3787	-14.53
20.	CARs Countries	236,845.13	0.1380	226,692.09	0.1226	-4.29
	India's Total Export	**171,638,440.44**		**184,943,355.34**		**7.75**

स्रोत: https://tradestat.commerce.gov.in/eidb/ergn.asp

३.५ सारांश (SUMMARY)

- भारतातील व्यापारी निर्यात योजनेने व्यापारी माल निर्यातीसाठी त्यांच्या वापराशी संबंधित वेगवेगळ्या अटी असणाऱ्या पूर्वीच्या पाच परकीय व्यापार धोरण (FTP (एफ टी पी)) योजना बदलल्या आहेत (फक्त क्षेत्र निहाय किंवा वास्तविक वापरकर्ता) (लक्षवेधी उत्पादन योजना, बाजारपेठ संलग्न लक्षवेधी उत्पादन योजना, लक्षवेधी बाजारपेठ योजना, कृषी पायाभूत सवलत योजना, विशेष कृषी आणि ग्राम उद्योग योजना (VKGUY).

- एसइआयएस (SEIS) अंतर्गत सवलतीचा दर कमावलेल्या निव्वळ परकीय चलनाच्या रकमेद्वारे निर्धारित केला जाईल.

३.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. रस्ते वाहतूक सेवा कोणत्या आहेत ?

२. संप्रेषण सेवा या शब्दाचे स्पष्टीकरण करा .

३. व्यावसायिक सेवांवर एक टीप लिहा.

४. भारतीय योजनेप्रमाणे व्यापारी वस्तूंची निर्यात (MEIS – एम ई आय एस) थोडक्यात स्पष्ट करा.

५. पर्यावरण सेवा म्हणजे काय?

(२) दीर्घोत्तरे:

१. भारतातील वस्तूंची निर्यात स्पष्ट करा.

२. व्यवसाय सेवा थोडक्यात स्पष्ट करा

३. भारतीय योजनेप्रमाणे सेवांची निर्यात (SEIS – एस ई आय एस) चे तपशीलवार वर्णन करा.

४. भारतातील सेवा निर्यात कोणत्या आहेत?

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. एम इ आय एस (MEIS – एम ई आय एस) म्हणजे …………

(अ) भारत योजनेतून व्यापारी मालाची निर्यात,

(ब) भारत योजनेतून व्यापारी मालाची अदलाबदल,

(क) भारत योजनेतून व्यापारी मालाची आयात-निर्यात,

(ड) भारत योजनेतून शैक्षणिक मालाची निर्यात

२. व्यावसायिक सेवांमध्ये ………………चा समावेश होतो.

(अ) दूरदर्शन प्रसारण सेवा,

(ब) चलचित्र,

(क) उत्पादन,

(ड) लेखा

३. SEIS (एस ई आय एस) अंतर्गत प्रोत्साहनाचा दर .... मधून कमावलेल्या निव्वळ रकमेद्वारे निर्धारित केला जाईल.

(अ) परकीय चलन,

(ब) आयात विनिमय,

(क) देशांतर्गत विनिमय,

(ड) सामान्य विनिमय

४. पर्यावरणीय सेवा .... मध्ये समाविष्ट आहेत.

(अ) संग्रहालये,

(ब) जहाजी माल हाताळणी,

(क) खानपान,

(ड) सांडपाण्याची विल्हेवाट

५. SEIS (एस ई आय एस) म्हणजे ....

(अ) भारत योजनेतून सेवा निर्यात,

(ब) भारत योजनेतून लिखित निर्यात,

(क) भारत योजनेतून मानक निर्यात,

(ड) भारत योजनेतून टप्पा निर्यात

उत्तरे: १-अ, २-ड, ३-अ, ४-ड, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. भारतातील व्यापारी माल निर्यात योजनेने पूर्वीच्या पाच ....योजना बदलल्या आहेत

२. सेवा आणि प्रोत्साहन दरांची यादी .... नंतर अपडेट केली जाईल.

३. MEIS (एम ई आय एस) अंतर्गत जारी केलेल्या स्क्रिप्स अटींपासून .... असतील.

४. भारतातील सेवा योजनेची जागा .... ने घेतली आहे.

५. शेती, शिकार किंवा वनीकरणाशी संबंधित नसलेल्या सेवांमध्ये .... चा समावेश होतो.

उत्तरे:

१- परकीय व्यापार धोरण [FTP (एफ टी पी)],

२- ३० सप्टेंबर २०१५,

३ मुक्त,

४- SEIS (एस ई आय एस),

५- मासेमारी सेवा

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. कृषी कचरा- पर्यावरणास अनुकूल आणि हरित उत्पादने संबंधित नाही.

२. SEIS (एस ई आय एस) भारतातून सेवा पुरवणाऱ्या सर्व घोषित सेवा प्रदात्यांना गुण आणि पुरस्कार प्रदान करते.

३. MEIS (एम ई आय एस) उत्पादने वापरली जाऊ शकतात

४. निर्यात कमाईच्या उच्च क्षमतेसोबत प्रगत तंत्रज्ञान विलीन करण्यात आले आहे

५. प्राथमिक, माध्यमिक आणि उच्च शिक्षण तसेच प्रौढ शिक्षण सेवा यांचा भारताच्या सेवा निर्यात क्षेत्रात अंतर्भाव होतो.

उत्तरे:

बरोबर: २,३,४ आणि ५

चूक : १

३.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).

- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

घटक - २

४

निर्यात विपणनाची जागतिक चौकट - १

प्रकरण संरचना

४.० उद्दिष्टे

४.१ प्रस्तावना

४.२ व्यापारातील अडथळे

४.३ जकाती अडथळे आणि बिगर जकाती अडथळ्यांचे प्रकार

४.४ जकाती अडथळे आणि बिगर जकाती अडथळ्यांमधील फरक

४.५ सारांश

४.६ स्वाध्याय

४.७ संदर्भ

४.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- व्यापारातील अडथळ्यांचे प्रकार समजून घेणे.
- देशाच्या निर्यात आणि आयातीवर व्यापार अडथळ्यांचे परिणाम.
- देशांतर्गत देशाच्या अर्थव्यवस्थेवर शुल्कांचे फायदे.

४.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

देशाच्या आर्थिक विकासात आंतरराष्ट्रीय व्यापार खूप महत्त्वाची भूमिका बजावतो. जागतिक बाजारपेठ केवळ विविध प्रकारच्या वस्तूच पुरवत नाही तर गुणात्मक वस्तू आणि सेवांच्या उपलब्धतेमुळे जीवनमान विकसित करण्यास मदत करते: परंतु आंतरराष्ट्रीय व्यापार हा विविध विचारांनी करावा लागतो जसे की, अर्थव्यवस्थेचा विकास, स्थानिक उत्पादक किंवा व्यापाऱ्यांचे संरक्षण, बाजारपेठेचा विस्तार, इत्यादी.

वर म्हटल्याप्रमाणे संपूर्ण उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी आंतरराष्ट्रीय व्यापाराला काही गुणात्मक आणि परिमाणात्मक उपायांच्या मदतीने विविध अडथळ्यांवर मात करावी लागते. अशा उपायांना जकाती अडथळे आणि बिगर जकाती अडथळे असे म्हणतात. या विभागामध्ये आपण त्यांचा तपशीलवार अभ्यास करू.

४.२ व्यापारातील अडथळे (TRADE BARRIERS)

मुक्त आणि निष्पक्ष आंतरराष्ट्रीय व्यापार ही एक आदर्श परिस्थिती आहे कारण मुक्त व्यापार सर्व सहभागी देशांसाठी फायदेशीर आहे. तथापि, आंतरराष्ट्रीय विपणन उपक्रमांवर विविध देशांद्वारे विविध प्रकारचे अडथळे/निर्बंध लादले जातात. आयात आणि निर्यातीवर अशा लादलेल्या किंवा कृत्रिम निर्बंधांना व्यापारी अडथळे म्हणतात, जे राष्ट्रांमधील मुक्त व्यापाराच्या वाढीसाठी अन्यायकारक आणि हानिकारक आहेत. व्यापारातील अडथळे मोठ्या प्रमाणावर दोन मोठ्या गटांमध्ये विभागले जाऊ शकतात.

जकात / प्रशुल्क हा देशाच्या सीमा पार करणाऱ्या वस्तूंवर सीमाशुल्क आकारणी किंवा कर लादण्याचा एक प्रकार आहे. आयात करणाऱ्या देशाने लादलेले सीमाशुल्क हा सर्वात महत्त्वाचा जकात अडथळा आहे. निर्यातदार देशाकडून त्याच्या निर्यातीवर कर देखील लागू केला जाऊ शकतो. तथापि, सरकार क्वचितच निर्यातीवर शुल्क लादतात, कारण देशांना इतर देशांना शक्य तितकी जास्त विक्री करायची असते.

व्यापारी अडथळे हे देशांमधील मालाच्या हालचालीवर लादलेले निर्बंध आहेत. व्यापारातील अडथळे केवळ आयातीवरच नव्हे तर निर्यातीवरही लादले जातात.

व्यापारातील अडथळे ढोबळपणे दोन गटांमध्ये विभागले गेले आहेत:

अ) जकाती अडथळे (Tarriff Barriers) आणि

ब) बिगर जकाती अडथळे (Non-Tarriff Barriers)

अ) जकाती अडथळे:

जकाती अडथळे हे परदेशातून आयात केल्या जाणाऱ्या मालावरील कर/आयात शुल्क आहे. शुल्क आयातदार देशाने लादलेल्या जकात /सीमा शुल्काच्या स्वरूपात असतात. तो एक व्यापारी अडथळा आहे.

जकातींचे प्रकार:

अ) मूळ आणि गंतव्यस्थानाच्या आधारावर:

(१) निर्यात शुल्क (Export Duty): निर्यात शुल्क हा एखाद्या वस्तूवर लादला जाणारा कर आहे जी शुल्क आकारणाऱ्या देशापेक्षा इतर कोणत्याही देशात वापरली जाते. असे शुल्क महसुलाच्या उद्देशाने लावले जाते.

(२) आयात कर (Import Duty): आयात कर आकारणी म्हणजे परकीय देशातून आलेल्या वस्तूवर लावलेला कर. भारी आयात शुल्काचा उद्देश महसूल मिळवणे, आयात केलेल्या वस्तू महाग करून देशांतर्गत उद्योगाचे संरक्षण करणे हा आहे.

(३) ट्रान्झिट शुल्क (Transit Duty): ट्रान्झिट शुल्क हा एखाद्या वस्तूवर लादला जाणारा कर आहे. ज्याची राष्ट्राच्या सीमा ओलांडताना आकारणी केली जाते. अनुकूल भौगोलिक स्थान असलेले देश या शुल्काचा आनंद घेऊ शकतात. आयातदार आणि निर्यातदार राष्ट्र वेगळी असताना तिसऱ्याच राष्ट्राला हा कर

आकारण्याची मुभा मिळते त्याचे कारण म्हणजे त्या राष्ट्राच्या सीमा ओलांडण्यासाठी द्यावा लागणारा कर.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. ------------- विपणन म्हणजे इतर राष्ट्रांतील लोकांना वस्तू विकण्याची प्रक्रिया.

२. आयात आणि निर्यातीवर अशा लादलेल्या किंवा ------ निर्बंधांना व्यापारी अडथळे म्हणतात.

३. ----- हा देशाच्या सीमा पार करणाऱ्या वस्तूंवर सीमाशुल्क आकारणी किंवा कर लादण्याचा एक प्रकार आहे.

४. जकाती अडथळे हे परदेशातून ----- केल्या जाणाऱ्या मालावरील कर/आयात शुल्क आहे.

५. ----- कर आकारणी म्हणजे परकीय देशातून आलेल्या वस्तूवर लावलेला कर.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. सर्वात महत्त्वाचा जकात अडथळा कोणता आहे?

२. व्यापारी अडथळ्यांचे प्रकार कोणते आहेत?

३. जकातींचे प्रकार कोणते आहेत?

४. ट्रान्झिट शुल्क चा फायदा तिसऱ्याच देशाला कसा मिळतो ते स्पष्ट करा.

____

____

____

____

____

____

४.३ जकाती अडथळे आणि बिगर जकाती अडथळ्यांचे प्रकार (TYPES OF TARIFF BARRIERS AND NON-TARIFF BARRIERS)

४.३.१ जकाती अडथळ्यांचे प्रकार (Types of Tariff Barriers):

१. विशिष्ट किंवा परिणाम अनुसार जकात/ शुल्क/ कर (Specific Duty):

वस्तूंची भौतिक (प्राकृतिक) वैशिष्ट्ये विशिष्ट जकात/ शुल्क/ कर ठरवतात. जेव्हा एखाद्या वस्तूच्या मोजमापाचे वजन किंवा वस्तूची संख्या एकक इत्यादी लक्षात घेऊन एक निश्चित रक्कम शुल्क म्हणून आकारली जाते तेव्हा त्याला विशिष्ट शुल्क असे म्हणतात.

उदाहरणार्थ, प्रति मशिनरी ५,००० रुपये शुल्क असू शकते आणि १०० मशीन आयात केल्या गेल्या असतील, अशा मशीन्स आयात करणाऱ्या व्यक्तीला शुल्क म्हणून ५,००,००० रुपये द्यावे लागतील.

२. मूल्यांवर आधारित जकात (Ad-Valorem Duty):

आयात केलेल्या वस्तूच्या मूल्यावर ठराविक टक्केवारीने मूल्यांवर आधारित जकात (Ad-Valorem Duty) लादले जाते. येथे, आयात केलेल्या वस्तूचे बीजक मूल्य शुल्काच्या गणनेसाठी आधार म्हणून घेतले जाते. हे शुल्क अशा वस्तूंवर लादले जाते ज्यांचे मूल्य सहज ठरवता येत नाही उदा. कलाकृती, दुर्मिळ हस्तलिखित, पुरातन वस्तू इ. उदाहरणार्थ, आयातदाराला आयातीच्या बीजक मूल्याच्या १०% शुल्क म्हणून भरावे लागते.

३. संमिश्र जकात (Compound duty):

हे एकल उत्पादनावरील विशिष्ट शुल्क आणि मूल्यांवर आधारित जकात (Ad-valorem) शुल्क यांचे संयोजन आहे. उदाहरणार्थ, शुल्क म्हणून आयात केलेल्या प्रत्येक यंत्रावर १०% मूल्य (Ad-valorem) आणि रु. ५,००० असेल तेव्हा एकत्रित शुल्क असू शकते. अशा प्रकारे, या प्रकरणात, दोन्ही शुल्क एकत्रितपणे आकारली जातात.

४. हंगामी शुल्क (Sliding scale duty):

वस्तूंच्या किमतींनुसार बदलणाऱ्या आयात शुल्कांना हंगामी शुल्क (Sliding scale duty) म्हणतात. ऐतिहासिकदृष्ट्या, ही कर्तव्ये कृषी उत्पादनांपुरती मर्यादित आहेत, कारण त्यांच्या किमती वारंवार बदलत असतात, मुख्यतः नैसर्गिक घटकांमुळे. त्यांना हंगामी शुल्क असेही म्हणतात.

५. सममूल्य किंवा प्रति मूल्य जकात (Countervailing duty):

हे काही आयातीवर लादले जाते जेथे उत्पादनांना निर्यात करणाऱ्या सरकारांकडून अनुदान दिले जाते. सरकारी अनुदानामुळे देशांतर्गत वस्तूंपेक्षा आयात स्वस्त होते. अनुदानाचा प्रभाव रद्द करण्यासाठी हे शुल्क सामान्य कराव्यतिरिक्त लादले जाते.

६. राज्याचा महसूल कर (Revenue tariff):

स्वदेशी सरकारला महसूल देण्यासाठी तयार केलेल्या कराला महसूल कर असे म्हणतात. सामान्यतः, ग्राहकोपयोगी वस्तूंवर, विशेषत: श्रीमंतांकडून मागणी केलेल्या चैनीच्या वस्तूंवर शुल्क लादून महसूल मिळवण्याच्या दृष्टीकोनातून कर लागू केला जातो.

७. प्रति मूल्यवपाती जकात (Anti-dumping duty):

काही वेळा, निर्यातदार स्वस्त किमतीत वस्तू विकून परकीय बाजारपेठ काबीज करण्याचा प्रयत्न करतात, अशा प्रथेला डंपिंग म्हणतात. डंपिंगच्या परिणामी, देशांतर्गत उद्योगांना आयात केलेल्या वस्तूंशी स्पर्धा करणे कठीण होते. प्रति मूल्यवपाती जकात करण्यासाठी, सामान्य कराव्यतिरिक्त शुल्क आकारले जाते.

८. संरक्षणात्मक कर (Protective tariff):

देशांतर्गत उद्योगांना आयात केलेल्या वस्तूंच्या तीव्र स्पर्धेपासून संरक्षण करण्यासाठी, आयातीवर संरक्षणात्मक शुल्क आकारले जाते. साधारणपणे, आयातीला परावृत्त करण्यासाठी किंवा देशांतर्गत उत्पादनांप्रमाणे आयात अधिक महाग करण्यासाठी, खूप जास्त शुल्क लादले जाते.

९. एकेरी स्तंभ कर (Single column tariff):

एकेरी स्तंभ कर प्रशुल्क प्रणाली अंतर्गत, विविध वस्तूंसाठी प्रशुल्क कर निश्चित केले जातात आणि समान कर सर्व देशांमधून आयात करण्यासाठी लागू केले जातात. हे कर सर्व देशांसाठी एकसमान आहेत कारण शुल्काच्या दरांबाबत भेदभाव केला जात नाही.

१०. दुहेरी स्तंभ कर (Double column tariff):

दुहेरी स्तंभ कर प्रशुल्क प्रणाली अंतर्गत, सर्व किंवा काही वस्तूंवर शुल्काचे दोन कर निश्चित केले जातात. मित्र देशाला किंवा द्विपक्षीय व्यापार करार असलेल्या देशाला कमी कर लागू होतो. उच्च कर हा इतर सर्व देशांना लागू केला जातो ज्यांच्याशी व्यापार करार केलेले नाहीत.

११. तिहेरी स्तंभ कर (Triple column tariff):

तिहेरी स्तंभ कर अंतर्गत, शुल्काचे तीन वेगवेगळे कर निश्चित केले जातात. हे आहेत- (अ) सामान्य कर (ब) आंतरराष्ट्रीय कर आणि (क) प्राधान्य कर. पहिले दोन कर कमी आणि उच्च दरांसारखेच आहेत तर प्राधान्य कर सामान्य दरांपेक्षा खूपच कमी आहेत आणि मित्र देशांना लागू आहेत.

४.३.२ बिगर जकाती अडथळ्यांचे प्रकार (Non-Tariff Farriers):

बिगर जकाती अडथळा हा करपत्रकाव्यतिरिक्त इतर कोणताही अडथळा आहे जो परकीय बाजारपेठेत मालाच्या मुक्त प्रवाहात अडथळा निर्माण करतो. बिगर जकाती अडथळे, आयात केलेल्या वस्तूंच्या किंमतीवर परिणाम करत नाहीत तर केवळ आयातीच्या प्रमाणात अडथळे निर्माण करतात.

काही महत्त्वाचे बिगर जकाती (गैर-शुल्क) अडथळे पुढीलप्रमाणे आहेत:

१. कोटा प्रणाली (Quota System):

या प्रणाली अंतर्गत, एखादा देश वस्तूच्या आयात प्रमाणाची मर्यादा आगाऊ निश्चित करू शकतो, दिलेल्या कालावधीत विविध देशांकडून आयात करण्यास परवानगी असलेल्या वस्तूच्या आयात प्रमाणाची मर्यादा निश्चित केली जाते.

कोटा प्रणाली खालील प्रकारांमध्ये विभागली जाऊ शकते:

- **जकात /सीमाशुल्क कोटा (Tariff/Customs Quota)**: जकात/प्रशुल्क कोटा मध्ये जकात आणि कोट्याची वैशिष्ट्ये या दोन्हीचा समावेश आहे. येथे, एखाद्या

वस्तूच्या आयातीला विशेष मूल्यापर्यंत शुल्कमुक्त किंवा विशेष कमी दराने शुल्काची आकारणी केली जाते. या मर्यादेपेक्षा जास्त आयात केल्यास जास्त शुल्क आकारले जाते.

- **एकतर्फी कोटा (Unilateral Quota)**: एकूण आयातीचे प्रमाण निर्यातदार देशांशी पूर्व सल्लामसलत न करता निश्चित केले जाते.
- **द्विपक्षीय कोटा (Bilateral Quota)**: या प्रकरणात, कोटा निश्चित करणारा आयात करणारा देश आणि निर्यात करणारा देश यांच्यातील वाटाघाटीनंतर कोटा निश्चित केला जातो.
- **संमिश्र कोटा (Mixing Quota)**: संमिश्र कोटा अंतर्गत, उत्पादकांना तयार उत्पादनाच्या निर्मितीमध्ये विशिष्ट प्रमाणात घरगुती कच्चा माल वापरणे बंधनकारक आहे.

२. आयात पूर्व ठेवी (Prior Import Deposits):

काही देशांचा आग्रह आहे की आयातदारांनी त्यांच्या आयात मूल्याच्या १००% पर्यंत रक्कम एका विशिष्ट प्राधिकरणाकडे, सामान्यत: त्यांच्या मध्यवर्ती बँकेकडे आगाऊ जमा करावी. अशा ठेवी ठेवल्यानंतरच आयातदारांना माल आयात करण्यास ग्रीन सिग्नल दिला जातो.

३. परकीय चलन विनियम (Foreign Exchange Regulations):

आयातदाराने पुरवठादाराशी करार पूर्ण होण्यापूर्वी एक्सचेंज कंट्रोल ऑथॉरिटीजकडून मंजुरी मिळवून वस्तूंच्या आयातीसाठी पुरेसे परकीय चलन उपलब्ध असल्याची खात्री करावी लागते.

४. प्रशासकीय किंवा वकिलाती पद्धती (Counsular formalities):

काही देश वस्तू आयात करण्यासाठी आवश्यक प्रशासकीय दस्तऐवजांबाबत कठोर नियम लागू करतात. त्यामध्ये आयात प्रमाणपत्रे, उत्पत्तीचे प्रमाणपत्र आणि प्रमाणित वाणिज्यदूतीय बीजक समाविष्ट आहेत. अशा कागदपत्रांच्या औपचारिकतेचे पालन न केल्याबद्दल दंड प्रदान केला जातो.

५. राज्य व्यापार (State Trading):

परदेशातून आयातीवर निर्बंध घालण्यासाठी राज्य व्यापार उपयुक्त आहे कारण आयातीचा अंतिम निर्णय नेहमीच सरकार घेतो. राज्य व्यापार कायदा एक बिगर जकाती अडथळा आहे.

६. निर्यात बंधन (Export Obligation):

भारतासारखे देश काही आयातदारांवर अनिवार्य निर्यात बंधन लादतात. हे आयात मर्यादित करण्यासाठी केले जाते. ज्या कंपन्या निर्यातीचे दायित्व पूर्ण करत नाहीत (आयातीची भरपाई करण्यासाठी) त्यांना दंड किंवा शिक्षा भोगावी लागते.

७. अधिमान्य व्यवस्था (Preferential Arrangements):

काही राष्ट्रे व्यापारी गट तयार करतात ते आपापसातील व्यापाराच्या संदर्भात प्राधान्यपूर्ण व्यवस्था असतात. सदस्य देशांकडून आयातीला प्राधान्य दिले जाते, तर इतर देशांतील आयात विविध प्रशुल्क आणि इतर नियमांच्या अधीन असतात.

८. इतर गैर-शुल्क अडथळे (Other Non-Tariff Barriers):

आरोग्य आणि सुरक्षा नियम, तांत्रिक औपचारिकता, पर्यावरणीय नियम, निर्बंध इ. यासारखे इतर अनेक गैर-शुल्क अडथळे आहेत.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) व्याख्या लिहा:

१. हंगामी शुल्क

२. राज्याचा महसूल कर

३. बिगर जकाती अडथळा

ब) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. निर्यातदार स्वस्त/ जास्त किमतीत वस्तू विकून परकीय बाजारपेठ काबीज करण्याचा प्रयत्न करतात, अशा प्रथेला डंपिंग म्हणतात.

२. दुहेरी स्तंभ कर प्रशुल्क प्रणाली अंतर्गत, मित्र देशाला किंवा द्विपक्षीय व्यापार करार असलेल्या देशाला कमी / जास्त कर लागू होतो.

३. एकतर्फी कोटा / द्विपक्षीय कोटा पद्धतीमध्ये एकूण आयातीचे प्रमाण निर्यातदार देशांशी पूर्व सल्लामसलत न करता निश्चित केले जाते.

४. भारतासारखे देश काही आयातदारांवर/ निर्यातदारांवर अनिवार्य निर्यात बंधन लादतात.

५. व्यापारी गट तयार करणाऱ्या सदस्य देशांकडून आयातीला/ निर्यातीला प्राधान्य दिले

क) योग्य जोड्या जुळवा :

	अ		ब
१.	विशिष्ट किंवा परिणाम अनुसार जकात	अ	आयातीला परावृत्त करण्यासाठी
२.	मूल्यांवर आधारित जकात	ब	आयात केलेल्या वस्तूचे बीजक मूल्य शुल्काच्या गणनेसाठी आधार
३.	संरक्षणात्मक कर	क	अनुदानाचा प्रभाव रद्द करण्यासाठी
४.	सममूल्य किंवा प्रति मूल्य जकात	ड	सर्व देशांसाठी एकसमान
५.	एकेरी स्तंभ कर	इ	वस्तूच्या मोजमापाचे वजन किंवा वस्तूची संख्या एकक इत्यादी लक्षात घेऊन एक निश्चित रक्कम

४.४ जकाती आणि बिगरजकाती अडथळ्यांमधील फरक (DISTINCTION BETWEEN TARIFF AND NON-TARIFF BARRIERS)

तुलनेचा आधार	जकाती अडथळे	बिगरजकाती अडथळे.
अर्थ	जकाती अडथळे म्हणजे सरकारकडून आयातीवर लादलेले कर किंवा शुल्क, जेणेकरून त्यांच्या देशांतर्गत कंपन्यांना संरक्षण मिळावे आणि सरकारी महसूल वाढेल.	देशांतर्गत कंपन्यांना संरक्षण देण्यासाठी आणि नवीन प्रवेश करणाऱ्यांमध्ये भेदभाव करण्यासाठी सरकारने त्यांच्या आयातीवर लादलेल्या करांव्यतिरिक्त इतर सर्व बिगर जकाती अडथळे समाविष्ट करतात

परवानगी	जागतिक व्यापारी संघटनेने (WTO) आपल्या सदस्य राष्ट्रांना जकाती अडथळे लादण्याची परवानगी दिली परंतु केवळ वाजवी दराने.	जागतिक व्यापार संघटनेने आयात कोटा आणि ऐच्छिक निर्यात प्रतिबंध रद्द केला.
स्वरूप	स्पष्ट	पूर्ण
स्वरूप	कर आणि जकात	नियम, अटी, आवश्यकता, औपचारिकता इ.
महसूल	सरकारला महसूल मिळतो	शासनाला कोणताही महसूल मिळत नाही
प्रभावित करते	त्याचा परिणाम आयात मालाच्या किमतीवर होतो.	हे आयात केलेल्या वस्तूंचे प्रमाण किंवा किंमत किंवा दोन्ही प्रभावित करते.
मक्तेदारी संस्था	सरकार आयात शुल्क आकारते म्हणून मक्तेदारी गटांवर नियंत्रण ठेवता येते.	मक्तेदारीवादी संस्था कमी उत्पादनाद्वारे उच्च किंमती आकारते.
नफा	आयातदारांकडून होणारा उच्च नफा नियंत्रित केला जाऊ शकतो.	आयातदार अधिक नफा कमवू शकतात.

४.५ सारांश (SUMMARY)

- विपणन हे केवळ उत्पादन विकणे नाही तर ३६० अंशाचा दृष्टीकोन आ दर सीमा ओलांडून फिरणाऱ्या उत्पादनांवरील सीमा शुल्क किंवा कराचा संदर्भ देतात.
- व्यापार अडथळे हे देशांमधील मालाच्या हालचालीवर लादलेले निर्बंध आहेत.
- ट्रान्झिट शुल्क हा एखाद्या वस्तूवर लादला जाणारा कर आहे ज्यातून उद्भवलेल्या आणि इतर देशांसाठी डिझाइन केलेले राष्ट्रीय सीमा ओलांडताना.
- वस्तूंच्या किमतींनुसार बदलणाऱ्या आयात शुल्कांना हंगामी शुल्क (स्लाइडिंग स्केल शुल्क) म्हणतात.
- बिगर जकाती अडथळे, आयात केलेल्या वस्तूंच्या किंमतीवर केवळ परिणाम करत नाहीत तर आयातीच्या प्रमाणात अडथळे निर्माण करतात.
- अशा कागदपत्रांच्या औपचारिकतेचे पालन न केल्याबद्दल दंड प्रदान केला जातो.

४.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. व्यापार अडथळे काय आहेत? त्याचे प्रकार स्पष्ट करा.

२. मूळ आणि गंतव्यस्थानावर आधारित दरांचे वर्गीकरण करा.

३. जकाती अडथळे आणि बिगरजकाती अडथळे यांच्यात फरक करा.

४. मूल्यांवर आधारित जकात (Ad-valorem duty) या शब्दाचे स्पष्टीकरण करा.

५. कोटा प्रणाली म्हणजे काय?

(२) दीर्घोत्तरे:

१. विविध प्रकारचे जकाती अडथळे सांगा आणि स्पष्ट करा.

२. विविध प्रकारचे बिगरजकाती अडथळे राज्य करा आणि स्पष्ट करा.

३. जकाती आणि बिगरजकाती अडथळ्यांमध्ये फरक करा.

४. कोटा प्रणाली आणि त्याच्या श्रेणी स्पष्ट करा.

५. व्यापारातील अडथळे थोडक्यात स्पष्ट करा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. ………. अंतर्गत एकूण आयातीचे प्रमाण निर्यातदार देशांशी पूर्व सल्लामसलत करता निश्चित केले जाते.

(अ) द्विपक्षीय कोटा, (ब) एकतर्फी कोटा,

(क) सीमाशुल्क कोटा, (ड) संमिश्र कोटा

२. ………………. अंतर्गत उत्पादकांना तयार उत्पादनाच्या निर्मितीमध्ये विशिष्ट प्रमाणात घरगुती कच्चा माल वापरणे बंधनकारक आहे.

(अ) संमिश्र कोटा, (ब) द्विपक्षीय कोटा,

(क) एकतर्फी कोटा, (ड) सीमाशुल्क कोटा

३. ……………. आयात करणाऱ्या देशाने लादलेल्या सीमा शुल्काच्या स्वरूपात आहेत.

(अ) बिगरजकाती अडथळे, (ब) महसूल दर,

(क) व्यापारी, (ड) दर अडथळे

४. आंतरराष्ट्रीय व्यापार …………… मध्ये खूप महत्वाची भूमिका बजावतो राष्ट्राचा विकास.

(अ) सामाजिक, (ब) अर्थशास्त्रीय,

(क) वित्तीय, (ड) भौगोलिक

५. …………… शासनाला महसूल प्राप्त होतो

(अ) दर, (ब) महसूल दर,

(क) बिगरजकाती अडथळे, (ड) व्यापारी

उत्तरे: १-अ, २-अ, ३-ड, ४-ब, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. ………………ने शुल्क अडथळे लादण्यास परवानगी दिली.

२. ………………, आयात केलेल्या वस्तूंच्या किंमतीवर केवळ परिणाम करत नाहीत तर आयातीच्या प्रमाणात अडथळे निर्माण करतात.

३. वस्तूंच्या किमतींनुसार बदलणाऱ्या ……………… शुल्काना स्लाइडिंग स्केल शुल्क म्हणतात.

४. विशिष्ट शुल्क ……………… मालाच्या वैशिष्ट्यांवर आधारित असते.

५. ………. शुल्क महसुलाच्या उद्देशाने आकारले जाते.

उत्तरे:

१- जागतिक व्यापार संघटना,

२- बिगरजकाती अडथळे,

३- आयात,

४- भौतिक,

५- निर्यात

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. जकाती अडथळे म्हणजे प्रशुल्क व्यतिरिक्त इतर कोणताही अडथळा जो परदेशातील बाजारपेठांमध्ये मालाच्या मुक्त प्रवाहात अडथळा निर्माण करतो.

२. राज्य व्यापार कायदा एक बिगर जकाती अडथळा आहे.

३. कोटा निश्चित करणारा आयात करणारा देश आणि निर्यात करणारा देश यांच्यातील वाटाघाटीनंतर संमिश्र कोटा निश्चित केला जातो.

४. परदेशातून आयात केल्या जाणाऱ्या मालावरील कर/आयात शुल्क आहे.

५. प्रशुल्क कोटा आणि जकाती अडथळेची वैशिष्ट्ये तसेच कोटा एकत्र करतो.

उत्तरे:

बरोबर: २ आणि ४

चूक : १,३ आणि ५

४.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग - एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली

*****

५

निर्यात विपणनाची जागतिक चौकट - २

प्रकरण संरचना

५.० उद्दिष्टे
५.१ प्रस्तावना
५.२ जगातील प्रमुख आर्थिक गट
५.३ प्रादेशिक आर्थिक गटांचा सकारात्मक आणि नकारात्मक प्रभाव
५.४ जागतिक व्यापार संघटनेचे (WTO) करार
५.५ सारांश
५.६ स्वाध्याय
५.७ संदर्भ

५.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- आर्थिक समूहीकरणाची संकल्पना
- WTO (डब्ल्यू टी ओ)चा अर्थ आणि कार्ये
- प्रादेशिक आर्थिक गटांचा प्रभाव

५.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

आर्थिक एकात्मता म्हणजे प्रादेशिक सहकार्य, मुक्त व्यापार, आर्थिक विकास इत्यादींसाठी दोन किंवा अधिक राष्ट्रांचे एकत्र येणे. जागतिकीकरणाच्या युगात स्पर्धेला तोंड देण्याच्या उद्देशाने देखील आर्थिक एकात्मता केली जाते. मुक्त व्यापार क्षेत्र, सीमाशुल्क संघ, सामाईक बाजारपेठ, आर्थिक संघ, राजकीय संघ इत्यादी स्वरूपात आर्थिक एकीकरण केले जाऊ शकते. आंतरराष्ट्रीय आर्थिक एकीकरण बहुराष्ट्रीय सहकार्य किंवा बहुराष्ट्रीय कराराद्वारे जागतिक स्तरावर देखील असू शकते. आर्थिक एकात्मतेमुळे आर्थिक नफा, उत्पादन कार्यक्षमता, स्पर्धात्मक फायदा, बाजाराच्या आकारमानात वाढ, सामूहिक सौदेबाजी शक्ती इ. साध्य होऊ शकतात.

जरी विविध प्रकारच्या गटांची एक मोठी विविधता उदयास आली असली तरी त्यांची व्याप्ती एकतर परस्पर पसंतीसह वस्तूंची देवाणघेवाण साध्य करणे किंवा ती खूप पलीकडे वाढवणे आणि संपूर्ण आर्थिक एकात्मतेकडे वाटचाल करण्याच्या मर्यादित उद्दिष्टापुरती मर्यादित ठेवली गेली आहे. विकास प्रक्रियेला गती देणे आणि प्रदेशातील रहिवाशांच्या जीवनाचा दर्जा सुधारण्यासाठी त्यांना उत्पादक आणि ग्राहक म्हणून अधिक पर्याय उपलब्ध करून देणे हे

मुख्य उद्दिष्ट आहे. थोडक्यात, प्रादेशिक गटात, राष्ट्रीय राजकीय सीमांचे आर्थिक महत्त्व पूर्णपणे नष्ट होते.

५.२ जगातील प्रमुख आर्थिक गट (MAJOR ECONOMIC GROUPING OF THE WORLD)

विविध व्यापार अडथळ्यांवर मात करण्यासाठी आणि प्रादेशिक सहकार्य आणि विकासासाठी जगात विविध आर्थिक गट आहेत. जगातील काही प्रमुख आर्थिक गट खालीलप्रमाणे आहेत:

- दक्षिण पूर्व आशियाई राष्ट्रांची संघटना (ASEAN): १९६७
- EU (युरोपियन युनियन): १९५८
- APEC (एशियन पॅसिफिक इकॉनॉमिक कोऑपरेशन फोरम): १९८९
- SAARC (साउथ एशियन असोसिएशन फॉर रिजनल को-ऑपरेशन): १९८५
- OPEC (ऑर्गनायझेशन ऑफ द पेट्रोलियम एक्सपोर्टिंग कंट्रीज): १९६०
- WTO (जागतिक व्यापार संघटना): १९९५

वरील सर्व आर्थिक गट आपापल्या परीने महत्त्वाची भूमिका बजावतात. तथापि, आपण फक्त WTO म्हणजेच जागतिक व्यापार संघटनेवर लक्ष केंद्रित करणार आहोत.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) टीपा लिहा:

१. आर्थिक एकात्मता

२. आर्थिक गटांचे उद्दिष्ट्य

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या :

१. आर्थिक एकात्मतेमुळे कोणते फायदे होतात?

२. प्रादेशिक गटाचा तोटा कोणता आहे?

५.३ प्रादेशिक आर्थिक गटांचा सकारात्मक आणि नकारात्मक प्रभाव (POSITIVE AND NEGATIVE IMPACT OF REGIONAL ECONOMIC GROUPINGS)

५.३.१ प्रादेशिक आर्थिक समूहीकरणाचा (गटांचा) सकारात्मक परिणाम (Positive impact of Regional Economic Grouping):

१. व्यापार निर्मिती (Trade creations):

जकाती आणि निर्बंध कमी केल्यामुळे आर्थिक गटातील देशांना व्यापार वाढीद्वारे फायदा होऊ शकतो. व्यापार वाढल्याने देशातील उत्पादनातही वाढ होते.

२. स्पर्धा (Competition):

आर्थिक गटांमुळे आंतरराष्ट्रीय स्तरावर निरोगी स्पर्धा निर्माण होण्यास मदत होते. गटबद्ध देश उर्वरित जगासोबत एक गट म्हणून काम करू शकतात आणि एक निरोगी स्पर्धा विकसित करू शकतात ज्याचा परिणाम देशाच्या आर्थिक विकासावर देखील होतो.

३. मोठ्या प्रमाणावर बचत (Economy of large scale):

व्यापार आणि स्पर्धा वाढल्याने मोठ्या प्रमाणावर बचत होते.

४. आर्थिक वाढ (Economic growth):

प्रादेशिक आर्थिक गटांमुळे, गट म्हणून एकत्र काम करणाऱ्या देशांना व्यापाराचा लाभ मिळतो आणि त्याचा परिणाम म्हणून राष्ट्राच्या स्थूल देशांतर्गत उत्पादनामध्ये(GDP) तसेच एकूण राष्ट्रीय उत्पन्नात वाढ होते. आर्थिक गटांमुळे विकसनशील आणि अविकसित राष्ट्रांना सर्वाधिक फायदा होतो.

५. रोजगार निर्मिती (Employment creation):

उच्च स्पर्धा, मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन इत्यादींसाठी मोठ्या प्रमाणावर कामगारांची गरज आहे आणि त्यामुळे देशात रोजगाराच्या पातळीत वाढ होत आहे.

६. तांत्रिक विकास (Technological development):

तांत्रिक विकास हा आर्थिक गटांच्या सकारात्मक प्रभावांपैकी एक आहे कारण उच्च स्पर्धेला तोंड देण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन आवश्यक आहे. तांत्रिकदृष्ट्या प्रगत उपकरणांच्या वापरामुळे हे शक्य आहे.

७. गुंतवणूक (Investment):

आर्थिक वाढीमुळे गुंतवणूकदार विकसनशील राष्ट्रांकडे आकर्षित होतात.

८. सामाजिक-सांस्कृतिक संबंध (Socio-cultural relations):

सामाजिक सांस्कृतिक मूल्ये समजली जातात आणि प्रादेशिक आर्थिक गटांमध्ये संबंध विकसित केले जातात.

९. संसाधनांचा वापर (Utilisation of resources):

प्रादेशिक आर्थिक गटांमुळे मानवनिर्मित किंवा नैसर्गिक संसाधनांचा इष्टतम वापर शक्य आहे.

१०. ग्राहक कल्याण (Consumer welfare):

उत्पादनाच्या गुणवत्तेची योग्य काळजी घेतल्याने प्रादेशिक आर्थिक गटांमुळे ग्राहक कल्याणाला प्राधान्य दिले जाते. चांगल्या दर्जाचे उत्पादन आंतरराष्ट्रीय ग्राहक/ग्राहकांना आकर्षित करते जे आर्थिक गटबद्ध राष्ट्रांसाठी फायदेशीर आहे.

५.३.२ आर्थिक गटांचे नकारात्मक परिणाम (Negative impact of the economic groupings):

प्रादेशिक आर्थिक गटांचे एकीकडे अधिक सकारात्मक परिणाम होतात आणि काही नकारात्मक प्रभावही. प्रादेशिक आर्थिक गटांच्या नकारात्मक प्रभावांवर एक नजर टाकूया.

१. सामान्य बाह्य अडथळे

२. सदस्य राष्ट्रांद्वारे सामूहिक सौदेबाजी

३. बहुपक्षीयतेमध्ये रस नसणे

४. व्यापार वळवणे.

५.४ जागतिक व्यापार संघटनेचे करार [AGREEMENTS OF WORLD TRADE ORGANISATION (WTO)]

१ जानेवारी, १९९५ रोजी जकाती आणि व्यापारविषयक करार (GATT) चे अनुयायी म्हणून WTO अस्तित्वात आले. GATT ची स्थापना १९४७ मध्ये जिनिव्हा परिषदेत दर वाटाघाटीच्या पहिल्या फेरीनंतर झाली. १९९५ मध्ये, उरुग्वे फेरीचा करार अंमलात आला आणि आंतरराष्ट्रीय कंपन्यांच्या धोक्यांवर आणि संधींवर परिणाम करणारे अनेक उदारीकरण उपाय निर्दिष्ट केले गेले. ते उदारीकरणाची तत्त्वे आणि अनुमत अपवाद स्पष्ट करतात. त्यामध्ये सीमाशुल्क जकाती आणि इतर व्यापार अडथळे कमी करण्यासाठी आणि खुल्या सेवा बाजार उघडण्यासाठी आणि ठेवण्यासाठी वैयक्तिक देशांच्या वचनबद्धतेचा समावेश होतो. त्यांनी विवाद मिटवण्यासाठी कार्यपद्धती निश्चित केली. सुरुवातीला WTO मध्ये ८१ सदस्य देश होते जे आता वाढून १६४ देश झाले आहेत. WTO ची मुख्य तत्त्वे आहेत:

- भेदभाव न करणे

- मुक्त व्यापार
- अनुमानक्षमता
- निष्पक्ष स्पर्धेला प्रोत्साहन देणे
- विकास आणि आर्थिक सुधारणांना प्रोत्साहन.

५.४.१ WTO ची व्याप्ती (Scope of WTO):

या कराराच्या परिशिष्टांमध्ये समाविष्ट केलेल्या करार आणि संबंधित कायदेशीर साधनांशी संबंधित बाबींमध्ये WTO आपल्या सदस्यांमधील व्यापार संबंधांच्या आचरणासाठी सामान्य संस्थात्मक चौकट प्रदान करेल. WTO द्वारे विविध प्रकारचे करार केले जातात:

- TRIPS (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights - बौद्धिक संपदा अधिकारांचे व्यापार संबंधित करार)
- TRIMS (Trade Related Investment Measures - व्यापार संबंधित गुंतवणूक उपाय)
- GATS (General agreement on Trade in Service - सेवेतील व्यापारावरील सामान्य करार)
- उत्पादित वस्तूंवर करार (Agreement on manufactured goods)
- AoA (Agreement on Agriculture - कृषी करार)
- Multi-Fibre Agreement [मल्टी-फायबर करार (Agreement on textiles and clothing - वस्त्र आणि कपड्यांवरील करार)]

या वरून हे स्पष्ट होते की WTO ची व्याप्ती खूप विस्तृत आहे ज्यामध्ये राष्ट्रांद्वारे प्रदान केलेल्या प्रत्यक्ष वस्तू आणि सेवा तसेच बौद्धिक गुणधर्मांचा समावेश होतो.

५.४.२ WTO चे कार्य (Function of WTO):

- WTO या कराराची आणि बहुपक्षीय व्यापार करारांची अंमलबजावणी, प्रशासन आणि कार्यप्रणाली आणि उद्दिष्टे पुढे सुलभ करेल आणि बहुपक्षीय व्यापार करारांच्या अंमलबजावणी, प्रशासन आणि कामकाजासाठी चौकट देखील प्रदान करेल.
- WTO आपल्या सदस्यांमध्ये त्यांच्या बहुपक्षीय व्यापार संबंधांबद्दल वाटाघाटीसाठी मंच प्रदान करेल ज्यांच्याशी या कराराच्या परिशिष्टातील करारांतर्गत व्यवहार केले जातात. WTO आपल्या सदस्यांमध्ये त्यांच्या बहुपक्षीय व्यापार संबंधांबद्दल पुढील वाटाघाटीसाठी एक मंच देखील प्रदान करू शकते आणि अशा वाटाघाटींच्या परिणामांच्या अंमलबजावणीसाठी मंत्रिस्तरीय परिषदेने ठरविल्याप्रमाणे एक चौकट देखील प्रदान करू शकते.

- WTO या कराराच्या परिशिष्ट २ मध्ये विवादांच्या निवारणाला नियंत्रित करणारे नियम आणि कार्यपद्धती (यापुढे "विवाद निवारण समजुत" किंवा "Dispute Settlement Understanding (DSU)" म्हणून संदर्भित) समजून प्रशासित करेल.
- WTO या कराराच्या परिशिष्ट ३ मध्ये प्रदान केलेली व्यापार धोरण पुनरावलोकन यंत्रणा (यापुढे "TPRM" - Trade Policy Review Mechanism म्हणून संदर्भित) प्रशासित करेल.
- जागतिक आर्थिक धोरण-निर्धारणामध्ये अधिक सुसंगतता प्राप्त करण्याच्या दृष्टीकोनातून, WTO आंतरराष्ट्रीय नाणेनिधी आणि इंटरनॅशनल बँक फॉर रिकन्स्ट्रक्शन अँड डेव्हलपमेंट(IBRD) आणि त्याच्या संलग्न संस्थांना योग्य ते सहकार्य करेल.

५.४.३ - WTO ची रचना (Structure of the WTO):

- सर्व सदस्यांच्या प्रतिनिधींची एक मंत्रीस्तरीय परिषद असेल, जी दर दोन वर्षांनी किमान एकदा भेटेल. मंत्रिस्तरीय परिषद WTO ची कार्ये पार पाडेल आणि यासाठी आवश्यक कृती करेल. या करारामध्ये आणि संबंधित बहुपक्षीय व्यापार करारातील निर्णय घेण्याच्या विशिष्ट आवश्यकतांनुसार, सदस्याने विनंती केल्यास, कोणत्याही बहुपक्षीय व्यापार करारांतर्गत सर्व बाबींवर निर्णय घेण्याचा अधिकार मंत्रिस्तरीय परिषदेला असेल.
- सर्व सदस्यांच्या प्रतिनिधींनी बनलेली एक महापरिषद असेल, जे जेव्हा आवश्यकता असेल तेव्हा भेटतील. मंत्रिस्तरीय परिषदेच्या बैठकांमधील मध्यांतरांमध्ये, त्याची कार्ये महापरिषदे द्वारे आयोजित केली जातील. महापरिषद या कराराद्वारे तिला नियुक्त केलेली कार्ये देखील पार पाडेल.
- विवाद निवारण समजुतीमध्ये प्रदान केलेल्या विवाद निवारण संस्थेच्या जबाबदाऱ्या पार पाडण्यासाठी सामान्य परिषद योग्य असेल. विवाद निवारण संस्थेचे स्वतःचे अध्यक्ष असू शकतात आणि त्या जबाबदाऱ्यांच्या पूर्ततेसाठी आवश्यक वाटतील असे कार्यपद्धतीचे नियम स्थापित करतील.
- TPRM मध्ये प्रदान केलेल्या ट्रेड पॉलिसी रिव्ह्यू बॉडीच्या जबाबदाऱ्या पार पाडण्यासाठी महापरिषद योग्य असेल. व्यापार धोरण पुनरावलोकन मंडळाचे स्वतःचे अध्यक्ष असू शकतात आणि त्या जबाबदाऱ्यांच्या पूर्ततेसाठी आवश्यक वाटतील असे कार्यपद्धतीचे नियम स्थापित करतील.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. जकाती आणि निर्बंध कमी केल्यामुळे आर्थिक गटातील देशांना व्यापार वाढीद्वारे फायदा / तोटा होऊ शकतो.

२. व्यापार आणि स्पर्धा वाढल्याने मोठ्या प्रमाणावर बचत / खर्च होते.

३. प्रादेशिक आर्थिक गटांमुळे एकूण राष्ट्रीय उत्पन्नात वाढ / घट होते.

४. तांत्रिक विकास हा आर्थिक गटांच्या सकारात्मक / नकारात्मक प्रभावांपैकी एक आहे.

ब) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. आर्थिक गटांमुळे विकसनशील आणि अविकसित राष्ट्रांना सर्वाधिक फायदा होतो.

२. उच्च स्पर्धेमुळे रोजगार निर्मिती साधली जाते.

३. WTO (डब्ल्यू टी ओ) ची व्याप्ती खूप विस्तृत आहे.

४. WTO (डब्ल्यू टी ओ) आपल्या सदस्यांमध्ये त्यांच्या बहुपक्षीय व्यापार संबंधांबद्दल वाटाघाटीसाठी मंच प्रदान करेल.

____

____

____

____

____

____

५.५ सारांश (SUMMARY)

- आर्थिक गटांमुळे आंतरराष्ट्रीय स्तरावर निरोगी स्पर्धा निर्माण होण्यास मदत होते.
- आर्थिक गटांमुळे विकसनशील आणि अविकसित राष्ट्रांना सर्वाधिक फायदा होतो.
- सामाजिक सांस्कृतिक मूल्ये समजली जातात आणि प्रादेशिक आर्थिक गटांमध्ये संबंध विकसित केले जातात.
- 1 जानेवारी 1995 रोजी जकाती आणि व्यापारविषयक कराराचा (GATT) उत्तराधिकारी म्हणून अस्तित्वात आले .
- GATT ची स्थापना 1947 मध्ये जिनिव्हा परिषदेत दर वाटाघाटीच्या पहिल्या फेरीनंतर झाली.

५.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. प्रादेशिक आर्थिक गटांची व्याख्या द्या आणि स्पष्ट करा.

२. आर्थिक गटांचे सकारात्मक परिणाम सांगा

३. आर्थिक गटांचे नकारात्मक परिणाम सांगा.

४. WTO (डब्ल्यू टी ओ) ची मुख्य तत्त्वे कोणती आहेत?

५. आर्थिक एकात्मता म्हणजे काय?

(२) दीर्घोत्तरे:

१. WTO (डब्ल्यू टी ओ) म्हणजे काय? WTO (डब्ल्यू टी ओ) ची कार्ये तपशीलवार सांगा.

२. जगाचे प्रमुख आर्थिक गट समजावून सांगा .

३. WTO (डब्ल्यू टी ओ) ची कार्ये स्पष्ट करा.

४. WTO (डब्ल्यू टी ओ) ची रचना स्पष्ट करा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. TRIPS (टी आर आय पी एस) म्हणजे ....

(अ) बौद्धिक संपदा अधिकारांच्या व्यापाराशी संबंधित करार,

(ब) उद्योग संपत्ती हक्कांचे व्यापार संबंधित करार,

(क) गुंतवणुकीच्या मालमत्तेच्या अधिकारांचे व्यापार संबंधित करार,

(ड) बौद्धिक संपदा अधिकारांच्या दराशी संबंधित करार

२. आर्थिक एकात्मता म्हणजे ....सहकारासाठी दोन किंवा अधिक राष्ट्रांचे एकत्र येणे.

(अ) सामाजिक,

(ब) प्रादेशिक,

(क) राजकीय,

(ड) किफायतशीर

३. ....च्या युगात स्पर्धेला तोंड देण्याच्या उद्देशाने आर्थिक एकत्रीकरण देखील केले जाते.

(अ) राष्ट्रीय,

(ब) गुंतवणूक,

(क) आर्थिक,

(ड) जागतिकीकरण

४. WTO (डब्ल्यू टी ओ) (जागतिक व्यापार संघटना) -.................

(अ) १९९८,

(ब) १९९५,

(क) १९९४,

(ड) १९९२

५. आर्थिक गटबाजी .... पातळी वर निरोगी स्पर्धा निर्माण करण्यास मदत करते.

(अ) राष्ट्रीय,

(ब) घरगुती,

(क) आंतरराष्ट्रीय,

(ड) ग्रामीण

उत्तरे: १-अ, २-ब, ३-ड, ४-ब, ५-क

क. रिकाम्या **जागा भरा:**

१. .... त्याच्या सदस्यांमधील वाटाघाटीसाठी मंच प्रदान करेल.

२. WTO (डब्ल्यू टी ओ)............ आणि इंटरनॅशनल बँक फॉर रिकन्स्ट्रक्शन अँड डेव्हलपमेंट(IBRD) आणि त्याच्या संलग्न संस्थांना योग्य ते सहकार्य करेल.

३. WTO (डब्ल्यू टी ओ) .... प्रशासित करेल.

४. GATS (जी ए टी एस) म्हणजे ....

५. WTO (डब्ल्यू टी ओ) चे ८१ सदस्य देश होते जे आता .... देशांमध्ये वाढले आहेत.

उत्तरे:

१- WTO (डब्ल्यू टी ओ),

२- आंतरराष्ट्रीय नाणेनिधी,

३- व्यापार धोरण पुनरावलोकन यंत्रणा,

४- सेवेतील व्यापारावरील सामान्य करार,

५- १६४

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. २ जानेवारी, १९८५ रोजी जकाती आणि व्यापारविषयक करार (GATT – जी ए टी टी) चे उत्तराधिकारी म्हणून WTO (डब्ल्यू टी ओ) अस्तित्वात आले.

२. मुक्त व्यापार क्षेत्र, सीमाशुल्क संघ, सामाईक बाजारपेठ, आर्थिक संघ, राजकीय संघ इत्यादी स्वरूपात आर्थिक एकीकरण केले जाऊ शकते.

३. दक्षिण पूर्व आशियाई राष्ट्रांची संघटना (ASEAN – ए एस ई ए एन) - १९६२

४. व्यापार वाढल्याने देशातील उत्पादन कमी होते

५. आर्थिक गटबाजी आंतरराष्ट्रीय स्तरावर निरोगी स्पर्धा निर्माण करण्यास मदत करते

उत्तरे:

बरोबर: २ आणि ५

चूक : १,३ आणि ४

५.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॅाबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

६

निर्यात विपणनाची जागतिक चौकट - ३

प्रकरण संरचना

६.० उद्दिष्टे

६.१ प्रस्तावना

६.२ परकीय बाजारपेठ संशोधनाची गरज

६.३ बाजार निवड प्रक्रिया

६.४ परकीय बाजार निवडीचे निर्धारक

६.५ सारांश

६.६ स्वाध्याय

६.७ संदर्भ

६.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- परकीय बाजारपेठ आणि परकीय बाजारपेठेतील संशोधन आणि विकासाचे महत्त्व
- परकीय बाजारपेठ संशोधन आणि विकास प्रक्रिया
- परकीय बाजारपेठ संशोधनाचे फायदे

६.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

जागतिकीकरणाच्या काळात, जिथे संपूर्ण जग कोणत्याही राष्ट्रासाठी बाजारपेठ आहे, तिथे उत्पादन, सेवा इत्यादींच्या बाबतीत प्रचंड स्पर्धा आहे. अशा परिस्थितीत कोणत्याही बहुराष्ट्रीय कंपनीला योग्य संशोधन आणि विकासासह जागतिक बाजारपेठेत प्रवेश करणे आवश्यक आहे. त्याला कोणत्याही नुकसानीचा सामना करावा लागत नाही. नावाप्रमाणे संशोधन म्हणजे पुन्हा शोधायचे आहे. चांगली कंपनी स्थान, उत्पादन, किंमत, ग्राहक इ. यानुसार बाजारातील संधींचा शोध घेते. व्यवसायाच्या वाढीमध्ये आणि विकासामध्ये बाजारपेठ संशोधन खूप महत्त्वाची भूमिका बजावते. योग्य संशोधनामुळे केवळ बहुराष्ट्रीय कंपनीच्या कार्यक्षमतेतच वाढ होणार नाही तर कंपन्यांना जागतिक बाजारपेठेत त्यांचे कार्य टिकवून ठेवण्यास मदत होईल.

६.२ परकीय बाजारपेठ संशोधनाची गरज (NEED FOR OVERSEAS MARKET RESEARCH)

यशस्वी आणि फायदेशीर निर्यात विपणनासाठी परदेशातील बाजार संशोधन आवश्यक आहे. कंपनीच्या विपणन व्यवहाराला आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठांच्या बदलत्या गरजांनुसार संवेदनशील बनवण्याचा हा सर्वात आश्वासक मार्ग आहे. जागतिक विपणनाच्या विविध पैलूंवरील प्रकाशित माहिती आता परदेशातील बाजार संशोधनासाठी सहज उपलब्ध आहे. संशोधन प्रकल्पाच्या गरजेनुसार प्रकाशित माहिती अपुरी असताना क्षेत्रीय संशोधन आवश्यक आहे. व्यवसायाच्या जागतिकीकरणासोबत परकीय बाजार संशोधनाची लोकप्रियता वेगाने वाढत आहे.

निर्यात व्यवसायाच्या प्राथमिक बाबी निर्यात व्यवस्थापनाच्या विविध पैलूंशी संबंधित आहेत जसे की उत्पादने, बाजार, खरेदीदार, विपणन वाहिन्या आणि निर्यात करण्याच्या पद्धती. निर्यात व्यवसायासाठी प्राथमिक निर्णय घेणे हे इमारत किंवा मनोरे बांधताना घेतलेल्या व्यापक निर्णयासारखेच आहे. घेतलेल्या प्राथमिक निर्णयानुसार प्रत्यक्ष बांधकाम होणार आहे. एका चुकीच्या निर्णयामुळे मोठे नुकसान होते. त्याचप्रमाणे, संस्थेचे निर्यात विपणन उपक्रम प्राथमिक निर्णयानुसार आयोजित केले जातात. निर्यात व्यवसाय सुरू करण्यासाठी प्राथमिक निर्णय महत्त्वाचा आहे कारण सदोष निर्णयांमुळे निर्यात व्यवसाय चालवताना अडचणी येऊ शकतात.

विपणन संशोधनाचा उद्देश अनेक विपणन क्षेत्रांमध्ये निर्णय घेणे सुलभ करणे आहे. आंतरराष्ट्रीय विपणनामध्ये, खालील निर्णय घेण्यासाठी बाजार संशोधन आवश्यक आहे:

१. ग्राहकांच्या गरजा आणि इच्छा (Consumer needs and wants):

विपणन संशोधनाच्या मुख्य उद्दिष्टांपैकी एक म्हणजे ग्राहकांच्या गरजा, इच्छा आणि समाधान ओळखणे. त्यानुसार ग्राहकाला प्राधान्य ठेऊन कंपनीकडून वस्तूंचे उत्पादन केले जाते. ज्या कंपनीचे उत्पादन बाजारात अस्तित्वात आहे, ती देखील ग्राहकांच्या समाधानाची पातळी शोधण्यासाठी वेगवेगळे सर्वेक्षण करते.

२. प्रचार मोहीम (Promotional campaign):

लक्ष्यित ग्राहकापर्यंत पोहोचण्यासाठी उत्पादनाच्या मोठ्या प्रमाणावर विपणनासाठी परकीय बाजारपेठेत प्रचारात्मक मोहिमा आवश्यक आहेत. बाजारपेठ संशोधनाच्या मदतीने अशा मोहिमांचा तपशील निश्चित केला जाऊ शकतो आणि त्यानुसार उत्पादन परकीय बाजारात आणले जाऊ शकते.

३. स्पर्धात्मक फायदा (Competitive advantage):

स्पर्धकांची ताकद आणि कमकुवतपणा शोधण्यासाठी विपणन संशोधन केले जाते. स्पर्धकांच्या उत्पादनाकडे ग्राहकाच्या कलाचे (पसंतीचे) कारण शोधण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्यानुसार, स्पर्धात्मक फायदा मिळवण्यासाठी कंपनी आपल्या उत्पादनांमध्ये अशा वैशिष्ट्यांचा समावेश करू शकते आणि त्यात सुधारणा करू शकते.

४. योग्य किंमत निर्णय (Appropriate pricing decisions):

परदेशातील विपणनामध्ये योग्य किंमत निर्णय घेणे खूप महत्वाचे असते कारण किंमत हे सर्वात महत्वाचे विपणन मिश्रणांपैकी एक आहे. विपणन संशोधन निर्यात करणाऱ्या कंपनीला आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत योग्य किंमत आकारण्यास मदत करेल. स्पर्धेची पातळी, ग्राहक मानसशास्त्र, उत्पादनाची मागणी, उपलब्ध पर्याय इत्यादी जाणून घेण्यासाठी किंमती महत्त्वाच्या आहेत.

५. वितरण वाहिन्यांची प्रभावीता (Effectiveness of channels of distribution):

वितरणाच्या वर्तमान आणि संभाव्य वाहिन्यांची प्रभावीता शोधण्यासाठी देखील विपणन संशोधन केले जाते. कंपनीला सध्याच्या वितरण वाहिन्यांचा अभ्यास करावा लागेल जेणेकरुन विद्यमान वाहिन्यांच्या कामकाजातील कोणत्याही उणिवा तपासल्या जाऊ शकतील आणि विद्यमान वितरण वाहिन्यांच्या कार्यक्षम कार्यासाठी त्यानुसार बदल करता येतील.

६. उत्पादनाची स्थिती निश्चित करणे (Determine the positioning of the product):

परदेशातील बाजारपेठेतील सामाजिक-सांस्कृतिक घटक विचारात घेऊन उत्पादनाचे स्थान निश्चित करण्यासाठी बाजार संशोधन आवश्यक आहे. आपल्या उत्पादनासह बाजारपेठेत कायमस्वरूपी आणि प्रभावी स्थान निर्माण करण्यासाठी, कंपनीने परकीय बाजारपेठेत योग्य संशोधन करणे आवश्यक आहे.

७. बांधणी/ वेष्टन रेखांकन (Packaging design):

ग्राहकांसाठी उत्तम आणि योग्य बांधणी रेखांकन समजून घेण्यासाठी विपणन संशोधन आयोजित केले जाऊ शकते कारण बांधणीला "सुप्त विक्रेता" असेही म्हणतात. सध्याच्या युगात वेष्टन हे वापरकर्त्याच्या म्हणजेच ग्राहकाच्या अनुकूल आणि पर्यावरणस्नेही असले पाहिजे. त्यामुळे चांगल्या विपणन संशोधनामुळे जागतिक बाजारपेठेत विशेष अस्तित्व निर्माण होण्यास मदत होईल.

८. विक्रीचे पूर्वानुमान बांधणे (Forecasting sales):

बाजारात नवीन उत्पादनाची मागणी असेल की नाही हे ठरवण्यासाठी विपणन संशोधन केले जाऊ शकते. तसेच, विद्यमान उत्पादनांच्या मागणीचा अंदाज लावला जाऊ शकतो. त्यानुसार, वस्तू विक्रीचा कार्यक्रम ठरविला जाऊ शकतो.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. व्यवसायाच्या वाढीमध्ये आणि विकासामध्ये -------- संशोधन खूप महत्त्वाची भूमिका बजावते.

२. संशोधन प्रकल्पाच्या गरजेनुसार प्रकाशित माहिती अपुरी असताना ------- संशोधन आवश्यक आहे.

३. विपणन संशोधनाच्या मुख्य उद्दिष्टांपैकी एक म्हणजे ग्राहकांच्या गरजा, इच्छा आणि ------ ओळखणे.

४. परदेशातील विपणनामध्ये योग्य ----- निर्णय घेणे खूप महत्वाचे असते.

५. ------- “सुप्त विक्रेता” असेही म्हणतात.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. निर्यात व्यवसायाच्या प्राथमिक बाबी कोणत्या आहेत ?

२. निर्यात व्यवसायासाठी प्राथमिक निर्णय घेणे का महत्वाचे आहे?

३. स्पर्धात्मकातेचा फायदा कंपनीला कशाप्रकारे होतो?

४. परदेशातील विपणनामध्ये योग्य किंमत निर्णय महत्वाचे कसे असते?

५. बांधणी/ वेष्टन रेखांकन चांगल्या विपणनासाठी कशाप्रकारे सहाय्यकारी ठरते?

६.३ बाजार संशोधन प्रक्रिया (MARKET SELECTION PROCESS)

१. निर्यात विपणन उद्दिष्टांची निश्चिती करणे (Determine export marketing objectives):

निर्यातदाराने प्रथम दोन्ही अल्पकालीन आणि दीर्घकालीन दृष्टिकोनातून; उत्पादन विकास, नफा, विक्रीचे प्रमाण, बाजाराचा वाटा इत्यादी संदर्भात निर्यात विपणन उद्दिष्टे निश्चित करणे आवश्यक आहे. संस्थेची आर्थिक आणि व्यवस्थापकीय संसाधने विचारात घेऊन उद्दिष्टे निश्चित केली जातात.

२. माहितीचे संकलन (Collection of information):

उत्पादनाची मागणी, स्पर्धा, ग्राहकांचे स्वरूप, राजकीय परिस्थिती, आयात नियम, पायाभूत सुविधा इत्यादींच्या संदर्भात परकीय बाजारपेठेतून संबंधित माहिती गोळा करणे आवश्यक आहे .

३. माहितीचे विश्लेषण (Analysis of information):

निर्यातदाराला परदेशातील बाजारपेठांच्या संदर्भात संकलित माहितीचे विश्लेषण करावे लागेल जे परदेशातील बाजारपेठांची योग्य निवड करून संक्षिप्त सूची तयार करण्यात मदत करेल. उदाहरणार्थ, निर्यातदाराला खरेदीदारांच्या आवडीनिवडी, क्रयशक्ती, खरेदीची पद्धत इत्यादींचे विश्लेषण करावे लागते.

४. लक्ष्यित बाजारापेठेची निवड (Short listing of markets):

विश्लेषित माहिती निर्यातदाराला त्याची निर्यात लक्ष्यित (निर्देशित) करण्यासाठी देश निवडण्यास मदत करेल. नैसर्गिक परिस्थितीतील विविधता आणि ग्राहकांच्या गरजा यामुळे सर्वच राष्ट्रांमध्ये निर्यात करणे सुरुवातीला व्यावहारिकदृष्ट्या अशक्य होते. निवड निर्णयावर परिणाम करणाऱ्या काही निवडक देशांची यादी करणे हे संक्षिप्त लक्ष्यित बाजारापेठेची निवड करण्याचे मुख्य उद्दिष्ट आहे.

५. सविस्तर तपास (Detailed investigation):

निर्यातदार विशिष्ट बाजारपेठेचे तपशीलवार विश्लेषण करू शकतो. तो ग्राहकांचे स्वरूप, स्पर्धेचे स्वरूप आणि प्रमाण, उत्पादनाची सध्याची आणि संभाव्य मागणी, सरकारची व्यापार धोरणे इत्यादी विविध घटकांच्या संदर्भात आवश्यक माहिती गोळा करू शकतो.

६. बाजाराचे मूल्यांकन आणि निवड (Evaluation and selection of markets):

कंपनीला अशा देशांना वगळावे लागेल जेथे व्यापार किंवा गुंतवणुकीतील अडथळे संभाव्य बाजारपेठेतील प्रवेशास प्रतिबंधित करतात. या अडथळ्यांमध्ये जकाती कोटा, परकीय चलन नियम इत्यादींचा समावेश असेल. निर्यातदार फक्त तेच देश किंवा बाजार निवडू शकतो, जे त्याच्या गुंतवणुकीसाठी चांगला परतावा देतील.

७. परकीय बाजारपेठेत प्रवेश (Entry in overseas markets):

निर्यातदार आवश्यक विक्री कर्मचारी, दलाल किंवा मध्यस्थ नियुक्त करून परकीय बाजारपेठेत प्रवेश करण्यासाठी आवश्यक व्यवस्था करतो. त्याने परदेशातील बाजारपेठेतील प्रवेशासंबंधी इतर सर्व औपचारिकता पूर्ण केल्या पाहिजेत ज्यामुळे निर्यातदाराला परदेशातील खरेदीदारांपर्यंत मालाचा सुरळीत प्रवाह होण्यास मदत होईल.

८. पाठपुरावा (Follow-up):

परदेशातील बाजारपेठेतील कंपनीच्या वर्तनाचे विश्लेषण करण्यासाठी निर्यातदाराने परदेशातील बाजारपेठेतील कामगिरीचा आढावा घेतला पाहिजे. त्यानुसार, ज्या देशांचे कामकाज अपेक्षेपेक्षा कमी समाधानकारक असेल किंवा जिथे प्रगती करण्याची चांगली संभाव्यता नसेल; अशा बाजारपेठांमधून बाहेर पडावे, अशा देशांसाठी सुधारणात्मक निर्णय घेतला जाईल .

६.४ परकीय बाजार निवडीचे निर्धारक (DETERMINANTS OF FOREIGN MARKET SELECTION)

परकीय बाजारपेठेत प्रवेश करण्याच्या अनेक पद्धती आहेत ज्यांचा एक आंतरराष्ट्रीय विक्रेता निवड करू शकतो. काही महत्त्वाच्या पद्धती खालीलप्रमाणे आहेत.

१. थेट निर्यात (Direct Exporting):

नावाप्रमाणेच, थेट निर्यात म्हणजे व्यापारी निर्यातदार, निर्यात गृह (लोकांचा तयार माल दुसऱ्या देशात विक्री करणारी संघटना) इत्यादी मध्यस्थांच्या सेवांचा वापर न करता थेट निर्मात्याद्वारे उत्पादने निर्यात करणे. अशा प्रकारे लक्ष्य बाजारपेठेत त्याच्या उत्पादनांची थेट निर्यात निर्यातदार त्याच्या निर्यात विभागाद्वारे किंवा गटाद्वारे करू शकतो.

२. अप्रत्यक्ष निर्यात (Indirect Exporting):

अप्रत्यक्ष निर्यातीमध्ये, निर्यात करणारी संस्था व्यापारी निर्यातदार, निर्यात गृह, व्यापारी गृह किंवा सहकारी किंवा सरकारी संस्था यांसारख्या मध्यस्थांकडून लक्ष्य बाजारपेठेत निर्यात करण्यास प्राधान्य देतो. अशी निर्यात काही वेळा निर्यातदारासाठी उपयुक्त ठरते कारण परदेशातील बाजारपेठेतील वेगवेगळ्या राजकीय समस्यांमुळे प्रत्येक निर्यातदाराला थेट निर्यात करणे शक्य नसते.

३. संयुक्त उपक्रम (Joint Venture):

परकीय बाजारपेठेतील प्रवेशासाठी मुख्य धोरण म्हणून परकीय कंपन्यांसह व्यावसायिक संस्थेचा हा सामूहिक प्रयत्न आहे. इतर धोरणांपेक्षा संयुक्त उपक्रमांचे अनेक फायदे आहेत. परकीय बाजारपेठेतील सांस्कृतिक भिन्नतेशी जुळवून घेणे त्याच्या परकीय भागीदाराच्या मदतीने निर्यातदार कंपनी करू शकते. परकीय भागीदाराची वितरण जाल प्रणाली चांगली प्रस्थापित असू शकते ज्यामुळे देशांतर्गत संस्था म्हणजेच निर्यातदाराचा धोका कमी होईल.

४. करार पद्धतीद्वारे दुकाने धोरण (Franchising Strategy):

Franchising हा परवान्याचा एक प्रकार आहे ज्यामध्ये मूळ कंपनी (franchiser) दुसऱ्या स्वतंत्र संस्थेला (franchisee) करार पद्धतीद्वारे दुकाने देऊन विहित पद्धतीने व्यवसाय करण्याचा अधिकार देते जे फ्रेंचायझर उत्पादनांची विक्री, त्याचे नाव, उत्पादन आणि विपणन तंत्र वापरून किंवा सामान्य व्यवसाय दृष्टीकोन. फ्रँचायझीने केलेल्या व्यवसायातील नफा फ्रँचायझर शेअर करतो.

५. एक देशीय उत्पादन तळ (One Country Production Base):

कमी किमतीचे मजूर किंवा स्वस्त सामग्रीची उपलब्धता यासारख्या विविध स्थानिक फायद्यांमुळे एखादी कंपनी देशांतर्गत बाजारपेठेत उत्पादन तळ म्हणून एक देश राखू शकते . तथापि, देशांतर्गत किंवा आंतरराष्ट्रीय स्तरावर नियंत्रित वितरणाच्या विविध माध्यमांचा वापर करून अनेक जागतिक बाजारपेठांमध्ये वितरण केले जाऊ शकते.

६. परवाना देणे (Licensing):

आंतरराष्ट्रीय परवाना अंतर्गत, एका देशातील संस्था (परवानाधारक) दुसऱ्या देशातील संस्थेला (परवानाधारक) स्वामित्वाधिकार, व्यापारचिन्ह, पुनर्मुद्रणाधिकार, तंत्रज्ञान, तांत्रिक माहिती, विपणन कौशल्ये किंवा इतर काही विशिष्ट कौशल्ये यांसारखी मालमत्ता वापरण्याची परवानगी देते. परवानाधारकाला होणारा आर्थिक लाभ म्हणजे रॉयल्टी किंवा फी, जी परवानाधारक करारानुसार परवानाधारकाला देतो.

७. करारांतर्गत उत्पादन (Contract Manufacturing):

करारांतर्गत उत्पादन अंतर्गत, परकीय कंपनी इतर देशाच्या निर्यातदारासाठी वस्तू तयार करण्याचे किंवा एकत्र करण्याचे करार करते. तथापि, निर्यातदार उत्पादनाच्या विपणनाची जबाबदारी राखून ठेवतो. आंतरराष्ट्रीय व्यवसायात ही एक सामान्य प्रथा आहे.

८. संपादन (Acquisitions):

ज्या परकीय देशातील बाजारपेठेत संस्था प्रवेश करू इच्छित आहे, अशा परकीय देशातील बाजारपेठेत आधीपासूनच कार्यरत असलेली दुसरी कंपनी खरेदी करणे यामध्ये समाविष्ट आहे. संस्थेने उच्चतम नावलौकिक आणि चांगले वितरण जाल प्रणाली असलेले विभाग प्राप्त केल्यास संबंधित सहयोगी फायदे मिळू शकतात. संशोधनाप्रमाणे, संयुक्त उपक्रमांच्या तुलनेत संपूर्ण मालकीची उपकंपनी आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठांमध्ये अधिक यशस्वी आहे. तथापि, परकीय कंपनी घेण्यापूर्वी योग्य माहिती मिळवणे आवश्यक आहे.

९. परिपूर्ण करार (BOT) (Turnkey Contracts):

परिपूर्ण करारांतर्गत, परकीय कंपनी प्रकल्पाची योजना आखते (Build) आणि बांधते (Operate) आणि अंमलबजावणीसाठी सरकार किंवा देशांतर्गत खाजगी कंपनीकडे सोपवते (Transfer). तेल, पोलाद, सिमेंट आणि खत क्षेत्रात अशी प्रथा सामान्य आहे.

१०. हरित-क्षेत्र विकास (Green-Field Development):

कंपन्या हरित क्षेत्र विकास प्रकल्पाची ही निवड करू शकतात. यामध्ये इतर देशांमध्ये उत्पादन प्रकल्प आणि वितरण प्रणालीची स्थापना करणे समाविष्ट आहे. हे प्रकल्पाची संरचना करणे, स्वतःचे कर्मचारी निवडणे आणि योग्य पुरवठादार आणि वितरक निवडणे यात अधिक स्वातंत्र्य देते. होंडा, टोयोटा आणि निसान इत्यादी अनेक कंपन्यांनी या धोरणाचा अवलंब केला आहे.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. निर्यातदाराला परदेशातील बाजारपेठांच्या संदर्भात संकलित माहितीचे संकलन / विश्लेषण करावे लागेल.

२. कंपनीला अशा देशांना वगळावे / निवडावे लागेल जेथे व्यापार किंवा गुंतवणुकीतील अडथळे संभाव्य बाजारपेठेतील प्रवेशास प्रतिबंधित करतात.

३. ज्या देशांचे कामकाज अपेक्षेपेक्षा कमी / जास्त समाधानकारक असेल अशा बाजारपेठांमधून बाहेर पडावे.

४. परकीय भागीदाराची वितरण जाल प्रणाली चांगली प्रस्थापित असू शकते ज्यामुळे देशांतर्गत संस्था म्हणजेच निर्यातदाराचा धोका कमी / जास्त होईल.

५. ज्या परकीय देशातील बाजारपेठेत संस्था प्रवेश करू इच्छित आहे, अशा स्वदेशी / परकीय देशातील बाजारपेठेत आधीपासूनच कार्यरत असलेली दुसरी कंपनी खरेदी करणे यामध्ये समाविष्ट आहे.

ब) टीपा लिहा:

१. निर्यात विपणन उद्दिष्टांच्या निश्चितीचे महत्व

२. माहितीचे संकलन

३. लक्ष्यित बाजारपेठेची निवड

४. करार पद्धतीद्वारे दुकाने धोरण

५. हरित-क्षेत्र विकास

६.५ सारांश (SUMMARY)

- यशस्वी आणि फायदेशीर निर्यात विपणनासाठी परदेशातील बाजार संशोधन आवश्यक आहे.
- विपणन संशोधनाचा उद्देश अनेक विपणन क्षेत्रांमध्ये निर्णय घेणे सुलभ करणे आहे.
- लक्ष्यित ग्राहकापर्यंत पोहोचण्यासाठी उत्पादनाच्या मोठ्या प्रमाणावर विपणनासाठी परकीय बाजारपेठेत प्रचारात्मक मोहिमा आवश्यक आहेत.
- स्पर्धेची पातळी, ग्राहक मानसशास्त्र, उत्पादनाची मागणी, उपलब्ध पर्याय इत्यादी जाणून घेण्यासाठी किंमती महत्त्वाच्या आहेत.

- सध्याच्या युगात आवेष्टन हे वापरकर्ता अनुकूल आणि पर्यावरणस्नेही असले पाहिजे.
- थेट निर्यात म्हणजे व्यापारी निर्यातदार, निर्यात गृहे इत्यादी मध्यस्थांच्या सेवांचा वापर न करता थेट उत्पादकाने उत्पादने निर्यात करणे.

६.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. बाजार संशोधनाचा अर्थ स्पष्ट करा.

२. बाजार संशोधनामध्ये तपशिलाची तपासणी कशी करावी?

३. परवाना शब्द स्पष्ट करा

४. परिपूर्ण करार (BOT - बी ओ टी) स्पष्ट करा

५. संयुक्त उपक्रम स्पष्ट करा

(२) दीर्घोत्तरे:

१. बाजार संशोधनाची उद्दिष्टे काय आहेत?

२. विपणन निवडीची प्रक्रिया स्पष्ट करा.

३. बाजार संशोधनाचे फायदे काय आहेत?

४. परकीय बाजार निवडीचे निर्धारक काय आहेत?

५. 'बाजार संशोधन प्रक्रिया' यावर टीप लिहा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. नावा प्रमाणे ………………. म्हणजे पुन्हा शोधायचे आहे.

(अ) संशोधन, (ब) शोधा,

(क) गुगल (Google), (ड) इंटरनेट

२. यशस्वी आणि फायदेशीर निर्यात विपणनासाठी परदेशात ……….. आवश्यक आहे.

(अ) बाजाराची निवड, (ब) बाजार संशोधन,

(क) बाजारातील उत्पादन, (ड) बाजाराची जागा

३. विपणन संशोधनाच्या मुख्य उद्दिष्टांपैकी एक म्हणजे ……………… गरजा, इच्छा आणि समाधान ओळखणे.

(अ) गाहकांच्या, (ब) व्यवस्थापकाच्या,

(क) विद्यार्थ्यांच्या, (ड) नियोक्त्याच्या

४. कंपन्या ……………. क्षेत्र विकास प्रकल्प मध्ये जाऊ शकतात.

(अ) हरित, (ब) लाल,

(क) काळा, (ड) भगव्या

५. फ्रँचायझर ……………….ने आयोजित केलेल्या व्यवसायातील नफा शेअर करतो.

(अ) निर्यातदार, (ब) फ्रँकर,

(क) दलाल, (ड) फ्रेंचायझी

उत्तरे: १-अ, २-ब, ३-अ, ४-अ, ५-ड

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. ……… हा परवान्याचा एक प्रकार आहे ज्यामध्ये मूळ कंपनी (फ्रेंचायझर) दुसऱ्या स्वतंत्र संस्थेला (फ्रेंचायझी) विहित पद्धतीने व्यवसाय करण्याचा अधिकार देते.

२. ……………. परवानाधारकाला लाभ म्हणजे रॉयल्टी किंवा फी, जी परवानाधारक करारानुसार परवानाधारकाला देतो.

३. ………………. संयुक्त उपक्रमांच्या तुलनेत संपूर्ण मालकीची उपकंपनी आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठांमध्ये अधिक यशस्वी असल्याचे सूचित करते.

४. ……………… प्रकल्पाची संरचना करणे, स्वतःचे कर्मचारी निवडणे आणि योग्य पुरवठादार आणि वितरक निवडणे यासाठी अधिक स्वातंत्र्य देते.

५. ग्राहकांसाठी उत्तम आणि योग्य बांधणी आराखडा समजून घेण्यासाठी विपणन संशोधन आयोजित केले जाऊ शकते कारण बांधणीला “...........” असेही म्हणतात.

उत्तरे:

१- फ्रेंचायझिंग,

२- आर्थिक,

३- संशोधन,

४- हरित-क्षेत्र विकास,

५- सुप्त विक्रेता

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. विपणन संशोधनाचा उद्देश अनेक विपणन क्षेत्रांमध्ये निर्णय घेणे सुलभ करणे आहे.

२. विपणन संशोधन निर्यात करणाऱ्या कंपनीला राष्ट्रीय बाजारपेठेत योग्य किंमत आकारण्यास मदत करेल.

३. फ्रेंचायझिंग हा परवान्याचा एक प्रकार आहे ज्यामध्ये मूळ कंपनी (फ्रेंचायझर) दुसऱ्या स्वतंत्र संस्थेला (फ्रेंचायझी) विहित पद्धतीने व्यवसाय करण्याचा अधिकार देते.

४. स्पर्धेची पातळी जाणून घेणे महत्त्वाचे आहे.

५. सध्याच्या युगात वेष्टन वापरकर्त्याच्या म्हणजेच ग्राहकाच्या अनुकूल आणि पर्यावरणास अनुकूल नसावे.

उत्तरे:

बरोबर: १,३ आणि ४

चूक : २ आणि ५

६.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.

- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

घटक - ३

७

भारताचे परकीय व्यापार धोरण - १

प्रकरण संरचना

७.० उद्दिष्टे

७.१ प्रस्तावना

७.२ परकीय व्यापार धोरण (FTP (एफ टी पी)) २०१५-२०

७.३ ठळक मुद्दे आणि परिणाम

७.४ निर्यात व्यापार सुलभता

७.५ सारांश

७.६ स्वाध्याय

७.७ संदर्भ

७.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- परकीय व्यापार धोरण (FTP - एफ टी पी)) २०१५-२० समजून घेणे.
- ठळक मुद्दे आणि परिणामांवर चर्चा करणे.
- नवीन FTP (एफ टी पी) नुसार निर्यात व्यापार सुविधा आणि व्यवसाय करण्याची सुलभता स्पष्ट करणे.

७.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

"निर्यात-आयात धोरण" (EXIM - EXport-IMport Policy) हा शब्द निर्यात आणि आयात नियंत्रित करणाऱ्या धोरणाशी संबंधित आहे. दुसऱ्या शब्दांत, हे परदेशात व्यापार/आंतरराष्ट्रीय विपणन करण्यासाठीचे धोरण आहे. निर्यात-आयात धोरणाच्या व्याप्तीमध्ये निर्यात प्रोत्साहनाशी संबंधित उपक्रमांचाही समावेश करण्यात आला आहे. भारत सरकारचे वाणिज्य मंत्रालय भारतात धोरण तयार करते आणि जाहीर करते.

सर्वसाधारणपणे भारताच्या परकीय व्यापार धोरणाची मुख्य उद्दिष्टे खालीलप्रमाणे आहेत:

१. निर्यात उत्पादनाचा पाया मजबूत करून निर्यातीला चालना देणे.

२. मोठ्या प्रमाणात निव्वळ परकीय चलन निर्माण करण्यासाठी निर्यातीवर अधिक भर देणे.

३. आयात-निर्यात प्रक्रिया सुलभ आणि सुव्यवस्थित करणे.

४. देशांतर्गत उत्पादनामध्ये तांत्रिक प्रगती सुलभ करणे जेणेकरून भारतीय वस्तू जागतिक स्तरावर स्पर्धा करू शकतील.

५. आयात प्रतिस्थापन आणि आयात कमी करण्यासाठी स्वदेशी उत्पादन प्रोत्साहन आणि त्यामुळे चांगल्या उद्दिष्टांसाठी आणि वापरासाठी परकीय चलन वाचवणे.

७.२ परकीय व्यापार धोरण [FOREIGN TRADE POLICY (FTP (एफ टी पी)) 2015-2020]

भारत सरकारच्या वाणिज्य आणि उद्योग राज्यमंत्री (स्वतंत्र प्रभार) श्रीमती निर्मला सीतारामन यांनी १ एप्रिल २०१५ रोजी परकीय व्यापार धोरण (FTP (एफ टी पी)) २०१५-२० चे अनावरण केले. FTP (एफ टी पी) चे ठळक मुद्दे खालीलप्रमाणे आहेत:

- FTP (एफ टी पी) २०१५-२० 'मेक इन इंडिया' कार्यक्रमाच्या अनुषंगाने वस्तू आणि सेवा निर्यात, तसेच रोजगार निर्मिती आणि मूल्यवर्धनासाठी एक चौकट प्रदान करते.

- या धोरणाचे उद्दिष्ट भारताला वेगाने विकसित होत असलेल्या आंतरराष्ट्रीय व्यापार संरचनेसह बाहेरील आव्हानांना प्रतिसाद देण्यास सक्षम करणे आणि देशाच्या आर्थिक वाढ आणि विकासामध्ये व्यापाराला महत्त्वपूर्ण योगदान देणारे बनवणे आहे.

- FTP (एफ टी पी) २०१५-२० मध्ये दोन नवीन योजना सादर केल्या आहेत: ' भारतीय योजनेप्रमाणे व्यापारी वस्तूंची निर्यात योजना (MEIS - Merchandise Exports from India Scheme)' विनिर्दिष्ट बाजारपेठांमध्ये निर्यात करण्यासाठी आणि भारतीय योजनेप्रमाणे सेवांची निर्यात (SEIS - Services Exports from India Scheme)' अधिसूचित सेवांची निर्यात वाढवण्यासाठी.

- MEIS आणि SEIS शुल्क क्रेडिट स्क्रिप्स तसेच त्यांचा वापर करून आयात केलेल्या वस्तू पूर्णपणे हस्तांतरणीय आहेत.

- MEIS सवलत बहाल करण्याच्या उद्देशाने, देशांना तीन गटांमध्ये विभागले गेले आहे, ज्यामध्ये MEIS सवलत दर २% ते ५% पर्यंत आहेत. निवडलेल्या सेवांना SEIS अंतर्गत ३% आणि ५% दराने सवलत दिली जाईल.

- निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजनेंतर्गत (EPCG - Export Promotion Capital Goods) स्वदेशी उत्पादकांकडून भांडवली वस्तूंच्या खरेदीला प्रोत्साहन देण्यासाठी उपाय योजले गेले आहेत, जसे की सामान्य निर्यात बंधनांच्या 75% पर्यंत विशिष्ट निर्यात बंधन कमी करणे.

- संरक्षण आणि उच्च तंत्रज्ञानाची निर्यात वाढवण्यासाठी प्रयत्न केले गेले आहेत.

- हातमाग उत्पादने, पुस्तके/नियतकालिक, चामड्याची पादत्राणे, खेळणी आणि सानुकूलित फॅशन कपडे यांची ई-कॉमर्स निर्यात देखील MEIS साठी (भारतीय चलन ₹ २५,००० पर्यंतच्या मूल्यांसाठी) पात्र असेल.

- व्यावसायिक पात्रताधारक उत्पादक द्विपक्षीय आणि प्रादेशिक व्यापार कराराच्या विविध स्वरूपांतर्गत प्राधान्याने पात्र ठरण्यासाठी त्यांच्या उत्पादित वस्तू भारतात मूळ असल्याचे स्वयं-प्रमाणित करण्यास सक्षम असतील. ही मान्यताप्राप्त निर्यात योजना (Approved Exporter Scheme) उत्पादक निर्यातदारांना आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत जलद प्रवेश मिळविण्यात मोठ्या प्रमाणात मदत करेल.

- १००% निर्यातीभिमुख संस्था (EOU - Export Oriented Unit)/ इलेकट्रोनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP - Electronic Hardware Technology Park)/ सॉफ्टवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (STP - Software Technology Park)/ जैव तंत्रज्ञान उद्यान (BTP - Bio-Technology Park) योजनांच्या अंतर्गत, उत्पादन आणि निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी अनेक पावले उचलली गेली आहेत. यामध्ये या संस्थांना प्रक्रियांचा जलद निपटारा करण्याच्या सुविधा प्रदान करणे, त्यांना पायाभूत सुविधांची देवाणघेवाण करण्याची परवानगी देणे, वस्तू आणि सेवांच्या आंतर-विभाग हस्तांतरणास परवानगी देणे, त्यांना निर्यात बंदराजवळ गोदामे उभारण्याची परवानगी देणे आणि प्रशिक्षण उद्देशांसाठी शुल्कमुक्त उपकरणे वापरण्याची परवानगी देणे समाविष्ट आहे.

- निर्यात वाढविण्याच्या उद्देशाने लक्ष्यित हस्तक्षेपांसाठी १०८ सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग (MSME) समूह स्थापित केले गेले आहेत. परिणामी, 'निर्यात बंधू योजना' 'स्किल इंडिया'ची उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी पुनर्विलेपित करून पुनर्स्थापित करण्यात आली आहे.

- या नवीन FTP (एफ टी पी) मधील इतर प्रमुख फोकस क्षेत्रांमध्ये व्यापार सुविधा आणि व्यवसाय करण्याची सुलभता सुधारणे समाविष्ट आहे. नवीन FTP (एफ टी पी) च्या प्राथमिक उद्दिष्टांपैकी एक म्हणजे २४ X ७ वातावरणात (सतत) कागदविरहित काम करणे.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. EXIM (एक्झिम) हे --------- व्यापार/आंतरराष्ट्रीय विपणन करण्यासाठीचे धोरण आहे.

२. FTP (एफ टी पी) २०१५-२० **'मेक इन इंडिया'** कार्यक्रमाच्या अनुषंगाने वस्तू आणि **-----** निर्यात, तसेच रोजगार निर्मिती आणि मूल्यवर्धनासाठी एक चौकट प्रदान करते.

३. निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजनेंतर्गत ----- उत्पादकांकडून भांडवली वस्तूंच्या खरेदीला प्रोत्साहन देण्यासाठी उपाय योजले गेले आहेत.

४. निर्यात वाढविण्याच्या उद्देशाने लक्ष्यित हस्तक्षेपांसाठी ----- सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योग (MSME) (एम एस एम ई) समूह स्थापित केले गेले आहेत.

ब) टीपा लिहा:

१. भारताच्या परकीय व्यापार धोरणाची मुख्य उद्दिष्टे.

२. FTP (एफ टी पी) २०१५-२० मध्ये सादर केलेल्या दोन नवीन योजना.

३. MEIS (एम ई आय एस) साठी पात्र ई-कॉमर्स निर्यात.

४. १००% EOU (ई ओ यू) /EHTP (ई एच टी पी) /STPI (एस टी पी आय) /BTP (बी टी पी) योजनांना दिलेले प्रोत्साहन**.**

७.३ ठळक मुद्दे आणि परिणाम (HIGHLIGHTS AND IMPLICATIONS)

भारत एक महत्त्वपूर्ण जागतिक व्यापार भागीदार बनण्याची आकांक्षा बाळगतो आणि त्यासाठी मोदी सरकारने आपले पहिले परकीय व्यापार धोरण जाहीर केले आहे. नवीन पंचवार्षिक परकीय व्यापार धोरण, २०१५-२०, पंतप्रधान मोदींच्या "मेक इन इंडिया" आणि " डिजिटल इंडिया" च्या अनुषंगाने वस्तू आणि सेवांची निर्यात वाढविण्यासाठी तसेच रोजगार निर्मिती आणि देशात मूल्यवर्धन वाढविण्यासाठी एक चौकट स्थापित करते. नवीन धोरणाचे लक्ष्य उत्पादन आणि सेवा क्षेत्रांना पाठिंबा देण्यावर आहे, ज्यामध्ये 'व्यवसाय सुलभता' सुधारण्यावर भर देण्यात आला आहे.

ठळक मुद्दे:

१. **MEIS (Merchandise Exports from India Scheme - भारतातून व्यापारी मालाची निर्यात योजना**): व्यापारी मालाच्या निर्यातीसाठी पूर्वी पाच वेगवेगळ्या योजना होत्या. गोष्टी सुलभ करण्यासाठी, सर्व पाच योजना MEIS म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या एकाच योजनेत विलीन केल्या गेल्या आहेत. MEIS अंतर्गत, अधिसूचित बाजारपेठांमध्ये अधिसूचित वस्तूंची निर्यात करण्यासाठी सवलती प्राप्त झालेल्या जहाज खर्चमुक्त (FOB - Free On Board) मूल्याच्या टक्केवारी म्हणून दिली जातील. या फायद्याचा लाभ घेण्यासाठी, सर्व निर्यातदारांनी सर्व नौभरण देयकावर (Shipping Bill) घोषित केले पाहिजे कि, "आम्ही भारतातून व्यापारी मालाची निर्यात योजना (MEIS) अंतर्गत सवलतींचा दावा करू इच्छितो."

२. **SEIS (Service Exports from India Scheme - भारतीय योजनेप्रमाणे सेवांची निर्यात)**: भारतीय योजनेप्रमाणे सेवांची निर्यात (SEIS - Service Exports from India Scheme) असे आता भारतीय योजनेप्रमाणे पुरवठा (SFIS - Served From India Scheme) ह्या योजनेचे नाव बदलले आहे. 'भारतीय सेवा प्रदाते' ऐवजी, SEIS 'भारतातील सेवा प्रदाते' यांना लागू होईल. अशा प्रकारे, सेवा प्रदात्याच्या रचना किंवा रूपरेषा यांची पर्वा न करता, SEIS भारतातील अधिसूचित सेवांच्या सर्व सेवा प्रदात्यांना सवलती प्रदान करते. SEIS अंतर्गत सवलती चा दर कमावलेल्या निव्वळ परकीय चलनाच्या रकमेद्वारे निर्धारित केला जाईल.

३. भारतातून निर्यात योजने अंतर्गत जारी केलेल्या स्क्रिप्सचा वापर सीमा शुल्क, उत्पादन शुल्क आणि सेवा कर भरण्यासाठी केला जाऊ शकतो.

७.४ निर्यात व्यापार सुलभता (EXPORT TRADE FACILITATION)

१. ऑनलाइन दस्तऐवज/अर्ज दाखल करणे आणि २४X७ वातावरणात (सतत) कागदविरहित व्यापार (Online document/application filing and paperless trade in a 24x7 environment):

अ) परकीय व्यापार महासंचनालय (DGFT - Directorate General of Foreign Trade) निर्यातदार/आयातदारांना FTP (एफ टी पी) द्वारे ऑनलाइन विविध अर्ज दाखल करण्याची परवानगी देते. सनदी लेखापाल, कंपनी चिटणीस आणि परिव्यय लेखापाल यांनी जारी केलेली प्रमाणपत्रे यासारखी काही कागदपत्रे केवळ प्रत्यक्षच दाखल करणे आवश्यक आहे. सवलती योजनांच्या कागदविरहित प्रक्रियेच्या दिशेने प्रगती करण्यासाठी, सनदी लेखापाल(Chartered Accountant) / कंपनी चिटणीस (Company Secretary)/ परिव्यय लेखापालाद्वारे (Cost Accountant) यांनी डिजिटली स्वाक्षरी केलेले दस्तऐवज अपलोड करण्यासाठी ऑनलाइन प्रक्रिया तयार करण्याचा निर्णय घेण्यात आला. नवीन प्रणालीमध्ये, ANF ३B, ANF ३C, आणि ANF ३D शी संबंधित जोडपत्र यांसारखे ऑनलाइन दस्तऐवज अपलोड करणे शक्य होईल, जे सध्या स्वाक्षरीकारांकडून प्रत्यक्ष स्वाक्षरी करून सादर केले जातात.

ब) अर्जांच्या प्रत्यक्ष प्रती आणि निर्दिष्ट दस्तऐवज यापुढे प्रादेशिक प्राधिकरणाकडे (RA) सादर करणे आवश्यक नाही, ज्यामुळे निर्यातदारांचे कागद, पैसा आणि वेळ वाचेल.

क) सोयीचा उपाय म्हणून, अधिसूचित बाजारपेठेसाठी पुरावा म्हणून निर्यात माल उतरविण्याचे दस्तऐवज खालील प्रकारे डिजिटली अपलोड केले जाऊ शकतात: (i) कोणताही निर्यातदार त्याच्या डिजिटल स्वाक्षरीखाली माल नोंदपत्राची (Bill of Entry) स्कॅन केलेली प्रत अपलोड करू शकतो. (ii) तीन तारांकीत, चार तारांकीत अथवा पंच तारांकीत निर्यात गृह श्रेणीतील व्यावसायिक पात्रताधारक कागदपत्रांच्या स्कॅन केलेल्या प्रती अपलोड करू शकतात.

२. ऑनलाइन आंतर-मंत्रालयीन सल्लामसलत (Inter-ministerial online consultation):

मंजूरीसाठी लागणारा वेळ कमी करण्याच्या उद्देशाने टप्प्याटप्प्याने भांडवली वस्तूंच्या (SCOMET - Special Chemicals, Organisms, Materials, Equipment, and Technologies) निर्यातीच्या मंजुरीसाठी आंतर-मंत्रालयीन सल्लामसलत, नियम निश्चिती, आयात अधिकृतता, निर्यात अधिकृतता यासाठी प्रस्तावित आहे. परिणामी, निर्यातदारांना या हेतूंसाठी कागदपत्रांच्या प्रत्यक्ष प्रती जमा करण्याची गरज भासणार नाही.

३. कार्यपद्धती /प्रक्रिया सरलीकरण, डिजिटलीकरण आणि ई-शासन (Simplifying procedures/processes, digitization, and e-governance):

अ) EPCG योजनेंतर्गत, EPCG अधिकृततेच्या अंतिम पूर्ततेसाठी आयात केलेले सुटे, साधने, उच्चतापित आणि उत्प्रेरकांच्या वापराची पुष्टी करणारे स्वतंत्र चार्टर्ड अभियंता प्रमाणपत्र प्राप्त करून सादर करण्याची आवश्यकता काढून टाकण्यात आली आहे.

ब) याक्षणी, EPCG प्राधिकृत धारकांना त्यांच्या अधिकृततेची पूर्तता झाल्यानंतर तीन वर्षांपर्यंत नोंद ठेवणे आवश्यक आहे. EPCG अधिकृतता धारकांना आता फक्त दोन वर्षांच्या कालावधीसाठी नोंद ठेवणे आवश्यक असेल. ही गरज हळूहळू पूर्ण करण्याचे सरकारचे ध्येय आहे कारण देयके आणि ई-BRC सारख्या संबंधित नोंदी इलेक्ट्रॉनिक स्वरूपात उपलब्ध होण्याची शक्यता आहे, जिथे ते आवश्यकतेनुसार संग्रहित आणि पुनर्प्राप्त केले जाऊ शकतात.

क) **निर्यातदार-आयातदार वर्णन:** निर्यातदार-आयातदार वर्णनामध्ये दस्तऐवज अपलोड करण्याची सुविधा निर्माण केली आहे. एकदा अपलोड केल्यानंतर, प्रत्येक अर्जासोबत कायमस्वरूपी नोंदी/कागदपत्रे [उदा. निर्यातदार-आयातदार सांकेतिक क्रमांक IEC (Importer-Exporter Code), उत्पादन परवाना, नोंदणी तथा सदस्यत्व प्रमाणपत्र RCMC (Registration-cum-Membership Certificate), पॅन PAN(Permanent Account Number), इ.]च्या प्रती सादर करण्याची आवश्यकता नाही.

ड) **निर्यातदार/आयातदारांशी संवाद:** मोबाइल फोन नंबर आणि ई-मेल पत्ता यासारखी काही माहिती अनिवार्य क्षेत्र म्हणून IEC माहिती कोशामध्ये जोडली गेली आहे. एकदा निर्यातदारांनी प्रदान केल्यानंतर, ही माहिती त्यांच्याशी अधिक चांगल्या प्रकारे संवाद साधण्यास मदत करेल. निर्यातदारांना अधिकृतता जारी करण्याबद्दल किंवा त्यांच्या अर्जांच्या स्थितीबद्दल एसएमएस किंवा ईमेलद्वारे सूचित केले जाईल.

इ) **CBDT(Central Board for Direct Taxes) आणि MCA (Ministry of Corporate Affairs) सोबत ऑनलाइन निरोप /माहिती आदानप्रदान:** पॅन माहिती साठी CBDT सोबत आणि CIN आणि DIN माहिती साठी कॉर्पोरेट कार्य मंत्रालयासोबत ऑनलाइन निरोप / माहिती आदानप्रदान करण्याचा निर्णय घेण्यात आला आहे. या एकत्रीकरणामुळे IEC धारकांना IEC माहिती संग्रहामधील माहिती मध्ये नंतरच्या सुधारणा/अपडेट्ससाठी माहिती पुरवण्याची गरज नाहीशी होईल.

फ) **परकीय व्यापार महासंचनालय (DGFT) समित्यांसह संदेशवहन (जनसंपर्क):** DGFT च्या विविध समित्यांसह जलद आणि कागदविरहित संदेशवहन (जनसंपर्क) सुलभ करण्यासाठी, प्रत्येक मानक समिती, आयात समिती आणि निर्यात पूर्व तपासणी संस्थेला समर्पित ई-मेल पत्ते प्रदान केले आहेत.

ग) **ऑनलाइन परतावा अर्ज:** सीमांत अबकारी कर TED (Terminal Excise Duty) परतावा अर्ज ऑनलाइन सादर करण्यासाठी एक नवीन ANF तयार करण्यात आला आहे.

४. आगामी ई- शासन उपक्रम (Upcoming e-Government Initiatives):

DGFT सध्या खालील इलेकट्रोनिक माहिती आदानप्रदान EDI (Electronic Data Interchange) प्रकल्पांवर काम करत आहे:

१. निर्यात सवलती स्क्रिप्स परकीय व्यापार महासंचनालय (DGFT) कडून सीमाशुल्क कडे पाठवण्यासाठी संदेशाची देवाणघेवाण.

२. माल नोंदपत्र (Bill of Entry) DGFT ट्रान्समिशन (आयात तपशील) सीमाशुल्क ते संदेश विनिमय.

३. ऑनलाइन (EODC)एक्स्पोर्ट ऑब्लिगेशन डिस्चार्ज सर्टिफिकेट प्रदान करणे.

४. CIN आणि DIN बाबत निगम व्यवहार मंत्रालयाशी संवाद.

५. CBDT सह पॅन संदेशाची देवाणघेवाण.

६. डेबिट किंवा क्रेडिट कार्डने अर्ज फी भरण्याची क्षमता.

७. IEC अर्ज सबमिशनसाठी खुले API प्रदान करणे.

८. FTP (एफ टी पी) मोबाइल अनुप्रयोग

५. ई-कॉमर्स निर्यात (e-Commerce Exports):

अ) हातमाग उत्पादने, पुस्तके/नियतकालिक, चामड्याची पादत्राणे, खेळणी आणि प्रति खेप रु. २५,००० पर्यंत जहाज खर्चमुक्त (FOB) मूल्य असलेले सानुकूलित फॅशन कपडे (ई कॉमर्स प्लॅटफॉर्म वापरून केलेल्या) FTP (एफ टी पी) लाभांसाठी पात्र आहेत. नवी दिल्ली, मुंबई आणि चेन्नई येथील परकीय पोस्ट कार्यालयामधून अशा वस्तू प्रत्यक्षपणे (स्वहस्ते) निर्यात केल्या जाऊ शकतात.

ब) कुरिअर नियमांतर्गत अशा वस्तूंच्या निर्यातीला महसूल विभागाने केलेल्या योग्य नियामक सुधारणांच्या अधीन राहून चाचणीच्या आधारावर दिल्ली, मुंबई आणि चेन्नई येथील विमानतळांद्वारे प्रत्यक्षपणे (स्वहस्ते) परवानगी दिली जाईल. महसूल विभाग कुरिअर टर्मिनल्सवर EDI मोडचा अवलंब जलद करेल.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. भारतातून निर्यात / आयात योजने अंतर्गत जारी केलेल्या स्क्रिप्सचा वापर सीमा शुल्क, उत्पादन शुल्क आणि सेवा कर भरण्यासाठी केला जाऊ शकतो.

२. परकीय व्यापार महासंचनालय (DGFT - Directorate General of Foreign Trade) निर्यातदार किंवा आयातदारांना FTP (एफ टी पी) द्वारे ऑनलाइन / ऑफलाईन विविध अर्ज दाखल करण्याची परवानगी देते.

३. अर्जांच्या प्रत्यक्ष प्रती आणि निर्दिष्ट दस्तऐवज प्रादेशिक प्राधिकरणाकडे (RA) सादर करणे आवश्यक आहे / नाही.

४. EPCG (ई पी सी जी) अधिकृतता धारकांना आता फक्त एक/ दोन वर्षांच्या कालावधीसाठी नोंद ठेवणे आवश्यक असेल.

५. निर्यातदारांना अधिकृतता जारी करण्याबद्दल किंवा त्यांच्या अर्जांच्या स्थितीबद्दल एसएमएस / पत्र पाठवून सूचित केले जाईल.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. MEIS (एम ई आय एस) सवलतीचा लाभ घेण्यासाठी निर्यातदारांनी काय करायला हवे?

२. SEIS (एस ई आय एस) योजना कशी आहे?

३. परकीय व्यापार महासंचनालयाने निर्यातदार/आयातदारांना कोणत्या परवानगया दिल्या आहेत?

४. ऑनलाइन आंतर-मंत्रालयीन सेवा कोणत्या आहेत?

५. ई-कॉमर्स निर्यात कोणत्या सुविधा देते?

७.५ सारांश (SUMMARY)

- भारत एक महत्त्वपूर्ण जागतिक व्यापार भागीदार बनण्याची आकांक्षा बाळगतो आणि त्यासाठी मोदी सरकारने आपले पहिले परकीय व्यापार धोरण जाहीर केले आहे.

- MEIS अंतर्गत, अधिसूचित बाजारपेठांमध्ये अधिसूचित वस्तूंची निर्यात करण्यासाठी बक्षिसे प्राप्त झालेल्या FOB मूल्याच्या टक्केवारी म्हणून दिली जातील.
- कुरिअर विनियमांतर्गत अशा वस्तूंच्या निर्यातीला चाचणीच्या आधारावर दिल्ली, मुंबई आणि चेन्नई येथील विमानतळांद्वारे स्वहस्ते परवानगी दिली जाईल, महसूल विभागाने केलेल्या योग्य नियामक सुधारणांच्या अधीन राहून.
- MEIS (भारतातील व्यापारी निर्यात योजना): व्यापारी मालाच्या निर्यातीला पुरस्कृत करण्यासाठी पूर्वी पाच वेगवेगळ्या योजना होत्या.

७.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. FTP (एफ टी पी) चा अर्थ स्पष्ट करा.

२. आगामी ई-शासन उपक्रम या शब्दाचे स्पष्टीकरण करा.

३. ई -कॉमर्स निर्यात या शब्दाचे स्पष्टीकरण करा.

४. MEIS (एम ई आय एस) वर एक टीप लिहा.

५. SEIS (एस ई आय एस) वर टीप लिहा.

(२) दीर्घोत्तरे:

१. परकीय व्यापार धोरण (FTP - एफ टी पी) व्यवसायात कसे कार्य करते?

२. परकीय व्यापार धोरण (FTP - एफ टी पी) २०१५-२०२० स्पष्ट करा.

३. FTP (एफ टी पी) चे ठळक मुद्दे आणि परिणाम.

४. EOU (ई ओ यू) /EHTP (ई एच टी पी) /STPI (एस टी पी आय) /BTP (बी टी पी) योजना स्पष्ट करा.

५. तुम्हाला कार्यपद्धती /प्रक्रिया सरलीकरण, डिजिटलीकरण आणि ई-शासन बद्दल काय माहिती आहे?

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. FTP (एफ टी पी) हे ……………….. चे संक्षिप्त रूप आहे.

(अ) फिल ट्रान्सफर प्रोटोकॉल,

(ब) फॉर्मल ट्रान्सफर प्रोटोकॉल,

(क) फॉरेन ट्रेड पॉलिसी,

(ड) फॅक्टर ट्रान्सफर प्रोटोकॉल

२. .... भारत सरकारच्या वाणिज्य आणि उद्योग राज्यमंत्र्यांनी परकीय व्यापार धोरणाचे अनावरण केले.

(अ) हरदीप सिंग पुरी,

(ब) अनुराग सिंग ठाकूर,

(क) सुश्री निर्मला सीतारामन,

(ड) अश्विनी वैष्णव

३. MEIS (एम ई आय एस) म्हणजे ....

(अ) 'भारतातून व्यापारी मालाची निर्यात योजना',

(ब) भारतातून स्मरणपत्र निर्यात योजना,

(क) भारतातून व्यापारी निर्यात योजना,

(ड) भारतातून बाजार निर्यात योजना

४. FTP (एफ टी पी) २०१५-२० विनिर्दिष्ट बाजारपेठेत निर्दिष्ट वस्तू निर्यात करण्यासाठी.............. नवीन योजना सादर करते.

(अ) STPI (एस टी पी आय),

(ब) SEIS (एस ई आय एस),

(क) EPCG (ई पी सी जी),

(ड) MEIS (एम ई आय एस)

५. EODC (ई ओ डी सी) म्हणजे ....

(अ) निर्यात ऑब्लिगेशन डिस्चार्ज सर्टिफिकेट ऑनलाइन जारी करणे,

(ब) निर्यात बंधन निर्णय प्रमाणपत्र ऑनलाइन जारी करणे,

(क) निर्यात बंधन विभागाचे प्रमाणपत्र ऑनलाइन जारी करणे,

(ड) निर्यात बंधन डिमॅट प्रमाणपत्र ऑनलाइन जारी करणे

उत्तरे: १-क, २-क, ३-अ, ४-ड, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. भारत एक महत्त्वपूर्ण .... व्यापार भागीदार बनण्याची आकांक्षा बाळगतो.

२. ……….. सरकारने आपले पहिले परकीय व्यापार धोरण जाहीर केले आहे.

३. ....खालील प्रोत्साहन/सूट दर कमावलेल्या निव्वळ परकीय चलनाच्या रकमेद्वारे निर्धारित केले जाईल.

४. ……………….. अर्ज आणि निर्दिष्ट दस्तऐवज यापुढे विभागीय अधिकाऱ्याला (RA) सादर करण्याची आवश्यकता राहणार नाही.

५. ……………….. उत्पादने, पुस्तके/नियतकालिक, चामड्याची पादत्राणे, खेळणी आणि प्रति खेप रु. २५,००० पर्यंत जहाज खर्चमुक्त (FOB – एफ ओ बी) मूल्य असलेले सानुकूलित फॅशन कपडे FTP (एफ टी पी) लाभांसाठी पात्र आहेत.

उत्तरे:

१- जागतिक,

२- मोदी,

३- SEIS (एस ई आय एस),

४- हार्डकॉपीज,

५- हातमाग

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. भारतातील सेवा योजना (SFIS – एस एफ आय एस) ची जागा दिल्ली योजनेच्या सेवा निर्यातीने घेतली आहे.

२. परकीय व्यापार महासंचनालय (DGFT – डी जी एफ टी) निर्यातदार/आयातदारांना FTP (एफ टी पी) द्वारे ऑनलाइन विविध अर्ज दाखल करण्याची परवानगी देते.

३. निर्यातक/आयातदार प्रोफाइलमध्ये कागदपत्रे अपलोड करण्याची सुविधा निर्माण केलेली नाही.

४. TED (टी ई डी) रिफंड अर्ज ऑनलाइन सबमिशन करण्यासाठी एक नवीन ANF (ए एन एफ) तयार करण्यात आला आहे.

५. पॅन EODC (ई ओ डी सी) सह संदेशाची देवाणघेवाण करते.

उत्तरे:

बरोबर: २ आणि ४

चूक : १,३ आणि ५

७.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

८

भारताचे परकीय व्यापार धोरण - २

प्रकरण संरचना

८.० उद्दिष्टे

८.१ प्रस्तावना

८.२ परकीय व्यापार महासंचालनालयाची भूमिका

८.३ निर्यातीची नकारात्मक यादी

८.४ मानली गेलेली (समजण्यात आलेली) / संभाव्य निर्यात

८.५ सारांश

८.६ स्वाध्याय

८.७ संदर्भ

८.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- परकीय व्यापार महासंचालनालयाची (DGFT – डी जी एफ टी) भूमिका समजून घेणे.
- निर्यातीच्या नकारात्मक यादीची चर्चा करणे
- संभाव्य निर्यात समजून घेणे.

८.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत स्पर्धा करण्याची क्षमता वाढवण्यासाठी सरकार भारतीय निर्यातदारांना आर्थिक मदत पुरवते. भारतीय निर्यातदारांना वाजवी दरात उच्च दर्जाचा माल तयार करता आला तर ते टिकून राहू शकतील. देशांतर्गत बाजारपेठेतील जवळपास सर्वच वस्तूंवर प्रचंड कर आकारला जातो. आपण माल निर्यात करु शकतो, पण आपले कर नाही. त्यांच्या किमती स्पर्धात्मक ठेवण्यासाठी, निर्यातदारांना विविध प्रकारचे प्रोत्साहन आणि सवलतींची आवश्यकता असते.

८.२ परकीय व्यापार महासंचालनालयाची भूमिका [ROLE OF DIRECTTORATE GENERAL OF FOREIGN TRADE (DGFT)]

या परकीय व्यापार संचालनालयाचे नेतृत्व परकीय व्यापार महासंचालक करतात आणि निर्यातीला चालना देण्यासाठी सरकारने वेळोवेळी जाहीर केलेले परकीय व्यापार धोरण (FTI) पार पाडण्याची त्यांची जबाबदारी असते. या संस्थेच्या संचालनालयावर इतर

गोष्टींबरोबरच परवाने जारी करणे आणि निर्यात दायित्वांच्या देखरेखीशी संबंधित कामाची जबाबदारी देखील असते.

संचालनालयाचे मुख्यालय नवी दिल्ली येथे आहे. याशिवाय, संचालनालयाची ३१ क्षेत्रीय माहिती कार्यालये आहेत.

DGFT च्या जबाबदाऱ्या खालीलप्रमाणे आहेत:

१. परकीय व्यापार धोरणाची अंमलबजावणी (Foreign trade policy implementation):

भारताचे परकीय व्यापार धोरण पार पाडण्याची जबाबदारी DGFT कडे असते. देशभरात असलेल्या ३२ प्रादेशिक कार्यालयांच्या जाल प्रणालीद्वारे विविध योजना आणि मार्गदर्शक तत्त्वे सादर करून FTP (एफ टी पी) लागू केली जाते.

२. आयातदार-निर्यातदार सांकेतिक क्रमांक देणे (IEC number assignment):

DFGT भारतीय निर्यातदार आणि आयातदारांना आयातकर्ता-निर्यातकर्ता कोड क्रमांक नियुक्त करते. हा नोंदणी क्रमांक आहे जो भारतीय पक्षांना आंतरराष्ट्रीय व्यापार करण्याची परवानगी देतो. IEC क्रमांक DGFT प्रादेशिक कार्यालयांद्वारे जारी केला जातो.

३. वस्तूंच्या वाहतुकीचे नियमन करते (Regulates transit of goods):

भारत आणि इतर देशांमधील द्विपक्षीय करारांनुसार, DGFT भारतातून किंवा भारताला लागून असलेल्या देशांमधून मालाच्या वाहतुकीस परवानगी किंवा नियमन करते.

४. निर्यात संबंधित समस्यांचे निराकरण (Resolving of export related problems):

निर्यातदारांच्या समस्या आणि तक्रारी DGFT किंवा त्याच्या प्रादेशिक कार्यालयांद्वारे सोडवल्या जातात. हे सर्व व्यापार आणि निर्यात समस्यांचे निराकरण करण्यासाठी इतर विभागांसह कार्य करते. धोरण आणि कार्यपद्धतींसंबंधीच्या खऱ्या व्यापार आणि उद्योगाच्या तक्रारींचे त्वरित निराकरण करण्यासाठी प्रादेशिक परवाना कार्यालयांमध्ये तक्रार समित्यांची स्थापना करण्यात आली आहे.

५. व्यापार आणि उद्योग यांच्याशी सुसंवाद (Interaction with trade and industry):

त्याच्या वेबसाइटवर, DGFT ने व्यापार आणि उद्योगांशी संवाद साधण्यासाठी गप्पांची खिडकी (Chat Window) उघडली आहे. ही परकीय व्यापार धोरण आणि कार्यपद्धतींबद्दलच्या प्रश्नांना उत्तरे देते. प्रत्येक महिन्याच्या दुसऱ्या बुधवारी, गप्पांची खिडकी दुपारी ३ ते ५ या वेळेत उघडी असते.

६. इतर कार्यालयांशी समन्वय (Co-ordination with other offices):

DGFT सीमाशुल्क, केंद्रीय उत्पादन शुल्क, अंमलबजावणी संचालनालय आणि इतर संबंधित आर्थिक कार्यालयांशी मिळून-मिसळून काम करते.

७. प्रकाशने (Publications):

DGFT कडे परकीय व्यापार धोरण आणि कार्यपद्धती, तसेच निर्यात-आयात वस्तूंच्या वर्गीकरणाच्या ITC (HS) प्रकाशनाची जबाबदारी आहे.

८. व्यापार सुलभ करणारा (Trade facilitator):

हे परकीय खरेदीदारांच्या गुणवत्तेच्या तक्रारी हाताळते. DGFT च्या व्यापार सुलभीकरणामुळे आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत भारतीय निर्यातीला चालना मिळते.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) खालील विधान चूक की बरोबर ते सांगा:

१. भारतीय निर्यातदारांना उच्च दरात उच्च दर्जाचा माल तयार करता आला तर ते टिकून राहू शकतील.

२. भारताचे परकीय व्यापार धोरण पार पाडण्याची जबाबदारी DGFT (डी जी एफ टी) कडे असते.

३. IEC (आय ई सी) क्रमांक DGFT (डी जी एफ टी) मुख्य कार्यालयांद्वारे जारी केला जातो.

४. DGFT (डी जी एफ टी) ने व्यापार आणि उद्योगांशी संवाद साधण्यासाठी त्याच्या वेबसाइटवर गप्पांची खिडकी (Chat Window) उघडली आहे.

५. DGFT (डी जी एफ टी) च्या व्यापार सुलभीकरणामुळे स्वदेशी बाजारपेठेत भारतीय निर्यातीला चालना मिळते.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. सरकार भारतीय निर्यातदारांना त्यांच्या किमती स्पर्धात्मक ठेवण्यासाठी कशा प्रकारे सहाय्य करते?

२. DGFT (डी जी एफ टी) परकीय व्यापार धोरणाची अंमलबजावणी कशाप्रकारे करते?

३. निर्यात संबंधित समस्यांचे निराकरण DGFT (डी जी एफ टी) मार्फत कसे केले जाते?

४. व्यापार आणि उद्योग यांच्याशी सुसंवाद साधण्यासाठी DGFT (डी जी एफ टी) ने काय केले आहे?

५. DGFT (डी जी एफ टी) इतर कोणत्या कार्यालयांशी समन्वय राखून काम करते?

८.३ निर्यातीची नकारात्मक यादी (NEGATIVE LIST OF EXPORTS)

निर्यातीच्या नकारात्मक सूचीमध्ये निर्यात वस्तूंचा समावेश होतो ज्या एकतर प्रतिबंधित आहेत किंवा मुक्तपणे निर्यात केल्या जाऊ शकत नाहीत. निर्यातीच्या नकारात्मक यादीतील हे घटक आहेत.

१. निर्यात प्रतिबंधित वस्तू

२. निर्यात मर्यादित वस्तू

३. प्रणालीत संस्थेद्वारे निर्यात वस्तू

१. निर्यात प्रतिबंधित वस्तू (Prohibited Items):

प्रतिबंधित वस्तूंची निर्यात करणे बेकायदेशीर आहे. १ जानेवारी १९९६ पर्यंत, निषिद्ध वस्तूंच्या सर्वात अलीकडील यादीमध्ये दहा वस्तूंचा समावेश होता. आपण त्यांचे पालन करत आहोत.

(१) वन्य प्राण्यांचे सर्व प्रकार

(२) परकीय पक्षी

(३) सर्व प्रकारच्या वनस्पती

(४) मानवी निवड

(५) कोणत्याही प्रकारच्या प्राण्यांची चरबी

(६) कोणत्याही प्रकाराने काढलेले प्राण्यांचे मेद

(७) कोणत्याही प्रकारचे प्राण्याचे तेल

(८) रसायने

(९) चंदनाच्या लाकडाच्या वस्तू

(१०) लाल चंदन किंवा इतर कोणत्याही स्वरूपातील लाकूड

२. निर्यात मर्यादित वस्तू (Restricted Products):

निर्यात मर्यादित वस्तू केवळ DGFT कडून विशेष परवान्याने निर्यात केल्या जाऊ शकतात. सध्या ३१ वस्तू आहेत. निर्यात मर्यादित वस्तूंची काही उदाहरणे खालीलप्रमाणे आहेत.

(१) ३इंच पेक्षा कमी आकाराच्या समुद्री काकड्या

(२) गाई - गुरे

(३) उंट

(४) रासायनिक खते आणि सूक्ष्म पोषक खते

(५) पवित्र कुराणचे उतारे किंवा श्लोकांच्या छापांसह वस्त्र/ कापडी वस्तू

(६) तेल काढल्या नंतरचे भुईमूगाचे पेंड

(७) ३०० ग्रॅमपेक्षा कमी वजनाचे ताजे आणि गोठलेले चंदेरी पापलेट

(८) कोकरू फर (अंगावरील लाव) त्वचा वगळून इतर पाळीव प्राण्यांचे फर

(९) गहू आणि तांदूळ यांच्या लोंब्यांसकट चारा

(१०) धोरणामध्ये नमूद केल्याप्रमाणे कमवण्याजोगी कातडी आणि त्वचा

३. प्रणालीत संस्थेद्वारे निर्यात वस्तू (Restricted Goods Canalised Items):

या सूचीमध्ये अशा वस्तूंचा समावेश आहे ज्यांची केवळ नियुक्त प्रणालीत संस्थेद्वारे निर्यात केली जाऊ शकते. सध्या पाच वस्तूंचा अंतर्भाव करण्यात आलं आहे. ते खाली सूचीबद्ध आहेत.

वस्तू	प्रणालीत संस्था
अ) पेट्रोलियम उत्पादने	इंडियन ऑइल कॉर्पोरेशन लि. (Indian oil corporation ltd.)
ब) कांदोळ गोंद / डिंक	भारतीय जनजातीय सहकारी विपणन विकास परिसंघ [The Indian tribal co-operative marketing federation ltd (TRIFED)]
क) निष्फळ आणि टाकाऊ अभ्रक	खनिज आणि धातू विपणन महामंडळ (MMTC) आणि MITCO
ड) खनिजे आणि घन कचरा	IREL (Indian Rare Earths Ltd.), Kerala Minerals & Metals Ltd. आणि MOIL
इ) रामतीळ / काळे बियाणे / कलोंजी	NAFED,TRIFED आणि इतर २

८.४ मानली गेलेली (समजण्यात आलेली)/ संभाव्य निर्यात (DEEMED EXPORTS)

प्रत्यक्ष निर्यात ही संभाव्य निर्यात मानली जात नाही. ह्याचा अर्थ भारत सरकारने स्पष्ट केल्यानुसार वस्तूंचा देशांतर्गत व्यवहार. दुसऱ्या शब्दांत, पुरवठा केलेला माल देशाबाहेर जात नाही आणि अशा वस्तूंची देयके वस्तू प्राप्तकर्त्याद्वारे भारतात केली जातात. EXIM धोरणांतर्गत, काही सुविधा आणि फायद्यांसाठी संभाव्य निर्यात ही निर्यात मानली जाते.

संभाव्य निर्यात हे असे व्यवहार आहेत ज्यामध्ये पुरवठा केलेला माल देशाबाहेर जात नाही आणि अशा वस्तूंची देयके वस्तू प्राप्तकर्त्याद्वारे भारतीय रुपयात केली जातात. मागणी निर्यात ही प्रत्यक्ष निर्यातीसारखी नसते.

अ) करमुक्त परवान्याच्या बदल्यात कर सवलत योजनेअंतर्गत वस्तूंचा पुरवठा.

ब) निर्यात प्रक्रिया क्षेत्र (EPZ), इलेकट्रोनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP), सॉफ्टवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (STP) किंवा १००% निर्यातीभिमुख संस्था(EOU) मध्ये असलेल्या युनिट्सना वस्तूंचा पुरवठा.

क) EPCG योजनेअंतर्गत परवानाधारकांसाठी भांडवली वस्तूंची तरतूद.

ड) वित्त मंत्रालयाने वीज, तेल आणि वायू क्षेत्रांना पुरवल्या जाणाऱ्या वस्तूंवर शुल्क मंजूर केले आहे.

इ) वित्त मंत्रालयाने मंजूर केलेल्या कोणत्याही प्रकल्पाला वस्तूंचा पुरवठा जो शून्य सीमा शुल्कात अशा वस्तूंच्या आयातीला परवानगी देतो.

फ) जर पुरवठा आंतरराष्ट्रीय स्पर्धात्मक बोली प्रक्रियेद्वारे केला गेला असेल तर खत संयंत्रांना पुरविलेल्या सुट्या वस्तूंचा आणि सुट्या भागांचा पुरवठा.

ग) आर्थिक व्यवहार विभाग, वित्त मंत्रालय, आंतरराष्ट्रीय स्पर्धात्मक बोलीद्वारे घोषित केल्यानुसार, बहुपक्षीय किंवा द्विपक्षीय एजन्सी किंवा निधीद्वारे अर्थसहाय्यित प्रकल्पांना वस्तूंचा पुरवठा.

८.४.१ संभाव्य निर्यातदारांना लाभ (BENEFITS TO DEEMED EXPORTERS):

- पुरवठादार जहाज खर्चमुक्त (FOB) मूल्याच्या ६% दराने विशेष आयात परवान्याचा दावा करू शकतो.
- पुरवठादार कर परताव्यासाठी पात्र आहे.
- पुरवठादार "अंतिम" उत्पादनांच्या उत्पादनात वापरल्या जाणाऱ्या कच्च्या मालावर भरलेल्या परतावा किंवा उत्पादन शुल्काचा हक्कदार आहे.
- पुरवठादार विशेष आयात परवाना / आगाऊ मध्यवर्ती परवान्यासाठी अर्ज करू शकतो.

- पुरवठादारास निर्दिष्ट उत्पादन सामग्री शुल्क मुक्त आयात करण्याची परवानगी आहे. संभाव्य निर्यात फायद्यांचा दावा करण्यासाठी, पुरवठादाराने बँकांद्वारे प्राप्त झालेल्या निर्यात उत्पन्नाचा कागदोपत्री पुरावा प्रदान करणे आवश्यक आहे.
- संभाव्य निर्यातीचा फायदा भांडवली वस्तूंसाठी आणि नवव्या योजनेच्या कालावधीत पूर्ण झालेल्या खत संयंत्रांना पुरविलेल्या सुट्या वस्तूंसाठी देखील उपलब्ध आहे.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. निर्यातीच्या नकारात्मक सूचीमध्ये निर्यात वस्तूंचा समावेश होतो ज्या एकतर --------- आहेत.

२. प्रतिबंधित वस्तूंची निर्यात करणे --------- आहे.

३. निर्यात मर्यादित वस्तू केवळ ------- कडून विशेष परवान्याने निर्यात केल्या जाऊ शकतात.

४. संभाव्य निर्यात हे असे व्यवहार आहेत ज्यामध्ये ------- केलेला माल देशाबाहेर जात नाही.

५. पुरवठादार ----- परताव्यासाठी पात्र आहे.

ब) योग्य जोड्या जुळवा:

अ		ब	
१.	निर्यात प्रतिबंधित वस्तू	अ	गहू आणि तांदूळ यांच्या लोंब्यांसकट चारा
२.	संभाव्य निर्यात	ब	NAFED (एन ए एफ ई डी), TRIFED (टी आर आय एफ ई डी) आणि इतर २
३.	निर्यात मर्यादित वस्तू	क	EPCG (ई पी सी जी) योजनेअंतर्गत परवानाधारकांसाठी भांडवली वस्तूंची तरतूद
४.	रामतीळ / काळे बियाणे / कलोंजी	ड	चंदनाच्या लाकडाच्या वस्तू
५.	प्रणालीत संस्थेद्वारे निर्यात वस्तू	इ	निष्फळ आणि टाकाऊ अभ्रक

८.५ सारांश (SUMMARY)

- भारताचे परकीय व्यापार धोरण पार पाडण्याची जबाबदारी DGFT कडे असते.
- DFGT भारतीय निर्यातदार आणि आयातदारांना आयातक-निर्यातकर्ता कोड क्रमांक नियुक्त करते.
- निर्यातदारांच्या समस्या आणि तक्रारी DGFT किंवा त्याच्या प्रादेशिक कार्यालयांद्वारे सोडवल्या जातात.
- निर्यातीच्या नकारात्मक सूचीमध्ये निर्यात वस्तूंचा समावेश होतो ज्या एकतर प्रतिबंधित आहेत किंवा मुक्तपणे निर्यात केल्या जाऊ शकत नाहीत.

८.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. DGFT (डी जी एफ टी) स्पष्ट करा.

२. निर्यात मर्यादित वस्तूंची काही उदाहरणे द्या.

३. प्रतिबंधित वस्तूंची उदाहरणे लिहा.

४. संभाव्य निर्यात थोडक्यात स्पष्ट करा.

५. प्रणालीत संस्थेद्वारे निर्यात वस्तू स्पष्ट करा.

(२) दीर्घोत्तरे:

१. DGFT (डी जी एफ टी) च्या जबाबदाऱ्या काय आहेत?

२. निर्यातीची नकारात्मक यादी स्पष्ट करा.

३. संभाव्य निर्यातदारांना कोणते फायदे आहेत?

४. संभाव्य निर्यात थोडक्यात लिहा .

५. निर्यातीच्या नकारात्मक आणि सकारात्मक बाजूंमधील फरक स्पष्ट करा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. भारताच्या परकीय व्यापार धोरणाची अंमलबजावणी करण्यासाठी ………………

(अ) DGTF (डी जी टी एफ), (ब) DHFT (डी एच एफ टी),

(क) DEFT (डी ई एफ टी), (ड) DGFT (डी जी एफ टी)

२. DGFT (डी जी एफ टी) ने व्यापार आणि ....यांच्याशी संवाद साधण्यासाठी गप्पांची खिडकी (Chat Window) उघडली आहे.

(अ) उद्योग, (ब) सरकार,

(क) विद्यार्थी, (ड) व्यवसाय

३. ....निर्यात ही निर्यात मानली जात नाही.

(अ) पारंपारिक, (ब) प्रत्यक्ष,

(क) ऑनलाइन, (ड) परकीय

४. .... योजनेअंतर्गत परवानाधारकांना भांडवली वस्तूंची तरतूद केलेली आहे.

(अ) EXIM (एक्झिम), (ब) EPCG (ई पी सी जी),

(क) IEC (आय ई सी), (ड) DGFT (डी जी एफ टी)

५. FTP (एफ टी पी) .... प्रादेशिक कार्यालयांच्या जालक प्रणालीद्वारे विविध योजना आणि मार्गदर्शक तत्त्वे सादर करून चालते.

(अ) ३२, (ब) ३०,

(क) ३३, (ड) ३१

उत्तरे: १-ड, २-अ, ३-ब, ४-ब, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. जानेवारी..............पर्यंत निषिद्ध वस्तूंच्या सर्वात अलीकडील यादीमध्ये दहा वस्तूंचा समावेश होता.

२. .... सूचीमध्ये अशा वस्तूंचा समावेश आहे ज्यांची केवळ नियुक्त प्रणालीत संस्थेद्वारे निर्यात केली जाऊ शकते.

३. .... धोरणा अंतर्गत, संभाव्य निर्यात ही निर्यात मानली जातात.

४. पुरवठादार जहाज खर्चमुक्त (FOB – एफ ओ बी) मूल्याच्या .... दराने विशेष आयात परवान्याचा दावा करू शकतो.

५. .... कर सवलतीसाठी पात्र आहे.

उत्तरे:

१- १, १९९६,

२- प्रणालीत,

३- EXIM (एक्झिम),

४- ६%,

५- पुरवठादार

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. मागणी निर्यात ही प्रत्यक्ष निर्यातीसारखीच असते.

२. शुल्क सवलत योजनेअंतर्गत शुल्कमुक्त परवान्याच्या बदल्यात वस्तूंचा पुरवठा केला जातो.

३. पुरवठादार कर सवलतीसाठी पात्र आहे

४. संचालनालयाचे मुख्यालय जुनी दिल्ली येथे आहे.

५. IEC (आय ई सी) क्रमांक DGFT (डी जी एफ टी) प्रादेशिक कार्यालयांद्वारे जारी केला जातो.

उत्तरे:

बरोबर: २,३ आणि ५

चूक : १ आणि ४

८.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.

- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

९

भारताचे परकीय व्यापार धोरण - ३

प्रकरण संरचना

९.० उद्दिष्टे

९.१ प्रस्तावना

९.२ पात्रताधारक आणि उत्कृष्ट शहरांना मिळणारे लाभ

९.३ इलेक्ट्रॉनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP), जैव तंत्रज्ञान उद्यान (BTP) आणि सॉफ्टवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (STP) साठी समान फायदे

९.४ एकात्मिक औद्योगिक क्षेत्र (IIAs), विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ), निर्यातीभिमुख संस्था (EOU), कृषी निर्यात क्षेत्र (AEZ) द्वारे उपभोगले जाणारे फायदे

९.५ सारांश

९.६ स्वाध्याय

९.७ संदर्भ

९.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- व्यावसायिक पात्रताधारक आणि उत्कृष्ट शहरांना होणारे फायदे समजून घेणे
- EHTP (ई एच टी पी), BTP (बी टी पी) आणि STP (एस टी पी) साठी समान फायदे स्पष्ट करणे
- एकात्मिक औद्योगिक क्षेत्र (IIAs – आय आय ए), SEZ (एस ई झेड), EOU (ई ओ यू), AEZ (ए ई झेड) द्वारे उपभोगलेल्या फायद्यांचे विश्लेषण करणे

९.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

निर्यातीभिमुख संस्था (EOU - Export Oriented Unit) योजना / इलेक्ट्रॉनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP - Electronic Hardware Technology Park) योजना / सॉफ्टवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (STP - Software Technology Park) योजना किंवा जैव तंत्रज्ञान उद्यान (BTP - Bio-Technology Park) योजना या योजनांतर्गत (स्थानिक कर क्षेत्रामधील (DTA - Domestic Tariff Area) अनुज्ञेय विक्री वगळता) त्यांच्या वस्तू आणि सेवांचे संपूर्ण उत्पादन निर्यात करण्यासाठी वचनबद्ध असलेल्या १००% निर्यातीभिमुख संस्था वस्तूंचे उत्पादन, दुरुस्ती, पुनर्निर्मिती, पूर्वप्रायकरण, पुनर्रचना आणि सेवा देणे अशा गोष्टींसाठी उभारल्या जाऊ शकतात. तथापि, व्यापारी युनिट्स या योजनांमध्ये समाविष्ट नाहीत.

ITC (HS) (भारतीय टॅरीफ कोड - Indian Tariff Code; सुसंवाद प्रणाली – Harmonised System) द्वारे प्रतिबंधित वस्तू वगळता, एखादी EOU/EHTP/STP/BTP संस्था सर्व प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा निर्यात करू शकते. विशेष रसायने, जीव, साहित्य, उपकरणे आणि तंत्रज्ञान (SCOMET - Special Chemicals, Organisms, Materials, Equipment, and Technologies) ची निर्यात ITC (HS) अटींच्या पूर्ततेच्या अधीन रोहून होते.

जर त्या ITC (HS) प्रमाणे प्रतिबंधित आयात वस्तू नसतील तर, EOU/EHTP/STP/BTP संस्थेच्या प्रक्रियांसाठी आवश्यक असलेल्या भांडवली वस्तूंसह सर्व प्रकारच्या वस्तू, DTA किंवा भारतात आयोजित केलेल्या DTA/आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शनात बंधपत्रित गोदामांमधून आयात आणि/किंवा शुल्कमुक्त खरेदी केल्या जाऊ शकतात. इतर कोणत्याही कायद्यानुसार आयातीसाठी आवश्यक असलेली कोणतीही परवानगी या साठी लागू होईल. अशा संस्थाना भांडवली वस्तूंसह इतर वस्तू मोफत किंवा पक्षकाराकडून कर्ज/भाडेपट्टीवर आयात करण्याची परवानगी दिली पाहिजे. भांडवली वस्तू स्व-प्रमाणन आधारावर आयात केल्या जातील.

९.२ पात्रताधारक आणि उत्कृष्ट शहरांना मिळणारे लाभ (BENEFITS TO STATUS HOLDERS AND TOWNS OF EXCELLENCE)

सरकारने निर्यात गृह (EH)/ व्यापारी गृह (TH)/ पात्रताधारक व्यापारी गृह (STH)/ तारांकित व्यापारी गृह (SSTH) साठी खालील फायदे उपलब्ध करून दिले आहेत.

१. विशेष परवानग्या (Special Permits):

EXIM धोरण २००२-०७ नुसार, पात्रताधारक स्व-घोषणा आधारावर आयात आणि निर्यात दोन्हीसाठी परवाना/प्रमाणपत्र/परवानगी आणि सीमाशुल्क मंजुरीसाठी पात्र आहेत.

२. परकीय चलन नियमांमध्ये शिथिलता (Relaxation of Foreign Exchange Norms):

या व्यावसायिक पात्रताधारकांना कमावलेल्या परकीय चलनापैकी १००% एक्सचेंज कमाई करणाऱ्याच्या परकीय चलन खात्यात ठेवण्याची परवानगी आहे. रिझर्व्ह बँकेची पूर्वपरवानगी न घेता ते परकीय कार्यालये उघडू शकतात किंवा परकीय प्रतिनिधींची नियुक्ती करू शकतात, जोपर्यंत अशा कार्यालयांचा किंवा प्रतिनिधींचा खर्च त्यांच्या परकीय चलन खात्यातून दिला जातो.

३. करमुक्त हक्क (Duty Free Entitlement):

व्यावसायिक पात्रताधारक जर खालील निकष पूर्ण करत असतील तर ते शुल्क मुक्त प्रवेशासाठी पात्र आहेत.

अ) निर्यातीच्या जहाज खर्चमुक्त (FOB) मूल्यामध्ये वाढीव वाढ २५% पेक्षा जास्त असल्यास ती निर्यातीतील वाढीव वाढीच्या १०% असेल.

फ) तथापि, किमान निर्यात उलाढाल रु. २५ कोटींची असणे गरजेचे आहे. हा शुल्क मुक्त भत्ता भांडवली वस्तू, कार्यालयीन उपकरणे आणि इतर वस्तू आयात करण्यासाठी वापरला जाऊ शकतो.

४. बाजार विकास सहाय्य [Market Development Assistance (MDA)]:

पात्रता धारक त्यांना निर्यात बाजार विकसित करण्यात मदत करण्यासाठी MDA योजनेअंतर्गत आर्थिक सहाय्यासाठी अर्ज करू शकतात. वैयक्तिक प्रकरणावर अवलंबून, ही मदत वास्तविक खर्चाच्या २५% ते ६०% पर्यंत असू शकते.

५. संकलन कालावधीत विश्रांती (Relaxation in Collection Period):

खरेदीदारांकडून निर्यातीचे पैसे वसूल करण्यासाठी RBI चा मानक कालावधी १८० दिवसांचा आहे. तथापि, पात्रता धारकांसाठी, तो १८० वरून ३६० दिवसांपर्यंत वाढवला आहे.

६. अनिवार्य वाटाघाटीतून सूट (Exemption of Compulsory Negotiations):

व्यावसायिक पात्रताधारकांना बँकांशी दस्तऐवज वाटाघाटी करण्याच्या आवश्यकतेपासून सूट आहे. दुसऱ्या शब्दांत, ते थेट ग्राहकांना कागदपत्रे पाठवू शकतात. तथापि, भरणा मात्र फक्त बँकांमार्फतच मिळत राहील.

७. निकषांचे प्राधान्य निश्चित करणे (Priority Fixation of Norms):

प्राधान्याच्या आधारे अदान प्रदान मानदंड निश्चित केल्याचा पात्रता धारकांना फायदा होतो.

८. व्यापार प्रतिनिधी मंडळे (Trade Delegations):

परकीय देशांना भेट देण्यासाठी व्यापारी शिष्टमंडळाच्या सदस्यांची निवड करताना, सरकार पात्रताधारकांच्या प्रतिनिधींना प्राधान्य देते.

९. निर्णय प्रक्रियेत सहभाग (Participation in decision-making):

परकीय व्यापार धोरणे विकसित करताना सरकार या संघटनांचे विचार विचारात घेते. तारांकित व्यापारी गृहांना (SSTHs), विशेषतः, प्रधान (मुख्य) सरकारी सल्लागार संस्थांमध्ये सदस्यत्व देऊ केले जाते.

१०. प्रशिक्षणाचा फायदा (Benefit of Training):

भारतात आणि परदेशात आयोजित प्रशिक्षण कार्यक्रमांसाठी सहभागींच्या निवडीमध्ये पात्रताधारकांना प्राधान्य दिले जाते. भारत सरकार अशा सहभागाचे प्रायोजकत्व करते आहे.

११. सुवर्ण दर्जा प्रमाणपत्र (Golden Status Certificate):

ज्या निर्यातदारांनी तीन किंवा त्याहून अधिक कालावधीसाठी EH/TH/STH/SSTH पात्रता धारण केली आहे आणि ते निर्यात करत आहेत, ते सुवर्ण दर्जा प्रमाणपत्रासाठी पात्र आहेत, जे या संदर्भात वेळोवेळी जारी केलेल्या मार्गदर्शक तत्त्वांनुसार, त्यांच्या नंतरच्या कामगिरीकडे दुर्लक्ष करून त्यांना पात्रता प्रमाणपत्राच्या फायद्यांसाठी पात्र ठरवते.

१२. निर्यात पूर्व तपासणीतून सूट (Exemption from Pre-shipment inspection):

अशा पात्रता धारकांना निर्यात पूर्व तपासणीसाठी १९६३ च्या निर्यात कायद्यातून सूट देण्यात आली आहे.

१३. कायदेशीर वचन (Legal Undertakings):

व्यावसायिक पात्रताधारकांना EXIM धोरणामध्ये नमूद केलेल्या विविध योजनांतर्गत त्यांच्या आयात मालासाठी सीमाशुल्क मंजुरीच्या वेळी बँक हमीऐवजी कायदेशीर वचन सादर करण्याची परवानगी आहे.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) खालील विधान चूक की बरोबर ते सांगा:

१. EOU (ई ओ यु) /EHTP (ई एच टी पी) / STP (एस टी पी) / BTP (बी टी पी) या योजनांमध्ये व्यापारी युनिट्स समाविष्ट नाहीत.

२. खरेदीदारांकडून निर्यातीचे पैसे वसूल करण्यासाठी RBI (आर बी आय) चा मानक कालावधी २५० दिवसांचा आहे.

३. व्यावसायिक पात्रताधारकांना बँकांशी दस्तऐवज वाटाघाटी करण्याच्या आवश्यकतेपासून सूट आहे.

ब) टीपा लिहा:

१. करमुक्त हक्क

२. व्यापार प्रतिनिधी मंडळे

३. सुवर्ण दर्जा प्रमाणपत्र

क) योग्य जोड्या जुळवा:

	अ		ब
१.	परकीय चलन नियमांमध्ये शिथिलता	अ	१९६३ च्या निर्यात कायद्यातून
२.	बाजार विकास सहाय्य	ब	रिझर्व्ह बँकेची पूर्वपरवानगी न घेता ते परकीय कार्यालये उघडू शकतात

३.	निर्यात पूर्व तपासणीतून सूट	क	व्यावसायिक पात्रताधारकांना EXIM (एक्झिम) धोरणामध्ये नमूद केलेल्या विविध योजनांतर्गत त्यांच्या आयात मालासाठी सीमाशुल्क मंजुरीच्या वेळी बँक हमीऐवजी
४.	कायदेशीर वचन	ड	MDA (एम डी ए) योजनेअंतर्गत आर्थिक सहाय्य

९.३ इलेकट्रोनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP), जैव तंत्रज्ञान उद्यान (BTP) आणि सॉफ्टवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (STP) साठी समान फायदे (COMMON BENEFITS FOR EHTP, BTP AND STP)

सॉफ्टवेअर, माहिती भरणा आणि रूपांतरण, माहिती प्रक्रिया, माहिती विश्लेषण आणि नियंत्रण, माहिती व्यवस्थापन किंवा निर्यातीसाठी कॉल सेंटर सेवा विकसित करण्याच्या उद्देशाने STP योजनेअंतर्गत सॉफ्टवेअर विकास विभागाची स्थापना केली जाऊ शकते. इलेकट्रोनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP) योजनेंतर्गत, निर्यातीसाठी एकात्मिक इलेक्ट्रॉनिक हार्डवेअर आणि सॉफ्टवेअरचे उत्पादन आणि विकास करण्याच्या उद्देशाने एखादा विभाग स्थापित केला जाऊ शकतो. STP, EHTP आणि BTP योजनांसाठी धोरणात्मक तरतुदी मुख्यत्वे सामान्य EOU योजनेसारख्याच आहेत. अशा प्रकारे, वस्तूंची आयातक्षमता, स्थानिक कर क्षेत्रामधील (DTA) विक्री, नमुना मंजुरी, उप-करार, आंतर-विभाग हस्तांतरण, दुरुस्ती, पूर्वप्रायकरण आणि पुनर्रचना, अप्रयुक्त सामग्रीची विक्री इत्यादींबाबत परकीय व्यापार धोरणातील तरतुदी ह्या STP/EHTP/BTP युनिट्स तसेच सामान्य EOU साठी कमी-अधिक प्रमाणात समान आहेत.

तथापि, सॉफ्टवेअर/हार्डवेअर विकास क्षेत्राच्या अनन्य आवश्यकतांमुळे, STP/ इलेकट्रोनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP) युनिट्ससाठी काही विशिष्ट तरतुदी परकीय व्यापार धोरणात तसेच योजनेचे संचालन करणाऱ्या सीमाशुल्क अधिसूचनांमध्ये करण्यात आल्या आहेत.

९.३.१ - कार्य (Function):

अ) EHTP/STP/EOU विभाग सर्व वस्तू आणि सेवा निर्यात करू शकतात जर त्यांनी निर्यात आयात धोरणात नमूद केलेल्या अटी पूर्ण केल्या असतील.

ब) एखादा EHTIP/STP/EOU विभाग EXIM धोरणांतर्गत मान्यताप्राप्त व्यापारी निर्यातदार/ पात्रता धारकाद्वारे उत्पादित वस्तू किंवा विकसित केलेल्या सॉफ्टवेअरची निर्यात करू शकते.

क) ही युनिट्स त्यांच्या प्रक्रियांना लागू असलेल्या EXIM धोरणामध्ये नमूद केल्यानुसार भांडवली वस्तूंसह सर्व प्रकारच्या वस्तू शुल्कमुक्त आयात करू शकतात. भांडवली वस्तूंसह मंजूर प्रक्रियांसाठी आवश्यक असलेल्या वस्तू, ग्राहकांकडून विनामूल्य किंवा कर्जावर आयात केल्या जाऊ शकतात.

ड) वापरासाठी केंद्रीय सुविधा स्थापन करण्यासाठी ही युनिट्स DTA कडून शुल्कमुक्त वस्तू मिळवू शकतात. DTA मधील युनिट्स सॉफ्टवेअर निर्यात करण्यासाठी सॉफ्टवेअर विकासासाठी केंद्रीय सुविधा देखील वापरू शकतात.

इ) दुय्यम/जुन्या भांडवली वस्तूंच्या शुल्कमुक्त आयातीलाही परवानगी आहे.

९.४ एकात्मिक औद्योगिक क्षेत्र (IIAs), विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ), निर्यातीभिमुख संस्था (EOU), कृषी निर्यात क्षेत्र (AEZ) द्वारे उपभोगले जाणारे फायदे (BENEFITS ENJOYED BY (IIAs), (SEZ), EOU, AEZ)

पूर्व वाणिज्य आणि उद्योग मंत्री मुरासोली मारन, यांनी EXIM धोरण १९९७-२००२ मध्ये तिसरी सुधारणा सादर करताना विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ) ची संकल्पना मांडली. EPZ आणि FTZ व्यतिरिक्त, SEZ भारतात कार्यरत आहेत. सरकारने ३१ मार्च २००० रोजी जाहीर केलेल्या EXIM धोरणात निर्यातीला चालना देण्यासाठी देशात विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ) स्थापन करण्याची योजना जाहीर केली. SEZs निर्यातीसाठी आंतरराष्ट्रीय स्पर्धात्मक आणि त्रास-मुक्त वातावरण प्रदान करून देशाच्या निर्यातीला चालना देतील अशी अपेक्षा आहे.

SEZs ची संकल्पना चीनकडून उधार घेण्यात आली होती, जिथे असे क्षेत्र कार्यक्षमतेने कार्य करतात आणि एकूण निर्यातीमध्ये जवळपास ४०% योगदान देतात. निर्यातीला चालना देण्यासाठी देशभर SEZ स्थापन करण्याचे सरकारचे धोरण आहे. त्यांच्याकडून जागतिक स्तरावर निर्यातीसाठी किफायतशीर आणि त्रासमुक्त वातावरण प्रदान करणे अपेक्षित आहे.

SEZ योजनेमुळे देशाच्या निर्यातीला आणखी चालना मिळण्याची अपेक्षा आहे. राज्य सरकारांनी आपापल्या राज्यांमध्ये विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ) स्थापन करून निर्यात प्रोत्साहनासाठी योगदान देणे अपेक्षित आहे. SEZ सार्वजनिक, खाजगी किंवा संयुक्त क्षेत्रांमध्ये तसेच राज्य सरकारांद्वारे स्थापित केले जाऊ शकतात.

अशा SEZ ला सोयीस्कर पायाभूत सुविधा आणि विविध प्रोत्साहने प्रदान करणे हे सरकारचे धोरण आहे जेणेकरून ते निर्यात वाढीचे प्रमुख इंजिन बनतील.

९.४.१ विशेष आर्थिक क्षेत्राची वैशिष्ट्ये - (Features of SEZ):

विशेष आर्थिक क्षेत्रांची काही वैशिष्ट्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

१. देशांतर्गत विक्री/खरेदी (Domestic sales/purchases):

DTA (स्थानिक कर/जकात क्षेत्र) मधून विशेष आर्थिक (SEZ) क्षेत्रात प्रवेश करणाऱ्या वस्तूंना निर्यात मानले जाते, तर SEZ क्षेत्रातून DTA मध्ये प्रवेश करणाऱ्या वस्तूंना आयात मानले जाते.

२. मालाची निर्यात आणि आयात (Export and import of goods):

SEZ युनिट्स वस्तू आणि सेवा जसे की कृषी उत्पादने, अंशतः प्रक्रिया केलेले दागिने, उपजोडणी आणि घटक निर्यात करू शकतात. ते उत्पादन प्रक्रियेतून निर्माण झालेली उपउत्पादने, टाकाऊ आणि भंगार कचरा देखील निर्यात करू शकतात.

भांडवली वस्तूंसह सर्व प्रकारच्या वस्तू, वापरलेल्या किंवा नवीन, SEZ युनिट्समध्ये शुल्कमुक्त आयात केल्या जातात. SEZ युनिट्स ग्राहकांकडून मोफत किंवा कर्जावर वस्तू आयात करू शकतात.

३. निव्वळ परकीय चलन कमाई [Net foreign exchange earnings (NFE)]:

SEZ विभाग ने सकारात्मक निव्वळ परकीय चलन मिळवणे आवश्यक आहे. व्यावसायिक उत्पादन सुरू झाल्यापासून पाच वर्षांच्या कालावधीत NFE ची गणना एकत्रितपणे केली जाईल.

४. देशांतर्गत दर क्षेत्र (DTA) विक्री आणि पुरवठा (Domestic tariff area (DTA) sales and supplies):

स्थानिक/ देशांतर्गत दर क्षेत्रात (DTA) SEZची विक्री ही निर्यात मानली जाईल. DTAला SEZ विक्रीला विशेष अतिरिक्त शुल्क (SAD- Special Additional Duty) मधून सूट दिली जाईल. यामुळे DTAला SEZ विक्री आयातीपेक्षा ४% स्वस्त होईल. सेवा/व्यापार विभाग द्वारे DTAची विक्री सकारात्मक निव्वळ परकीय चलन उत्पन्न (NFE -Net Foreign Exchnage Earning) साध्य करण्यासाठी सशर्त आहे.

५. पात्रता धारकाद्वारे निर्यात (Export through status holder):

EZ विभाग व्यापारी निर्यातदार/ पात्रता धारक किंवा इतर कोणत्याही EOU/EPZ/SEZ विभाग द्वारे उत्पादित वस्तू निर्यात करू शकते.

६. आंतर-मर्यादा हस्तांतरण (Inter-limit transfer):

एका EPZ/EOU/SEZ विभाग मधून उत्पादित किंवा आयात केलेल्या वस्तूंच्या हस्तांतरणास परवानगी आहे, परंतु ती निर्यात कामगिरीमध्ये गणली जात नाही.

७. विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ) चे प्रशासन आणि स्थापना (Administration and setting up of SEZ):

SEZवर विकास आयुक्तांचे प्रशासकीय नियंत्रण असेल. SEZ सार्वजनिक, खाजगी किंवा संयुक्त क्षेत्रामध्ये स्थापन केले जाऊ शकते. वाणिज्य आणि उद्योग मंत्रालय विद्यमान EPZचे SEZमध्ये रूपांतर करू शकते.

८. निर्यात उत्पन्न (Export proceeds):

SEZ युनिट्स त्यांचे निर्यात उत्पन्न १८० दिवसांऐवजी ३६० दिवसांत परत आणू शकतात आणि ते १००% उत्पन्न EEFC खात्यात ठेवू शकतात.

९.४.२ निर्यातीभिमुख संस्था (EOU- Export Oriented Units):

निर्यात प्रक्रिया क्षेत्र (EPZ) योजनेला निर्यातीभिमुख संस्था (EOUs) पुष्टी देते, जी १९८१ च्या सुरुवातीस सुरू करण्यात आली होती. ती समान उत्पादन प्रणाली वापरते परंतु कच्च्या मालाचे स्त्रोत, बंदर, अंतराळ सुविधा, तांत्रिक कौशल्यांची उपलब्धता, औद्योगिक पायाचे अस्तित्व आणि प्रकल्पासाठी मोठ्या क्षेत्राची गरज यासारख्या घटकांवर आधारित स्थानामध्ये परिवेष्टक पर्याय प्रदान करते.

EOUS ची स्थापना योग्य धोरण चौकट, कार्यात्मक आणि प्रोत्साहन लवचिकता देऊन अतिरिक्त निर्यात उत्पादन क्षमता निर्माण करण्याच्या उद्देशाने करण्यात आली.

अ) निर्यातीभिमुख संस्थेला (EOU) दिलेले फायदे/ प्रोत्साहन (Benefits/Incentives given to 100% EOUs):

(अ) EOUS प्रामुख्याने अभियांत्रिकी, रसायने, प्लास्टिक, ग्रॅनाइट आणि अन्न प्रक्रिया उद्योगांमध्ये केंद्रित आहेत. अशा युनिट्सना आयात शुल्क न भरता कच्चा माल, सुटे भाग, यंत्रसामग्री आणि इतर वस्तू आयात करण्याची परवानगी आहे. निर्यातीसाठी माल तयार करण्याच्या १० वर्षांच्या बंधनाच्या बदल्यात ते उत्पादन शुल्क न भरता स्वदेशी भांडवली वस्तू, घटक आणि कच्चा माल देखील मिळवू शकतात.

(ब) EOU जेव्हा देशांतर्गत कच्चा माल इत्यादींचा वापर निर्यात-केंद्रित उत्पादनासाठी करतात तेव्हा त्यांना उत्पादन शुल्क भरण्यापासून सूट मिळते.

(क) १००% EOU हे FTZS मध्ये असणे आवश्यक नाही. ते कुठेही आणि कोणत्याही आकाराचे असू शकतात.

(ड) १००% EOU ला विशेष वागणूक दिली जाते, जसे की निर्यात करण्यापूर्वी पाच वर्षांची कर सुट्टी आणि दोन वर्षांचा विकास कालावधी.

(इ) EOU त्यांच्या बहुतांश उत्पादनाची किंवा त्यापैकी किमान ७५% निर्यात करते आणि अशा प्रकारे निर्यातीला चालना देण्यास मदत करते.

(फ) EOU च्या बाबतीत, १००% पर्यंत परकीय समभागाला परवानगी आहे.

९.४.३ कृषी निर्यात क्षेत्र (AEZ-Agri Export Zone):

शेती आणि खाद्य पदार्थ निर्यात विकास संस्था (APEDA) ने सध्या २० राज्यांमधील २३० जिल्ह्यांमध्ये पसरलेल्या जागांवर ६० कृषी-निर्यात क्षेत्र (AEZ) स्थापन केली आहेत. फळे, भाज्या, मसाले, काजू, चहा, बासमती तांदूळ, औषधी वनस्पती, कडधान्ये आणि इतर पिके समाविष्ट आहेत. या क्षेत्रामध्ये एकूण ३५ पिके प्रचारासाठी निवडण्यात आली. AEZ कार्यक्रमांतर्गत सर्व एजन्सींनी केलेली एकूण गुंतवणूक रु. १,७२४ कोटी आहे, ज्यात रु. ९७० कोटी खाजगी गुंतवणुकींचा समावेश आहे.

अ) AEZs ला प्रोत्साहन देण्यासाठी राष्ट्रीय शेती आणि ग्रामीण विकास बँकेचा उपक्रम [NABARD –(National Bank for Agricultural and Rural Development) Initiatives to Promote AEZs

क) आर्थिक उपक्रम (Financial Initiatives):

- निर्यातीला चालना देण्याचे उद्दिष्ट लक्षात घेऊन, NABARD ने सर्व ग्राहक संस्थांना [मध्यवर्ती बँक (CB-Central Bank), प्रादेशिक ग्रामीण बँक (RRB-Regional Rural Bank), राज्य सहकारी बँक (SCB- State Cooperative Bank), ज्यांचे NPA ५% पेक्षा जास्त नाही अशा राज्य सहकारी कृषी आणि प्रादेशिक ग्रामीण बँक (SCARDB- State Cooperative Agriculture and Rural Development Banks)] १००% पुनर्वित्त योजना विस्तारित केली आहे. सर्व करार शेती व्यवस्था (SEZ च्या आत आणि बाहेर) विशेष पुनर्वित्त आवेष्टनासाठी पात्र बनवण्यात आली आहे जेणेकरून बँक कर्ज / पत ची पोहोच वाढवता येईल, व्यावसायिक पीक उत्पादन वाढेल आणि शेतकऱ्यांसाठी विपणन मार्ग निर्माण होईल.

- NABARDने नोव्हेंबर २००२ मध्ये APEDA आणि EXIM बँक यांच्याशी एक त्रिपक्षीय करार (MoU) सह्या केल्या ज्यामुळे AEZs मध्ये संस्थात्मक कर्जासह कृषी उत्पादनांच्या निर्यात वाढीला गती देण्यासाठी प्रयत्न होतील आणि संबंधित शक्तींचा लाभ घेता येईल.

- NABARDने SEZ मधील सर्व प्रक्रियांसाठी तीन वर्षांचा किमान परतफेड कालावधी निश्चित केला आहे. AEZ साठी पीक विशिष्ट पत योजना तयार केली आहे.

- कर्नाटकात घेरकिन्स (लोणच्यासाठी उपयुक्त अशी लहान काकडी)ची लागवड आणि प्रक्रिया करण्यासाठी एक योजना मंजूर करण्यात आली.

ख) प्रचारात्मक उपक्रम (Promotional Initiatives):

- २००३-०४ आणि २००४-०५ दरम्यान, लखनौमधील BIRD आणि NBSC ने DDMs द्वारे १०६ जिल्ह्यांमध्ये बँक आणि NABARD अधिकाऱ्यांसाठी संवेदीकरण कार्यक्रम आयोजित केले.

- कृषी-निर्यातीत निगम गुंतवणुकीच्या वाढीव शक्यतांचा शोध घेण्यासाठी APEDA आणि EXIM बँक यांच्या सहकार्याने चार क्षेत्रांमध्ये कृषी-निर्यातीसाठी गुंतवणूकदारांच्या परिषदा.
- NABARD प्रादेशिक कार्यालये AEZ अंमलबजावणीतील आव्हानांना तोंड देण्यासाठी सर्व भागधारकांसह AEZ वर राज्यस्तरीय आढावा बैठका घेत आहेत.
- २००२-०३, २००३-०४, आणि २००४-०५ मध्ये AEZ अंमलबजावणीतील प्रगतीचा आढावा घेण्यासाठी आणि भविष्यातील धोरणात्मक बदलांचा विचार करण्यासाठी NABARD, APEDA आणि EXIM बँकेच्या आंतर-संस्थात्मक बैठका झाल्या.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. माहिती व्यवस्थापन किंवा निर्यातीसाठी कॉल सेंटर सेवा विकसित करण्याच्या उद्देशाने STP (एस टी पी)/ EHTP (ई एच टी पी) योजनेअंतर्गत सॉफ्टवेअर विकास विभागाची स्थापना केली जाऊ शकते.

२. ही युनिट्स त्यांच्या प्रक्रियांना लागू असलेल्या EXIM (एक्झिम) धोरणामध्ये नमूद केल्यानुसार भांडवली वस्तूंसह सर्व प्रकारच्या वस्तू शुल्कमुक्त / विकत घेऊन आयात करू शकतात.

३. SEZs (एस ई झेड) ची संकल्पना चीन / जपान कडून उधार घेण्यात आली होती.

४. DTA (डी टी ए) (स्थानिक कर/जकात क्षेत्र) मधून विशेष आर्थिक (SEZ) (एस ई झेड) क्षेत्रात प्रवेश करणाऱ्या वस्तूंना आयात / निर्यात मानले जाते, तर SEZ (एस ई झेड) क्षेत्रातून DTA (डी टी ए) मध्ये प्रवेश करणाऱ्या वस्तूंना आयात / निर्यात मानले जाते.

५. एका EPZ (ई पी झेड) किंवा EOU (ई ओ यू) किंवा SEZ (एस ई झेड) विभाग मधून उत्पादित किंवा आयात केलेल्या वस्तूंच्या हस्तांतरणास परवानगी आहे / नाही.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. EHTP (ई एच टी पी), BTP (बी टी पी) आणि STP (एस टी पी) ची कार्ये कोणती आहेत?

२. SEZ (एस ई झेड) ची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

३. विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ) (एस ई झेड) चे प्रशासन आणि स्थापना.

४. निर्यातीभिमुख संस्थेला (EOU) (ई ओ यू) दिलेले फायदे/ प्रोत्साहन.

५. AEZs (ए ई झेड) ना प्रोत्साहन देण्यासाठीचे NABARD (नाबार्ड)चे आर्थिक उपक्रम.

क) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. SEZ (एस ई झेड) अंतर्गत होणारी मालाची निर्यात आणि आयात.

२. DTA (डी टी ए) ला SEZ (एस ई झेड) विक्री आयातीपेक्षा ४% स्वस्त होईल.

३. १००% EOU (ई ओ यू) ला विशेष वागणूक दिली जाते.

४. शेतकऱ्यांसाठी विपणन मार्ग निर्माण होईल NABARD (नाबार्ड)ने आर्थिक उपक्रम राबवले.

५. NABARD (नाबार्ड) प्रचारात्मक उपक्रम हाती घेत आहे.

____

____

____

____

____

____

९.५ सारांश (SUMMARY)

- EXIM धोरण 2002-07 नुसार, पात्रताधारक स्व-घोषणा आधारावर आयात आणि निर्यात दोन्हीसाठी परवाना/प्रमाणपत्र/परवानगी आणि सीमाशुल्क मंजुरीसाठी पात्र आहेत.

- पात्रता धारक त्यांना निर्यात बाजार विकसित करण्यात मदत करण्यासाठी MDA योजनेअंतर्गत आर्थिक सहाय्यासाठी अर्ज करू शकतात.

- सॉफ्टवेअर, माहिती भरणा आणि रूपांतरण, माहिती प्रक्रिया, माहिती विश्लेषण आणि नियंत्रण, माहिती व्यवस्थापन किंवा निर्यातीसाठी कॉल सेंटर सेवा विकसित करण्याच्या उद्देशाने STP योजनेअंतर्गत सॉफ्टवेअर विकास विभागाची स्थापना केली जाऊ शकते.

- DTA (स्थानिक कर क्षेत्र) मधून विशेष आर्थिक क्षेत्रात प्रवेश करणाऱ्या वस्तूंना निर्यात मानले जाते, तर विशेष आर्थिक क्षेत्रातून DTA मध्ये प्रवेश करणाऱ्या वस्तूंना आयात मानले जाते.

- SEZ विभाग ने सकारात्मक निव्वळ परकीय चलन मिळवणे आवश्यक आहे.

- NABARDने AEZ मधील सर्व क्रियाकलापांसाठी तीन वर्षांचा किमान परतफेड कालावधी निश्चित केला आहे. AEZ साठी पीक विशिष्ट पत योजना तयार केली आहे.

९.६ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. MDA (एम डी ए) वर एक टीप लिहा.

२. इलेकट्रोनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP – ई एच टी पी) या शब्दाचे वर्णन करा.

३. EOU (ई ओ यू) /EHTP (ई एच टी पी) /STP (एस टी पी) /BTP (बी टी पी) चे सुवर्ण दर्जा प्रमाणपत्र (Golden Status Certificate) वर एक टीप लिहा.

४. निर्यातीभिमुख संस्था (EOU - ई ओ यू) चा अर्थ लिहा.

५. सॉफ्टवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (STP - एस टी पी) म्हणजे काय?

(२) दीर्घोत्तरे:

१. विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ – एस ई झेड) ची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

२. EOU (ई ओ यू) /EHTP (ई एच टी पी) /STP (एस टी पी) /BTP (बी टी पी) वर चर्चा करा.

३. पात्रता धारकांना मिळणाऱ्या फायद्यांची चर्चा करा.

४. कृषी-निर्यात क्षेत्र (AEZ – ए ई झेड) थोडक्यात स्पष्ट करा.

५. इलेकट्रोनिक्स हार्डवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (EHTP - ई एच टी पी), जैव तंत्रज्ञान उद्यान (BTP - बी टी पी) आणि सॉफ्टवेअर तंत्रज्ञान उद्यान (STP - एस टी पी) चे फायदे स्पष्ट करा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. NABARD (नाबार्ड)ने APEDA (ए पी ई डी ए) आणि EXIM (एक्झिम) बँकेसोबत ……………… मध्ये त्रिपक्षीय करार (MoU – एम ओ यू) केला.

(अ) नोव्हेंबर २००१, (ब) नोव्हेंबर २००२,

(क) नोव्हेंबर २०००, (ड) नोव्हेंबर २००३

२. DTA (डी टी ए) म्हणजे ………………

(अ) स्थानिक कर क्षेत्र, (ब) शुल्क दर क्षेत्र,

(क) जकाती दर क्षेत्र, (ड) प्रबळ दर क्षेत्र

३. ……………….. प्रामुख्याने अभियांत्रिकी, रसायने, प्लास्टिक, ग्रॅनाइट आणि अन्न प्रक्रिया उद्योगांमध्ये केंद्रित आहेत.

(अ) EQU (ई क्यू यू), (ब) EOUs (ई ओ यू),

(क) EXIM (एक्झिम), (ड) SEZ (एस ई झेड)

४. निर्यातीभिमुख संस्था (EOUs - ई ओ यू) योजना, ... च्या सुरुवातीच्या काळात सुरू करण्यात आली होती.

(अ) १९८०, (ब) १९८३,

(क) १९८२, (ड) १९८१

५. मुरासोली मारन, दिवंगत वाणिज्य आणि उद्योग मंत्री, यांनी ……….. ची संकल्पना मांडली.

(अ) SEZ (एस ई झेड), (ब) EOUs (ई ओ यू),

(क) EXIM (एक्झिम), (ड) DTA (डी टी ए)

उत्तरे: १-ब, २-अ, ३-ब, ४-ड, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. एका ……………… कंपनी/ संस्थेने सकारात्मक निव्वळ परकीय चलन मिळवले पाहिजे.

२. एखादी ------------ कंपनी / संस्था तिने उत्पादित केलेल्या वस्तू एखाद्या व्यापारी निर्यातदार/ पात्रता धारक किंवा इतर कोणत्याही EOU (ई ओ यू) /EPZ (ई पी झेड) /SEZ (एस ई झेड) कंपनी/ संस्थेद्वारे निर्यात करू शकते.

३. SEZ (एस ई झेड) युनिट्स ……… ऐवजी ३६० दिवसात त्यांची निर्यात रक्कम परत आणू शकतात.

४. अतिरिक्त निर्यात उत्पादन क्षमता निर्माण करण्याच्या उद्देशाने -------- स्थापन करण्यात आले.

५. AEZs (ए ई झेड) ला प्रोत्साहन देण्यासाठी .... ने उपक्रम सुरु केला .

उत्तरे:

१- SEZ (एस ई झेड),

२- EZ (ई झेड),

३- १८० दिवस,

४- EOUs (ई ओ यू),

५- NABARD (नाबार्ड)

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. सरकारने ३० जून २००० रोजी जाहीर केलेल्या EXIM (एक्झिम) धोरणात निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी देशात विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ - एस ई झेड) स्थापन करण्याची योजना जाहीर केली .

२. प्राधान्याच्या आधारे अदान प्रदान मानदंड निश्चित केल्याचा पात्रता धारकांना फायदा होतो.

३. जैव तंत्रज्ञान उद्यान (BTP - बी टी पी) योजनांतर्गत, ती ज्यामध्ये दुरुस्ती, पुनर्निर्मिती, पूर्वप्रायकरण, पुनर्रचना आणि सेवा देणे समाविष्ट आहे; अशा वस्तूंच्या निर्मितीसाठी युनिट्स उभारली जाऊ शकतात.

४. EHTP (ई एच टी पी) /STP (एस टी पी) / EOU (ई ओ यू) विभाग सर्व वस्तू आणि सेवा निर्यात करू शकतात जर त्यांनी निर्यात आयात धोरणात नमूद केलेल्या अटी पूर्ण केल्या असतील. सॉफ्टवेअर विकसित करण्याच्या उद्देशाने EOUs (ई ओ यू) योजनेअंतर्गत सॉफ्टवेअर विकास विभागाची स्थापना केली जाऊ शकते.

उत्तरे:

बरोबर: २,३ आणि ४

चूक : १ आणि ५

९.७ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).

- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

घटक - ४

१०

निर्यात प्रोत्साहन आणि सहाय्य - १

प्रकरण संरचना

१०.० उद्दिष्टे

१०.१ प्रस्तावना

१०.२ भारतीय निर्यातदारांसाठी उपलब्ध असलेली आर्थिक प्रोत्साहने

१०.३ विपणन विकास सहाय्य (MDA - एम डी ए), बाजारपेठ मदत उपक्रमशीलता (MAI-एम ए आय)

१०.४ निर्यातीसाठी पायाभूत सुविधांच्या विकासासाठी राज्याला सहाय्य (ASIDE - ए एस आय डी ई)

१०.५ औद्योगिक कच्चा माल सहाय्य केंद्र (IRMAC - आय आर एम ए सी)

१०.६ सारांश

१०.७ स्वाध्याय

१०.८ संदर्भ

१०.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- भारतीय निर्यातदारांना उपलब्ध असलेल्या आर्थिक प्रोत्साहनांवर चर्चा करणे
- विपणन विकास सहाय्य (MDA – एम डी ए) स्पष्ट करणे
- बाजारपेठ सहाय्य उपक्रमशीलता (MAI – एम ए आय) समजून घेणे
- निर्यातीसाठी पायाभूत सुविधांच्या विकासासाठी राज्यांना मदत स्पष्ट करणे (ASIDE – ए एस आय डी ई)
- औद्योगिक कच्चा माल सहाय्य केंद्र (IRMAC – आय आर एम ए सी) वर चर्चा करणे

१०.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

निर्यात प्रोत्साहन हे नियामक, कायदेशीर, आर्थिक आणि कर उपक्रम आहेत जे व्यवसायांना विशिष्ट वस्तू किंवा सेवा निर्यात करण्यासाठी प्रोत्साहित करण्यासाठी बनवलेले आहेत. निर्यात म्हणजे एका देशात उत्पादित केलेला माल विक्री किंवा व्यापारासाठी दुसऱ्या देशात पाठवणे.

निर्यात हा निर्यात करणाऱ्या देशाच्या अर्थव्यवस्थेचा एक महत्त्वाचा घटक आहे, जो त्याच्या जीडीपी (स्थूल देशांतर्गत उत्पादन) मध्ये योगदान देतो. निर्यातीमुळे नवीन बाजारपेठा निर्माण करून किंवा विद्यमान बाजारपेठेचा विस्तार करून कंपनीची विक्री आणि कमाई वाढू शकते आणि ते जागतिक बाजारपेठेतील हिस्सा मिळवण्याची संधी देखील देऊ शकतात. जेव्हा व्यवसाय विस्तारतात आणि त्यांचे कार्यबल वाढवतात, तेव्हा निर्यातीमुळे रोजगार निर्माण होण्यासही मदत होते.

१०.२ भारतीय निर्यातदारांसाठी उपलब्ध असलेली आर्थिक प्रोत्साहने (FINANCIAL INCENTIVES AVAILABLE TO INDIAN EXPORTERS)

निर्यात प्रोत्साहन हे सरकारी फायदे आहेत जे निर्यातदारांना परकीय चलन आणण्याच्या बदल्यात मिळतात आणि त्यांना देशाबाहेर वस्तू आणि सेवा पाठवण्याच्या खर्चाची भरपाई करतात.

निर्यात प्रोत्साहन खालील रूपे घेऊ शकतात:

- निर्यात किंमती कमी करणारे अनुदान
- कर सवलत जसे की शुल्क सवलत (जे निर्यात उत्पादनासाठी कच्च्या मालाची शुल्कमुक्त आयात करण्यास परवानगी देतात) आणि शुल्क माफी (ज्यामुळे निर्यात उत्पादनामध्ये वापरल्या जाणाऱ्या कच्च्या मालावरील शुल्काची निर्याती नंतरची पुनःपूर्ती करणे शक्य होते)
- कर्ज पर्याय, जसे की कमी व्याज कर्ज
- आर्थिक आश्वासने, जसे की बुडीत कर्जाच्या तरतुदी

भारतातील निर्यात प्रोत्साहन हे सरकारच्या प्रमुख "मेक इन इंडिया" आणि "आत्मनिर्भर भारत" (आत्मनिर्भर भारत) कार्यक्रमांशी सुसंगत आहेत. पूर्वीचे प्रोत्साहन कार्यक्रम हे भारताला उच्च उत्पादनप्रणित देश म्हणून रूपांतरित करण्याचा प्रयत्न करतात, तर नंतरचे स्वयंपूर्णतेला प्रोत्साहन देतात. हे प्रोत्साहन परकीय व्यापार धोरण दस्तऐवजात अधोरेखित केले आहेत, जे वस्तू आणि सेवांच्या आयात आणि निर्यातीसाठी मार्गदर्शक तत्त्वे आणि धोरणांचा संच आहे. हे धोरण पाच वर्षांसाठी तयार करण्यात आले आहे. सध्याचे धोरण फक्त ३१ मार्चपर्यंत वैध आहे. १ एप्रिलपासून नवीन लागू होईल.

१०.२.१ निर्यात प्रोत्साहन – प्रकार आणि फायदे (Export incentives – Types and Benefits):

अ) निर्यात प्रोत्साहन योजना (Export promotion schemes):

(१) RoDTEP: निर्यात उत्पादनांवरील शुल्क किंवा करांची माफी (The Remission of Duty or Taxes on Export Products - RoDTEP) योजना निर्यातदारांना अंतर्भूत संघ, राज्य आणि स्थानिक कर आणि शुल्कांची परतफेड करते ज्यांची पूर्वी

परतफेड केली जात नव्हती. परतावा एका निर्यातदाराच्या सीमाशुल्क खाते खात्यात जमा केला जातो आणि आयात सीमा शुल्क भरण्यासाठी किंवा इतर आयातदारांना हस्तांतरित करण्यासाठी वापरला जाऊ शकतो. ज्या निर्यातदारांना सवलतीचा लाभ घ्यायचा आहे त्यांनी नौभरण देयकामध्ये त्यांचा हेतू सूचित करणे आवश्यक आहे. ही योजना १ जानेवारी २०२१ रोजी लागू झाली आणि तिने भारतातील व्यापारी निर्यात योजना (Merchandise Exports from India Scheme - MEIS) ची जागा घेतली; ज्याच्या तरतुदी WTO ने त्याच्या निर्यात अनुदान नियमांचे पालन न केल्यामुळे बेकायदेशीर घोषित केल्या होत्या. विशेष आर्थिक क्षेत्र (Special Economic Zones - SEZ), निर्यातीभिमुख संस्था (Export Oriented Units - EOU), आणि प्रक्रिया युनिट्स (जे कच्चा माल किंवा अर्ध-तयार वस्तूंवर प्रक्रिया करतात) तसेच आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना (Advance Authorisation) (यावर नंतर विस्ताराने चर्चा करू) अंतर्गत केलेली निर्यात यासाठी पात्र नाहीत. RoDTEP फायदे. योजनेचे दर आणि ते कोणत्या परिस्थितीत वापरता येईल याची घोषणा करणे बाकी आहे.

कर/ शुल्कांमध्ये खालील घटक समाविष्ट आहेत:

- निर्यात उत्पादनांची वाहतूक करण्यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या इंधनावर संघ आणि राज्य सरकारे लावलेले कर.
- निर्यातीसाठी उत्पादित केलेल्या वस्तूंवर राज्य वीज शुल्क आकारले जाते.
- कोळसा उपकर लावला जातो.
- मंडी/बाजार कर, जे कृषी उत्पन्न बाजार समित्या (APMC) म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या घाऊक बाजार संस्थांद्वारे शेतमालाच्या विक्री/खरेदीवर आकारला जाणारे बाजार शुल्क आहे.
- पथकर; आणि
- आयात-निर्यात कागदपत्रांवर आकारले जाणारे मुद्रांक शुल्क.

(२) **भारत योजनेतून सेवा निर्यात (Service Exports from India Scheme - SEIS):** पात्र सेवांच्या निर्यातदारांना या योजनेंतर्गत कमावलेल्या निव्वळ परकीय चलनाच्या ३% ते ७% पर्यंत शुल्क क्रेडिट स्क्रिप्सच्या स्वरूपात प्रोत्साहन मिळते. या स्क्रिप्सचा वापर आयात केलेल्या निविष्ठांवरील सीमाशुल्क तसेच निविष्ठांच्या स्थानिक खरेदीवर केंद्रीय उत्पादन शुल्क भरण्यासाठी केला जाऊ शकतो. ते हस्तांतरणीय देखील आहेत (दुसऱ्या व्यापाऱ्याला दिले जाऊ शकतात). SEIS दावा दाखल करण्यासाठी, निर्यातदाराकडे सक्रिय (चालू) आयातक-निर्यातकर्ता कोड (IEC) आणि निव्वळ परकीय चलन कमाईमध्ये किमान $१५,००० असणे आवश्यक आहे. DGFT ला ऑनलाइन अर्ज सादर केला जाऊ शकतो.

(३) **भारत योजनेतून व्यापारी मालाची निर्यात (Merchandise Exports from India Scheme - MEIS):** अधिसूचित बाजारपेठेतील अधिसूचित वस्तूंचे निर्यातदार २% ते ७% दराने मुक्त परकीय चलनात निर्यातीच्या वास्तविक जहाज खर्चमुक्त (FOB) मूल्यावर आधारित हस्तांतरणीय शुल्क क्रेडिट स्क्रिपसाठी पात्र आहेत. स्क्रिपचा वापर कच्च्या मालावर सीमाशुल्क/केंद्रीय उत्पादन शुल्क भरण्यासाठी केला जाऊ शकतो. कुरिअर आणि आंतरराष्ट्रीय पोस्टद्वारे केलेल्या ई-कॉमर्स निर्यातीसाठी बक्षिसे/प्रोत्साहने देखील उपलब्ध आहेत. WTO नियमांचे उल्लंघन केल्यामुळे, MEIS १ जानेवारी रोजी मागे घेण्यात आला. RoDTEP योजनेची त्याची जागा घेतली आहे. सरकारने १ सप्टेंबर २०२० आणि ३१डिसेंबर २०२० दरम्यान केलेल्या निर्यातीसाठी प्रति निर्यातदार रुपये २ कोटी रुपयांची बक्षीस मर्यादा सेट केली आहे. शिवाय, १सप्टेंबर २०२० रोजी किंवा त्यानंतर प्राप्त झालेल्या IEC साठी कोणतेही MEIS दावे स्वीकारले जाणार नाहीत.

(४) **निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजना (Export Promotion Capital Goods - EPCG):** परकीय व्यापार महासंचनालय (DGFT) नुसार या योजनेचे उद्दिष्ट "भांडवली वस्तूंच्या [इतर वस्तूंच्या उत्पादनासाठी वापरल्या जाणाऱ्या वस्तू] आयात सुलभ करून भारताची उत्पादन स्पर्धात्मकता सुधारणे" हे आहे. EPCG अंतर्गत, उत्पादन पूर्व, उत्पादन आणि उत्पादनानंतर साठी भांडवली वस्तू शून्य टक्के सीमा शुल्कावर आयात केल्या जाऊ शकतात - या योजनेला शून्य सीमा शुल्क EPCG म्हणून देखील ओळखले जाते. शुल्क सवलतीमध्ये एकात्मिक वस्तू आणि सेवा कर (IGST) आणि भरपाई उपकर समाविष्ट आहे. योजनेमध्ये निर्यात बंधन समाविष्ट आहे. निर्यात केलेल्या वस्तू/सेवांची बचत शुल्काच्या सहा पटीने करणे आवश्यक आहे आणि निर्यातदाराचा EPCG परवाना जारी केल्यापासून सहा वर्षांच्या आत पूर्ण करणे आवश्यक आहे. निर्यात बंधनात २५% कपात करून भांडवली वस्तूंच्या घरगुती खरेदीला परवानगी आहे. अभियांत्रिकी आणि इलेक्ट्रॉनिक उत्पादने, मूलभूत रसायने आणि औषधे, परिधान आणि कापड, प्लास्टिक, हस्तकला, रसायने आणि संबंधित उत्पादने, चामडे आणि चामड्याच्या उत्पादनांच्या निर्यातदारांना या योजनेचा सर्वाधिक फायदा होईल. हॉटेल्स, टूर ऑपरेटर, टॅक्सी कंपन्या, लॉजिस्टिक कंपन्या आणि बांधकाम कंपन्या लाभासाठी पात्र असलेल्या सेवा प्रदात्यांपैकी आहेत.

१०.३ विपणन विकास सहाय्य (MDA), बाजारपेठ मदत उपक्रमशीलता (MAI) [MARKETING DEVELOPMENT ASSISTANCE (MDA), MARKET ACCESS INITIATIVE (MAI)]

१०.३.१ विपणन विकास सहाय्य [Marketing Development Assistance - MDA)]:

१९६३ मध्ये, भारत सरकारने निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि परदेशात भारतीय उत्पादने आणि वस्तूंच्या विपणनासाठी MDA निधीची स्थापना केली.

अ) विपणन विकास सहाय्याची उद्दिष्ट्ये (Purposes of MDA):

- बाजारपेठ संशोधन, वस्तू संशोधन, सर्वेक्षण आणि विशिष्ट क्षेत्रातील संशोधन.
- वस्तू विकास आणि उत्पादन प्रोत्साहन
- निर्यात प्रसिद्धी आणि माहिती प्रसार
- व्यापार मेळा आणि प्रदर्शनांना उपस्थिती.
- व्यापार शिष्टमंडळ आणि संशोधन वस्तू
- कार्यालये, शाखा आणि गोदामांची आंतरराष्ट्रीय स्थापना.
- निर्यात प्रोत्साहन परिषदांना अनुदान आणि इतर मंजूर
- निर्यातीच्या विकासासाठी आणि परकीय व्यापाराच्या जाहिरातीसाठी संघटना.
- इतर देशांतील भारतीय उत्पादने आणि वस्तूंच्या बाजारपेठेच्या विकासाला चालना देण्यासाठी सर्वसाधारणपणे गणना केलेली इतर कोणतीही योजना.

ब) साहाय्याची रक्कम (Amount of Assistance):

सामान्यतः, मदतीची रक्कम वास्तविक खर्चाच्या ५०% असते. छोट्या स्तरावरील युनिट्सच्या बाबतीत, तथापि, वास्तविक खर्चाच्या 60 टक्के विचार केला जाऊ शकतो.

क) लाभार्थी (Beneficiaries:

MDA समिती खर्चावर नियंत्रण ठेवते आणि खालील शीर्षकाखाली मदत पुरवली जाते.

निर्यात प्रोत्साहन आणि बाजार विकास संस्थेला मदत (Financial assistance to the Export Promotion and Market Development Organization):

(१) MDA अनुदान एकूण २० निर्यात प्रोत्साहन परिषदा, अनुदान देणाऱ्या संस्था आणि भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ (FIEO) आणि भारतीय परकीय व्यापार संस्था (IIFT) सारख्या मान्यता देणाऱ्या संस्थांना उपलब्ध आहे.

(२) भारतीय वेष्टन (बांधणी) संस्था, भारतीय लवाद परिषद, आणि भारतीय हिरक संस्था, तसेच मान्यताप्राप्त निर्यातदार जसे की व्यापारी गृहे, तारांकित व्यापारी गृहे आणि निर्यात गृहे.

MDA समिती MDA साठी अशा सर्व संस्थांच्या अर्थसंकल्प वाटपाला मंजूरी देते.

ड) वितरण अधिकारी (Disbursing Authorities):

(१) परकीय कार्यालये स्थापण्यासाठी वाणिज्य मंत्रालयाला, गोदामे, विक्री-पश्चात सेवा केंद्रे आणि संशोधन आणि विकास सुविधा.

(२) FIFO आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शने आणि मेळावे, तसेच परकीय माध्यमे आणि रोड शोमध्ये जाहिरातींना प्रोत्साहन देईल.

१०.३.२ बाजारपेठ सहाय्य उपक्रमशीलता [(Market Access Initiative - MAI)]:

भारताच्या निर्यातीला दीर्घकालीन आधारावर प्रोत्साहन देण्यासाठी भारत सरकारने "बाजारपेठ सहाय्य उपक्रमशीलता (MAI)" नावाचा एक कार्यक्रम सुरू केला आहे. ही योजना " केंद्रीत वस्तू आणि केंद्रीत बाजारपेठ " या संकल्पनेवर आधारित आहे.

अ) वस्तू केंद्रीत योजना (The Focus product scheme):

हे ग्रामीण आणि निम-शहरी भागात उच्च रोजगार क्षमता असलेल्या उत्पादनांच्या निर्यातदारांना कर सूट देते. मूल्यवर्धित मासे आणि चामड्याची उत्पादने, स्टेशनरी वस्तू, फटाके, क्रीडा वस्तू, हातमाग आणि हस्तकला वस्तू यासारख्या अधिसूचित उत्पादनांच्या निर्यात उलाढालीच्या जहाज खर्चमुक्त (FOB - Free On Board) मूल्याच्या २% करमुक्त पतपुरवठा हे प्रोत्साहनांपैकी एक आहे.

ब) बाजारपेठ केंद्रीत योजना (The Focus market scheme):

निर्यातदारांना काही आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत निर्यात करताना त्यांना येणाऱ्या उच्च मालवाहतुकीच्या खर्चाची आणि इतर अडथळ्यांची भरपाई करणे हे बाजारपेठ केंद्रीत योजनेचे ध्येय आहे. अल्जेरिया, नायजेरिया, टांझानिया, केनिया, दक्षिण आफ्रिका, व्हिएतनाम, कंबोडिया, ऑस्ट्रेलिया, न्यूझीलंड आणि लॅटिन अमेरिकन बाजारपेठ हे त्यापैकी काही देश आहेत. निर्यातदारांना सर्व उत्पादनांवर अधिसूचित क्षेत्रांमध्ये त्यांच्या निर्यातीच्या जहाज खर्चमुक्त (FOB - Free On Board) मूल्याच्या ३% करमुक्त पतपुरवठा मिळतो.

क) सहाय्याचे लाभार्थी (Beneficiaries of Assistance):

खालील संस्थांना मदत दिली जाते:

(१) केंद्र आणि राज्य सरकारचे विभाग.

(२) केंद्र आणि राज्य सरकारी संस्था.

(३) परदेशात भारताचे व्यावसायिक मिशन.

(४) निर्यात प्रोत्साहन परिषद.

(५) वस्तू मंडळे

(६) ITPO- नोंदणीकृत व्यापार वृद्धी संस्था.

(७) मान्यताप्राप्त सर्वोच्च व्यापार संस्था

(८) अभिज्ञात औद्योगिक समूह

(९) औषधी उत्पादनांसाठी वैयक्तिक निर्यातदार

(१०) इतर देशांमधील अभियांत्रिकी उत्पादनांसाठी नोंदणी आणि चाचणी शुल्क

ड) साहाय्याचे घटक (Components of Assistance):

(१) विपणन अभ्यास आयोजित करणे.

(२) केंद्रीत बाजारपेठेत प्रदर्शन कक्ष आणि गोदाम सुविधांची स्थापना करणे.

(३) आंतरराष्ट्रीय व्यापार मेळावे, चर्चासत्रे, विक्री प्रोत्साहन मोहीम इत्यादींमध्ये सहभाग.

(४) निवडक कृषी उत्पादनांसाठी वाहतूक अनुदान.

(५) निर्यात संभाव्य उत्पादने बाजारपेठेत आणणे

इ) साहाय्याची रक्कम (Amount of Assistance):

सरकार प्रक्रिया आणि अंमलबजावणी करणाऱ्या संस्थेवर अवलंबून, एकूण खर्चाच्या २५% ते १९९% पर्यंतच्या सर्व निर्यात प्रोत्साहन प्रक्रियांसाठी आर्थिक सहाय्य देऊ शकते.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. RoDTEP (आर ओ डी टी ई पी) योजनेने ---------- या योजनेची जागा घेतली आहे.

२. १९६३ मध्ये, भारत सरकारने निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि परदेशात भारतीय उत्पादने आणि वस्तूंच्या विपणनासाठी --------- निधीची स्थापना केली.

३. विपणन विकास सहाय्य अंतर्गत मिळणारी मदतीची रक्कम वास्तविक खर्चाच्या ----- % असते.

४. --------- आंतरराष्ट्रीय प्रदर्शने आणि मेळावे, तसेच परकीय माध्यमे आणि रोड शोमध्ये जाहिरातींना प्रोत्साहन देते.

५. ------ ही योजना " केंद्रीत वस्तू आणि केंद्रीत बाजारपेठ " या संकल्पनेवर आधारित आहे.

ब) टीपा लिहा:

१. निर्यात प्रोत्साहन.

२. विपणन विकास सहाय्याचे कार्य.

३. निर्यात प्रोत्साहन आणि बाजार विकास संस्थेला मदत.

४. बाजारपेठ सहाय्य उपक्रमशीलता ह्या सहाय्याचे घटक.

क) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. निर्यात प्रोत्साहन योजना कशी आहे?

२. RoDTEP (आर ओ डी टी ई पी) योजनेमध्ये कोणते कर घटक समाविष्ट आहेत?

३. निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजनेचा सर्वाधिक फायदा कोणाला होईल?

४. बाजारपेठ सहाय्य उपक्रमशीलता ह्या साहाय्याचे लाभार्थी कोण असतात?

ड) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. MEIS (एम ई आय एस) १ जानेवारी २०२१ रोजी मागे घेण्यात आला.

२. निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजना योजनेला शून्य सीमा शुल्क EPCG (ई पी सी जी) म्हणून देखील ओळखले जाते.

३. वस्तू केंद्रीत योजना आणि बाजारपेठ केंद्रीत योजना मध्ये फरक आहे.

४. भारत सरकारने निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि परदेशात भारतीय उत्पादने आणि वस्तूंच्या विपणनासाठी MDA (एम डी ए) निधीची स्थापना केली.

१०.४ निर्यातीसाठी पायाभूत सुविधांच्या विकासासाठी राज्याला सहाय्य [ASSISTANCE TO STATE FOR INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT FOR EXPORTS (ASIDE)]

मार्च २००२ मध्ये, ASIDE योजना जाहीर करण्यात आली. त्याचे शीर्षक होते "निर्यात पायाभूत सुविधा आणि संबंधित उपक्रमांच्या विकासासाठी राज्याला सहाय्य" सोयीसाठी याचा उल्लेख "निर्यातीसाठी पायाभूत सुविधांच्या विकासासाठी राज्यांना सहाय्य" म्हणून करता येईल.

१०.४.१ ASIDE योजनेचा उद्देश (Purpose of ASIDE Scheme):

ही योजना राज्य सरकारांना त्यांच्या संबंधित राज्यांमधून निर्यातीला चालना देण्यासाठी भाग घेण्यास प्रोत्साहित करण्यासाठी आहे. केंद्र सरकार या योजनेअंतर्गत राज्य सरकारांना पायाभूत सुविधांच्या विकासासाठी आणि निर्यात-संबंधित प्रक्रियांसाठी आर्थिक सहाय्य पुरवते.

१०.४.२ निधी वाटपासाठी निकष (Criteria for Allocation of Funds):

एकूण निर्यात आणि निर्यात वाढीचा दर या दोन निकषांवर राज्याला निधीचे वाटप केले जाते. योजनेचा आर्थिक परिव्यय दोन भागात विभागलेला आहे.

(अ) राज्य घटक, ज्यामध्ये मंजूर निकषांवर आधारित ८0 टक्के निधी राज्यांना/केंद्रशासित प्रदेशांना वाटप केला जातो.

(ब) केंद्रीय घटक, ज्यापैकी केंद्र सरकार आंतर-राज्य प्रकल्पांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी २०% राखून ठेवेल, EPZचे भांडवली परिव्यय आणि ईशान्य प्रदेश (NER) मधून निर्यातीला प्रोत्साहन देण्याशी संबंधित प्रक्रिया. **या शिवाय** केंद्र सरकारने राज्यांना वाटप केलेला परंतु मागील वर्षांमध्ये वापरला गेलेला नाही असा कोणताही निधी देखील ठेवून देईल आणि निर्यात प्रोत्साहन आणि विकास कार्यांसाठी वापरेल.

१०.४.३ ईशान्य क्षेत्रासाठी विशेष महत्त्व [(Special importance to North Eastern Region (NER)]:

योजना खर्चातील किमान १०% रक्कम पूर्वोत्तर क्षेत्र आणि सिक्कीमसाठी बाजूला ठेवला आहे, ज्यामुळे निर्यातीच्या क्षेत्रात ईशान्य प्रदेश आणि सिक्कीमचा विकास होऊ शकेल.

१०.४.४ खाजगी सहभाग (Private Involvement):

राज्य सरकारे खाजगी सहभागासह प्रकल्पांना मान्यता देत आहेत आणि निर्यात-संबंधित पायाभूत सुविधांच्या विकासामध्ये खाजगी सहभागाला प्रोत्साहन देण्यासाठी अतिरिक्त प्रोत्साहन देत आहेत.

१०.५ औद्योगिक कच्चा माल सहाय्य केंद्र [INDUSTRIAL RAW MATERIAL ASSISTANCE CENTRE (IRMAC)]

IRMAC हे एक संक्षिप्त रूप आहे ज्याचा अर्थ औद्योगिक कच्चा माल सहाय्य केंद्र आहे. मोठे निर्यातदार, जसे की निर्यात घरे, मोठ्या प्रमाणात कच्चा माल आयात करतात आणि या योजनेअंतर्गत उत्पादक, पुरवठादार किंवा वास्तविक वापरकर्त्यांना आवश्यक प्रमाणात वितरित करतात.

१०.५.१ योजनेने प्रदान केलेले फायदे (The scheme provides the following benefits):

- ९० दिवसांपर्यंत कच्च्या मालाच्या खरेदीसाठी आर्थिक सहाय्य (पतपुरवठा).
- मोठ्या प्रमाणात पुरवठा व्यवस्थेद्वारे उपलब्ध केलेले साहित्य घाऊक पुरवठादाराच्या दराने पुरवले जाते, ज्यामुळे मध्यस्थांची गरज नाहीशी होते आणि कमी किमतीत वस्तू खरेदी करता येतात.

- मोठ्या प्रमाणात पुरवठा व्यवस्थेद्वारे मिळालेल्या सवलती सूक्ष्म, लघू आणि मध्यम उद्योग (MSMEs) सोबत वाटल्या जातात, ज्यामुळे त्यांना साहित्य खरेदी खर्चात बचत करता येते (Economy of Scale).
- उधारीवर कच्च्या मालाची उपलब्धता आणि सूक्ष्म, लघू आणि मध्यम उद्योग (MSMEs) ची मागणी हातात घेण्याची क्षमता.

१०.५.२ पात्रता (Eligibility):

१. उद्योग आधार मेमोरँडम (UAM) असलेले कोणतेही उत्पादन MSME योजनेद्वारे मदतीसाठी अर्ज करू शकतात.

२. अर्जासोबत सादर करावयाची कागदपत्रे:

(१) प्रत्येक मालक / संचालक / भागीदार / सोसायटी पदाधिकारी यांचा पासपोर्ट आकाराचा फोटो,

(२) UAM,

(३) GST नोंदणी प्रमाणपत्र,

(४) संस्था /मालकाचे पॅन कार्ड (मालकीच्या बाबतीत) च्या स्वयं-साक्षांकित छायाप्रती,

(५) खाजगी मर्यादित कंपनी/ मर्यादित कंपनीच्या बाबतीत संस्थापन समयलेख (Memorandum of Association) आणि संस्थापन नियमावली (Articles of Association)

(६) संचालकांची यादी,

(७) कंपनीचे/ संस्थेचे/संचालक/भागीदार/मालक यांच्या प्रती,

(८) वैयक्तिक मालमत्ता आणि दायित्वांचे स्व-प्रमाणीकरण विवरण, तसेच मालक/संचालक/भागीदार/सोसायटी पदाधिकाऱ्यांचा निवासी पत्ता,

(९) भागीदारीच्या बाबतीत, भागीदारी विलेखची (Partnership Deed) एक प्रत जी विधिवत नोटरी केली गेली आहे / किंवा सोसायटीच्या उपनियम (bylaws) आणि सनदीची (charter) प्रत तसेच सोसायटीच्या बाबतीत प्रशासकीय मंडळ / कार्यकारी सदस्यांची यादी,

(१०) खाजगी / सार्वजनिक मर्यादित कंपनीच्या बाबतीत बोर्डाच्या ठरावाची प्रत / भागीदारी संस्थेच्या बाबतीत मुखत्यारनामा (Power of Attorney) आणि स्वाक्षरीकर्त्याला राष्ट्रीय लघु उद्योग महामंडळ (NSIC) मध्ये स्वाक्षरी आणि त्याच्या वतीने अर्जदार विभागासाठी आवश्यक आर्थिक सहाय्याशी संबंधित व्यवहार करण्यासाठी अधिकृत करणाऱ्या सोसायटीच्या बाबतीत प्रशासकीय मंडळाचा ठराव,

(११) अधिकृत स्वाक्षरी करणाऱ्यांची बँक-साक्षांकित नमुना स्वाक्षरी,

(१२) आर्थिक संस्था (Fis)/बँकांनी दिलेल्या पतपुरवठा मर्यादेसाठी मंजुरी पत्राची प्रत,

(१३) कंपनी/ संस्थेचे लेखापरीक्षित/तात्पुरते आर्थिक विवरण (audited/provisional financial statements):

(अ) मागील वर्षातील आर्थिक विवरण.

(ब) चालू आर्थिक वर्षासाठी तात्पुरती आर्थिक विवरणे.

(क) स्टार्टअप MSME कंपनी/ संस्थेसाठी त्याच्या लेखा परीक्षकांनी किंवा सनदी लेखापाल द्वारे प्रमाणित केलेली मागील सहा महिन्यांच्या बँक विवरणासाठी चालू वर्षाचा अंदाज वित्तीय विवरणे.

(ड) सर्वात अलीकडील वीज बिलाची प्रत,

(१५) कंपनी/ संस्थेच्या बँका [बँक हमी – Bank Gurantee (BG) जारी करणारी बँक सोडून] आणि वित्तीय संस्थांकडे असलेल्या खात्याचा अहवाल,

(१६) कर्जदाराकडून प्रमाणपत्र/ हमीपत्र, की त्यांचे नाव/ नावे, कंपनीचे नाव/तिच्या मालकांचे/तिचे सहयोगी/तिच्या समतुल्य शाखा/तिचे सदस्य हे CIBIL/RBI बाकीदार/कसूरदारच्या यादीत नाहीत किंवा त्यांच्याविरुद्ध कोणतेही प्रकरण प्रलंबित नाही,

(१७) पाच कोटींपेक्षा जास्त मर्यादा वाढल्यास, हातात असलेल्या (नुकत्या मिळालेल्या) माल पुरवण्याच्या मागणीची (order) प्रत.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. ASIDE (ए एस आय डी ई) या योजनेअंतर्गत केंद्र / राज्य सरकार केंद्र / राज्य सरकारांना पायाभूत सुविधांच्या विकासासाठी आणि निर्यात-संबंधित प्रक्रियांसाठी आर्थिक सहाय्य पुरवते.

२. योजना खर्चातील किमान १०**%** रक्कम पूर्वोत्तर क्षेत्र / पश्चिम महाराष्ट्र आणि सिक्कीमसाठी बाजूला ठेवला आहे.

३. IRMAC (आय आर एम ए सी) योजनेमुळे कमी / जास्त किमतीत वस्तू खरेदी करता येतात.

४. उद्योग आधार मेमोरँडम असलेले कोणतेही उत्पादन MSME (एम एस एम ई) योजनेद्वारे मदतीसाठी अर्ज करू शकतात / शकत नाहीत.

५. औद्योगिक कच्चा माल सहाय्य केंद्र योजनेने प्रदान केलेले फायदे मिळवण्यासाठी पात्र होण्यासाठी अर्जासोबत सादर करावयाच्या कागदपत्रांमध्ये खाजगी / सार्वजनिक मर्यादित कंपनीच्या बाबतीत बोर्डाच्या ठरावाची प्रत / मुखत्यारनामा जरुरी आहे.

ब) व्याख्या लिहा:

१. RoDTEP (आर ओ डी टी ई पी)

२. SEIS (एस ई आय एस)

३. MEIS (एम ई आय एस)

४. EPCG (ई पी सी जी)

५. MDA (एम डी ए)

६. MAI (एम ए आय)

७. ASIDE (ए एस आय डी ई)

८. IRMAC (आय आर एम ए सी)

क) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. ASIDE (ए एस आय डी ई) च्या निधी वाटपासाठी निकष काय आहेत?

२. ASIDE (ए एस आय डी ई) योजनेअंतर्गत ईशान्य क्षेत्रासाठी विशेष काय प्रोत्साहन यंत्रणा आहे?

३. IRMAC (आय आर एम ए सी) योजनेने कोणते फायदे प्रदान केलेले आहेत?

४. IRMAC (आय आर एम ए सी) योजनेने प्रदान केलेल्या फायद्यांचा लाभ उठवण्यासाठी पात्र व्हायला कोणते दस्तऐवज लागतात?

१०.६ सारांश (SUMMARY)

- निर्यात प्रोत्साहन हे सरकारी फायदे आहेत जे निर्यातदारांना परकीय चलन आणण्याच्या बदल्यात मिळतात आणि त्यांना देशाबाहेर वस्तू आणि सेवा पाठवण्याच्या खर्चाची भरपाई करतात.

- भारतातील निर्यात प्रोत्साहन सरकारच्या प्रमुख "मेक इन इंडिया" आणि "आत्मनिर्भर भारत" (आत्मनिर्भर भारत) कार्यक्रमांशी सुसंगत आहेत.
- निर्यात उत्पादनांची वाहतूक करण्यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या इंधनावर संघ आणि राज्य सरकारे लावलेले कर.
- अधिसूचित बाजारपेठेतील अधिसूचित वस्तूंचे निर्यातदार 2% ते 7% दराने मुक्त परकीय चलनात निर्यातीच्या वास्तविक जहाज खर्चमुक्त (Free On Board - FOB) मूल्यावर आधारित हस्तांतरणीय शुल्क क्रेडिट स्ट्रिपसाठी पात्र आहेत.
- EPCG अंतर्गत, उत्पादन पूर्व, उत्पादन आणि उत्पादनानंतर साठी भांडवली वस्तू शून्य टक्के सीमा शुल्कावर आयात केल्या जाऊ शकतात - या योजनेला शून्य सीमा शुल्क EPCG म्हणून देखील ओळखले जाते.
- MDA अनुदान 20 निर्यात प्रोत्साहन परिषद, अनुदान देणाऱ्या संस्था आणि भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ (FIEO) आणि भारतीय परकीय व्यापार संस्था (IIFT) सारख्या मान्यता देणाऱ्या संस्थांना उपलब्ध आहे.

१०.७ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. निर्यात प्रोत्साहनांचा अर्थ स्पष्ट करा.

२. RoDTEP (आर ओ डी टी ई पी) म्हणजे काय?

३. MDA (एम डी ए) चे कार्य स्पष्ट करा.

४. MAI (एम ए आय) म्हणजे काय?

५. ASIDE (ए एस आय डी ई) योजनेचा उद्देश स्पष्ट करा.

(२) दीर्घोत्तरे:

१. थोडक्यात IRMAC (आय आर एम ए सी) लिहा.

२. SEIS (एस ई आय एस) वर तपशीलवार चर्चा करा .

३. निर्यात प्रोत्साहन भांडवली वस्तू योजना स्पष्ट करा.

४. MDA (एम डी ए) या शब्दाचे वर्णन करा.

५. IRMAC (आय आर एम ए सी)ची पात्रता लिहा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. भारतातील निर्यात प्रोत्साहन सरकारच्या .... कार्यक्रमांशी सुसंगत आहेत.

(अ) मेक इन इंडिया,

(ब) मेक इन अमेरिका,

(क) मेक इन रशिया,

(ड) मेक इन स्पेन

२. RoDTEP (आर ओ डी टी ई पी) म्हणजे ………………

(अ) निर्यात किमतीवरील शुल्क किंवा कर माफी,

(ब) निर्यात उत्पादनांवरील शुल्क किंवा कर माफी,

(क) निर्यात प्रोत्साहनावरील शुल्क किंवा कर माफी,

(ड) निर्यातीच्या ठिकाणावरील शुल्क किंवा कर माफी

३. MEIS (एम ई आय एस)………. रोजी मागे घेण्यात आला.

(अ) १ जुलै,

(ब) १ सप्टेंबर,

(क) १ जानेवारी,

(ड) १ एप्रिल

४. EPCG (ई पी सी जी) योजना ……… म्हणूनही ओळखली जाते.

(अ) शून्य शुल्क EPCG (ई पी सी जी),

(ब) समान शुल्क EPCG (ई पी सी जी),

(क) अतिरिक्त शुल्क EPCG (ई पी सी जी),

(ड) इक्विटी शुल्क EPCG (ई पी सी जी)

५. EOU (ई ओ यू) चा अर्थ ……………….

(अ) चौकशीभिमुख संस्था,

(ब) संस्थेची स्थापना ,

(क) समानताभिमुख संस्था,

(ड) निर्यातीभिमुख संस्था

उत्तरे: १-अ, २-ब, ३-क, ४-अ, ५-ड

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. ………. कर, जे घाऊक बाजार संस्थांद्वारे आकारले जाणारे बाजार शुल्क आहे.

२. ………. मध्ये, भारत सरकारने परदेशात भारतीय उत्पादने आणि वस्तूंच्या निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी MDA (एम डी ए) निधीची स्थापना केली.

३. ……………….. २० निर्यात प्रोत्साहन परिषद, अनुदान देणाऱ्या संस्था आणि FIEO (एफ आय ई ओ), IIFT (आय आय एफ टी) आणि इतर मंजूर संस्थांना अनुदान उपलब्ध आहे.

४. निर्यातदारांना सर्व उत्पादनांवर अधिसूचित क्षेत्रामध्ये त्यांच्या निर्यातीच्या FOB (एफ ओ बी) मूल्याचे …… करमुक्त पतपुरवठा केला जातो

५. मार्च २००२ मध्ये, ……….. योजना जाहीर करण्यात आली.

उत्तरे:

१- मंडी/ बाजार ,

२- १९६३,

३- MDA (एम डी ए),

४- ३%,

५- ASIDE (ए एस आय डी ई)

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. MDA (एम डी ए) समिती खर्चावर नियंत्रण ठेवते आणि अनेक उपशीर्षके अंतर्गत सहाय्य प्रदान केले जाते.

२. MDA (एम डी ए) योजना "केंद्रीत वस्तू आणि केंद्रीत बाजारपेठ " या संकल्पनेवर आधारित आहे.

३. EPCG (ई पी सी जी) योजना ही भांडवली वस्तूंची आयात सुलभ करून भारताची उत्पादन स्पर्धात्मकता वाढवण्यासाठी आहे.

४. भारत सरकारने "बाजारपेठ मदत उपक्रमशीलता (MDA - एम डी ए)" नावाचा एक कार्यक्रम सुरू केला आहे.

५. RoDTEP (आर ओ डी टी ई पी) ही योजना १ जानेवारी २०२१ पासून लागू झाली.

उत्तरे:

बरोबर: १,३ आणि ५

चूक : २ आणि ४

१०.८ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

११

निर्यात प्रोत्साहन आणि सहाय्य - २

प्रकरण संरचना

११.० उद्दिष्टे
११.१ प्रस्तावना
११.२ भारतीय निर्यातदारांना संस्थात्मक सहाय्य
११.३ भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ (FIEO)
११.४ भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना (ITPO)
११.५ भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ (FICCI)
११.६ निर्यात प्रोत्साहन परिषदा (EPCs)
११.७ वस्तू मंडळे (CBs)
११.८ भारतीय परकीय व्यापार संस्था (IIFT)
११.९ भारतीय वस्तू बांधणी (आवेष्टन) संस्था (IIP)
११.१० सारांश
११.११ स्वाध्याय
११.१२ संदर्भ

११.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- भारतीय निर्यातदारांना संस्थात्मक सहाय्य समजून घेणे
- भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ (FIEO) वर चर्चा करणे
- भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना (ITPO) स्पष्ट करणे
- भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ (FICCI) चे विश्लेषण करणे
- निर्यात प्रोत्साहन परिषद (EPC), वस्तू मंडळे (CBs), भारतीय परकीय व्यापार संस्था (IIFT), भारतीय वस्तू बांधणी संस्था (IIP) समजून घेणे

११.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

निर्यात विपणन संस्था या विशेष संस्था आहेत ज्या निर्यात व्यापार हाताळतात. ते भारतीय वस्तू आणि सेवांच्या निर्यातीचे प्रभारी आहेत. या संस्था परकीय बाजारपेठेची तपासणी करतात आणि मिळालेल्या आणि गोळा केलेल्या मागणीच्या आधारे परकीय खरेदीदारांना

माल पाठवण्याची व्यवस्था करतात. ते निर्यात विपणन प्रक्रिया कार्यक्षमतेने व्यवस्थापित करण्यासाठी आवश्यक सुविधा आणि निर्यात कर्मचारी देखील राखतात. निर्यात संस्था त्यांचे स्वतःचे निर्यात व्यापार व्यवहार करतात. निर्यात विपणन कार्यांसाठी, त्यांच्याकडे निर्यात विभाग किंवा गट असतो.

११.२ भारतीय निर्यातदारांना संस्थात्मक सहाय्य (INSTITUTIONAL ASSISTANCE TO INDIAN EXPORTERS)

मोठ्या प्रमाणावर निर्यातीसाठी आर्थिक सहाय्य आवश्यक आहे. हे उत्पादन, मालाची वस्तू बांधणी आणि इतर कारणांसाठी आवश्यक आहे. निर्यात व्यापारात दीर्घ कालावधीनंतर देयक प्राप्त होते, परंतु उत्पादन आणि इतर प्रक्रियांसाठी सतत निधीची आवश्यकता असते. निर्यातदारांना सढळ कर्ज सुविधा उपलब्ध करून देण्यासाठी भारतात प्रयत्न केले जात आहेत. व्यापारी आणि सार्वजनिक क्षेत्रातील बँकांसोबत, RBI, EXIM बँक आणि ECGC व्यापारी बँकांना निर्यातदारांना सढळ पतपुरवठा करण्यास प्रोत्साहित करण्यात सकारात्मक भूमिका बजावतात.

भारतातील बहुतांश निर्यात वित्तपुरवठा व्यावसायिक बँका करतात. त्या अनुकूल अटी व शर्तींसह प्राधान्यपूर्व आणि निर्यातित्तोर वित्तपुरवठा देतात. RBI देखील पुनर्वित्त सुविधा प्रदान करून व्यावसायिक बँकांच्या आर्थिक संसाधनांना पूरक बनते. थोडक्यात, भारतीय निर्यातदारांना आर्थिक सहाय्य करण्यात व्यापारी बँका महत्त्वाची भूमिका बजावतात. बँकांच्या उदार/सढळ, सरलीकृत आणि आकर्षक आर्थिक आणि आर्थिकेतर सेवांमुळे निर्यात व्यवसाय अधिक आकर्षक आणि फायदेशीर झाला आहे.

११.२.१ निर्यात वित्तामध्ये व्यावसायिक बँकांची भूमिका (Role of Commercial Banks in Export Finance):

एकूण निर्यात वित्ताचा मोठा हिस्सा व्यापारी बँकांचा असतो. त्या निर्यातदारांना निर्यात-पूर्व आणि निर्यातित्तोर अशा दोन्ही टप्प्यांवर आर्थिक सहाय्य करण्यास प्राधान्य देतात.

निर्यात करणाऱ्या समुदायासाठी व्यावसायिक बँकांच्या सेवा दोन वर्गांमध्ये विभागल्या जाऊ शकतात:

१. आर्थिक सेवा (निधी-आधारित सहाय्य म्हणूनही ओळखले जाते).

२. आर्थिकेतर (याला निधीशिवाय सहाय्य असेही संबोधले जाते.)

१. आर्थिक सेवा/निधी आधारित सहाय्य (Financial services / fund based Assistance):

या सेवा विकासाच्या विविध टप्प्यांवर आगाऊ रकमा, पतपुरवठा आणि कर्जाचे रूप घेतात, तसेच निर्यात व्यापार व्यवहार करतात. खालील दोन प्रकारचे आर्थिक सहाय्य उपलब्ध आहे.

अ) निर्यात-पूर्व वित्तपुरवठा आणि

ब) निर्यातित्तोर वित्तपुरवठा

अ) निर्यात-पूर्व वित्तपुरवठा (Pre-shipment Finance):

निर्यात वित्तपुरवठा च्या धड्यात स्पष्ट केल्याप्रमाणे, मालाच्या वास्तविक निर्यातीपूर्वी निर्यात-पूर्व निधीच्या स्वरूपात पतपुरवठा केला जातो किंवा कर्जाच्या स्वरूपात उपलब्ध केला जातो. हे निधी निर्यातदाराला कच्चा माल आणि घटक तसेच उपकरणे आणि यंत्रसामग्री खरेदी करण्यात, निर्यातीसाठी मालाचे उत्पादन किंवा साठवणूक करण्यात मदत करतात.

निर्यात-पूर्व वित्तपुरवठा खालील स्वरूपात उपलब्ध आहे:

(१) बांधणी (आवेष्टनासाठी) विस्तारित पतपुरवठा

(२) बांधणी पतपुरवठा कर्ज (तारण ठेवून)

(३) बांधणी पतपुरवठा कर्ज (नजरगहाण)

(४) सुरक्षित नौवहन कर्ज

(५) सातत्याने येणाऱ्या पतपत्रासाठी आगाऊ रक्कम

(६) रेड क्लॉज पतपत्रासाठी आगाऊ रक्कम

(७) आगाऊ परवाना हक्काप्रती आयात बांधणी पतपुरवठा

(८) परकीय चलन प्रणालीमध्ये निर्यात पूर्व पतपुरवठा

(९) निर्यातीसाठी थेट प्राप्त झालेल्या धनादेश/ दर्शनी हुंडी (धनाकर्ष) /इ. च्या आगाऊ देयकांच्या प्रक्रीयेसाठी प्राप्त झालेले कर्ज / पतपुरवठा.

या प्रकारच्या निर्यात पूर्व वित्तपुरवठ्याची आधीच वित्त प्रकरणात चर्चा केली गेली आहे.

ब) निर्यातित्तोर वित्तपुरवठा (Post-shipment Finance):

माल पाठवल्यानंतरच निर्यातित्तोर वित्तपुरवठा उपलब्ध होतो. हे खालील स्वरूपात उपलब्ध आहे:

(१) पतपत्रा अंतर्गत काढलेल्या देयकांच्या वाटाघाटी केल्या जातात.

(२) पुष्टी केलेल्या मागणी अंतर्गत खरेदी / देयक सवलत

(३) संकलनासाठी पाठवलेल्या देयकांचे आगाऊ प्रदान.

(४) मालाच्या आधारे आगाऊ निर्यात उचल.

(५) न काढलेल्या शिल्लकांवर आधारित आगाऊ रक्कम.

(६) शुल्क परताव्यावर आगाऊ हक्क.

(७) प्रतिधारण पैशावर (Retention Money) आगाऊ रक्कम

(८) स्थगित प्रदान व्यवस्था, परिपूर्ण प्रकल्प, बांधकाम करार, इत्यादीद्वारे निर्यात वित्तपुरवठा.

(९) परकीय चलनात निर्यातित्तोर पतपुरवठा.

(१०) निर्यातीभिमुख संस्था (EOU)ना अल्प-मुदतीचे स्वयं विलोपी (Self-liquidating) कर्ज

(११) संभाव्य निर्यातीवर आगाऊ रक्कम.

(१२) स्थगित देयकांवर आगाऊ रक्कम.

या प्रकारच्या निर्यातित्तोर कर्जपुरवठ्याची चर्चा निर्यात वित्त पुरवठा या प्रकरणामध्ये केली आहे.

२. आर्थिकेतर सेवा / निधीशिवाय सहाय्य (Non-financial Services / Non-fund based Assistance):

आर्थिक सेवांव्यतिरिक्त, व्यावसायिक बँका देखील आर्थिकेतर सेवा देतात. ते खाली सूचीबद्ध आहेत.

अ) बँक हमी (Bank Guarantees):

व्यावसायिक बँकां परकीय खरेदीदारांना अनुकूल अशा हमी आणि बोली-रोखे प्रदान करण्यासाठी अधिकृत आहेत. स्थगित प्रदान, बांधकाम करार, सुसंगती आणि तांत्रिक सेवा करार आणि परिपूर्ण प्रकल्प अंतर्गत भांडवली वस्तूंची निर्यात वगळता, हमी जारी करण्यासाठी RBI ची कोणतीही पूर्वपरवानगी आवश्यक नाही.

खालील विविध बँक हमी आहेत:

(१) बोली-रोखे (बिड-बॉन्ड्स - Bid-Bonds): निर्यातदारांना जागतिक निविदांमध्ये सहभागी होण्यासाठी आणि किंमती उद्धृत करण्यासाठी बँका बिड-बाँड जारी करतात.

(२) कार्यप्रदर्शन हमी (Performance Guarantees): भांडवली वस्तूंची निर्यात, परिपूर्ण प्रकल्प आणि बांधकाम कराराच्या बाबतीत ही सामान्यत: आवश्यक असते.

(३) आगाऊ प्रदान हमी (Advance Payment Guarantee): जर निर्यातदार बोली लावल्यानंतर किंवा निविदा भरल्यानंतर करार जिंकला, तर परकीय खरेदीदार कराराच्या विरोधात आगाऊ रक्कम देऊ शकतो. अशा आगाऊ निधीसाठी आयातदाराला बँक हमी आवश्यक असू शकते.

(४) **प्रतिधारण पैसे देण्याची हमी (Guarantee for payment of Retention Money):** कराराची कामगिरी आणि पूर्ण होण्यासाठी सुरक्षा म्हणून, खरेदीदार पूर्ण देय देऊ शकत नाही परंतु करार पूर्ण होईपर्यंत त्याचा काही भाग ठेवू शकतो. आयातदारांनी ठेवलेल्या पैशाच्या बदल्यात बँकर्स निर्यातदारांना हमी देऊ शकतात.

(५) **परकीय चलनात कर्जाची हमी (Guarantee for loans in foreign currency):** भारतीय निर्यातदारांना निर्यात प्रकल्पांना वित्तपुरवठा करण्यासाठी परकीय चलनात निधी उभारावा लागू शकतो. इतर देशांतील वित्तीय संस्थांना कर्जासाठी बँक हमी आवश्यक आहे. अशा हमी व्यावसायिक बँकांकडूनही दिल्या जातात.

ब) आयातदारांचे पतयोग्यता निर्धारण (Credit rating of Importers):

बँका निर्यातदारांच्या विनंतीनुसार आयातदारांचे पतयोग्यता निर्धारण करतात. ते त्यांच्या पतयोग्यतेबद्दल माहिती गोळा करतात आणि निर्यातदारांना देतात.

क) परकीय चलनाची माहिती (Information about foreign exchange):

रुपयाच्या परिवर्तनीयतेमुळे परकीय चलनाचे व्यवस्थापन करणे आता सोपे काम राहिलेले नाही. बँका या संदर्भात विनिमय गुणोत्तर, पूर्ण विनिमय दर (forward premium) आणि द्वैध रक्षण (hedging instruments) साधनांबद्दल उपयुक्त माहिती प्रदान करतात. ते परकीय चलन व्यवस्थापनावरही सल्ला देतात.

ड) डॉलर खाती (Dollar Accounts):

२५% डॉलर खाते उघडून व्यावसायिक बँका त्यांच्या ग्राहकांना सेवा देतात. या खात्याअंतर्गत, निर्यातदाराला त्याला मिळालेल्या एकूण परकीय चलनापैकी २५% रक्कम भारतीय बँकेतील खात्यांमध्ये ठेवण्याची परवानगी आहे. ही खाती निर्यातदारांना परकीय चलनाची देयके पूर्ण करण्यात मदत करतात.

इ) दस्तऐवज, नियम आणि विनियम (Documents, Rules and Regulations):

बँका निर्यातदारांना परकीय व्यापार नियम आणि नियमन तसेच दस्तऐवजांबद्दल सल्ला देतात.

फ) परकीय चलनात पावत्या (चालान/ बीजक) बनवणे (Invoicing in Foreign Currency):

खरेदीदार त्याला सामान्यतः स्वीकार्य असलेल्या परकीय चलनात पावत्या (चालान/ बीजक) करण्याचा आग्रह धरू शकतो. करार जर प्रमुख चलनांसाठी नसेल तर, बँका या विषयावर आवश्यक माहिती प्रदान करतात, जसे की हे चलन विक्रीयोग्य आहे की नाही.

ग) पतपत्राची पुष्टी (Confirmation of Letter of Credit):

बँका मोठ्या चलनांमध्ये नसलेल्या पत पत्रांची पुष्टी देखील करतात.

ह) परकीय चलनातील पुढील बदल (Forward Exchange Contracts):

मोठ्या प्रमाणात निर्यात कराराच्या सुरुवातीच्या आणि शेवटच्या दरम्यान परकीय चलन दर चढ-उतार होतात, ज्यामुळे विनिमय दर चढ-उतार होण्याचा धोका असतो. भविष्यातील व्यवहारांसाठी आगाऊ दर निश्चित करून या जोखमींचे बचाव करून बँका निर्यातदारांना महत्त्वाची सेवा देतात. बदलत्या विनिमय दराला Forward Exchange Rate हे नाव दिलेले आहे.

य) चलन सेवांसाठी चलन/ बीजक (Currency for invoicing Services):

सर्व चलने सहज उपलब्ध नसल्यामुळे आणि त्यांचे मोचन (Release) करण्यासाठी पूर्वपरवानगी आवश्यक असल्यामुळे बँका सेवांच्या पावत्या (चालान/ बीजक) साठी परकीय चलने प्रदान करतात.

ज) इतर बँक सेवा (Other Bank Services):

(१) बँक ड्राफ्ट जारी करणे,

(२) देयके गोळा करणे,

(३) RBI ला GR फॉर्मच्या नक्कल (Duplicate) प्रती पाठवणे,

(४) निर्यात विक्री मूल्यासाठी बँक प्रमाणपत्र जारी करणे, जे निर्यात प्रोत्साहनाचा दावा करण्यासाठी उपयुक्त आहेत. इ.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) रिकाम्या जागा भरा:

१. भारतीय निर्यातदारांना आर्थिक सहाय्य करण्यात ----------- बँका महत्त्वाची भूमिका बजावतात.

२. निर्यात व्यापारात ----- कालावधीनंतर देयक प्राप्त होते.

३. निर्यातित्तोर वित्तपुरवठा माल -------- उपलब्ध होतो.

४. ---- % डॉलर खाते उघडून व्यावसायिक बँका त्यांच्या ग्राहकांना सेवा देतात.

५. मोठ्या प्रमाणात निर्यात कराराच्या सुरुवातीच्या आणि शेवटच्या दरम्यान परकीय चलन दर ----- होतात.

ब) थोडक्यात उत्तरे द्या:

१. निर्यात-पूर्व वित्तपुरवठा निर्यातदाराला कशा प्रकारे मदत करतात?

२. विविध बँक हमी कोणत्या आहेत?

३. आगाऊ प्रदान हमीची आयातदाराला कधी आवश्यक भासते?

४. डॉलर खाती निर्यातदारांना कशी मदत करतात?

५. निर्यात वित्तामध्ये आर्थिकेतर सेवांच्या प्रकारात इतर बँक सेवा कोणत्या आहेत?

क) योग्य जोड्या जुळवा:

अ		ब	
१.	आर्थिक सेवा	अ	निधीशिवाय सहाय्य
२.	निर्यात-पूर्व वित्तपुरवठा	ब	निधी-आधारित सहाय्य
३.	आर्थिकेतर सेवा	क	निर्यातदारांना परकीय चलनाची देयके पूर्ण करण्यात मदत करतात
४.	डॉलर खाती	ड	मालाच्या आधारे आगाऊ निर्यात उचल
५.	निर्यातित्तोर वित्तपुरवठा	इ	सुरक्षित नौवहन कर्ज

११.३ भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ [(FEDERATION OF INDIAN EXPORT ORGANIZATIONS (FIEO)]

भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ (FIEO) ही भारतातील विविध निर्यात प्रोत्साहन संस्थांसाठी असलेली एक सर्वंकष (एकाश्रयी) संघटना आहे. तिची स्थापना ऑक्टोबर १९६५ मध्ये झाली. ही जागतिक बाजारपेठेत भारतीय उद्योजकांच्या उद्यमशीलत वृत्तीचे उदाहरण देते. ही देशाच्या आर्थिक आणि व्यापार धोरणांच्या अनुषंगाने विकसित झाली आहे, जी भारताच्या विस्तारित आंतरराष्ट्रीय व्यापाराला आशय, दिशा आणि जोर प्रदान करते. सर्व भारतीय निर्यात प्रोत्साहन संस्थांसाठी एक सर्वंकष (एकाश्रयी) संघटना म्हणून, FIEO भारतीय निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी भारत सरकारशी सहयोग करते.

११.३.१ भारतीय निर्यात संघटनांच्या महामंडळाची कार्ये (The vital purposes of Federation of Indian Export Organizations)

(१) आंतरराष्ट्रीय संबंध (International connections):

भारत आणि जागतिक व्यावसायिक नेत्यांमध्ये थेट संवाद आणि परस्परसंवाद सुलभ करण्यासाठी याने अनेक देशांमधील समकक्ष संघटनांशी तसेच आंतरराष्ट्रीय संस्थांशी मजबूत संबंध प्रस्थापित केले आहेत.

ही संयुक्त राष्ट्र व्यापार विकास परिषद (UNCTAD) मध्ये राष्ट्रीय गैर-सरकारी संस्था म्हणून नोंदणीकृत आहे . या संघटनेस संयुक्त राष्ट्रे (UN) संस्था आणि आंतरराष्ट्रीय नाणे निधी (IMF), आशियाई विकास बँक (ADB), आशिया आणि पॅसिफिकसाठी आर्थिक आणि सामाजिक आयोग (ESCAP), जागतिक बँक (WB), अन्न आणि कृषी संघटना (FAO), संयुक्त राष्ट्र औद्योगिक विकास संघटना (UNIDO) आणि इतर यांसारख्या आंतरराष्ट्रीय संस्थांकडून निर्मित झालेल्या माहिती आणि आधारसामग्री (Data) पर्यंत थेट पोहोचण्याची मुभा आहे.

(२) माहितीचा प्रसार Information Dissemination):

यामध्ये माहितीच्या देवाणघेवाणीसाठी तसेच अनेक परदेशातील वाणिज्य आणि व्यापार आणि उद्योग संघटनांशी संपर्क साधण्यासाठी द्विपक्षीय करार आहेत.

(३) सरकारशी संपर्क (Liaoning with Government):

ते केंद्र आणि राज्य (प्रादेशिक) सरकारांना धोरणात्मक शिफारसी करते. हे भारतातील आणि परदेशातील सरकार आणि व्यावसायिक संस्थांमधील संपर्क प्रस्थापित करण्यात मदत करते.

(४) बाजार विकास सहाय्य [Market Development Assistance (MDA)]:

भारताच्या वाणिज्य मंत्रालयाचे सरकार, FIEO द्वारे, मान्यताप्राप्त निर्यातदारांनी केलेल्या खर्चाची काही टक्के परतफेड करते, जसे की सर्व प्रकारची निर्यात गृहे, विक्री आणि अभ्यास दौरे, परदेशातील प्रदर्शने आणि मेळावे आणि परकीय माध्यमांतील जाहिराती.

(५) बाजार संशोधन आणि विकास विभाग (Department of Market Research and Development):

बाजार संशोधन आणि विकास विभाग निर्यातदारांना खालील सेवा पुरवतो:

राजदूत आणि येणारे शिष्टमंडळ यांच्या सोबत बैठका आयोजित करणे, आणि खरेदी मोहिमेची व्यवस्था करणे, शिष्टमंडळांना आमंत्रित करणे, भारत आणि परदेशात व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शने आयोजित करणे, परकीय कार्यालये आणि गोदामे उघडणे, आंतरराष्ट्रीय प्रचारासाठी चर्चासत्रे आयोजित करणे. व्यापार, आणि परदेशात नवीन FIEO कार्यालये उघडणे.

(६) प्रसिद्धी विभाग (Public Relations Department):

FIEO प्रसिद्धी विभाग खालील कार्यांसाठी जबाबदार आहे:

निवडक तयार उत्पादनांना भारतात आणि परदेशातील लोकांसमोर आणण्यासाठी भारतीय आणि आंतरराष्ट्रीय दैनिकांमध्ये विविध विशेष पुरवणी प्रकाशित करणे, भारतातील सुप्रसिद्ध ब्रँडचा प्रचार करण्यासाठी NEPC (National Education Policy Centre)

वाहिनी वर त्या वाहिनी द्वारे सेवा दिल्या जाणाऱ्या विविध देशांमध्ये भाग तयार करणे आणि प्रसारित करणे. परकीय खरेदीदारांची नावे, पत्ते देणारी मार्गदर्शक पुस्तिका तसेच भारतीय निर्यातदारांचे नावे, पत्ते देणारा मार्गदर्शक कोष प्रकाशित केला आहे. ते भारताच्या आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील घडामोडी समाविष्ट करण्यासाठी "FIEO NEWS" हे पाक्षिक मासिक प्रकाशित करते.

११.४ भारतीय व्यापार वृद्धी संघटना [(INDIA TRADE PROMOTION ORGANIZATION (ITPO)]

व्यापार विकास प्राधिकरण (TDA) आणि भारतीय व्यापार जत्रा परिषद (TFAI) यांच्या विलीनीकरणानंतर, भारत सरकारच्या वाणिज्य मंत्रालयाने १ जानेवारी १९९२ रोजी भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेची स्थापना केली, तिचे मुख्यालय नवी दिल्ली येथे आहे. तिची भारतात मुंबई, बंगलोर, कोलकाता, कानपूर आणि चेन्नई येथे पाच प्रादेशिक कार्यालये आहेत. तसेच जर्मनी, जपान, संयुक्त अरब अमिराती आणि संयुक्त राष्ट्रांमध्ये चार प्रादेशिक कार्यालये आहेत.

भारतातील प्रमुख व्यापार प्रोत्साहन संस्था म्हणून, ITPO द्विपक्षीय व्यापाराच्या वाढीला, विशेषतः भारताच्या निर्यातीला, तसेच विविध उद्योग विभागांचे तांत्रिक प्रगती आणि आधुनिकीकरणासाठी उत्प्रेरक करण्यासाठी व्यापार आणि उद्योगांना विस्तृत सेवा देते.

११.४.१ व्यापार वृद्धी संघटनेचे कार्य (Function of Indian Trade Promotion Organisation):

भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेची कार्ये किंवा उपक्रम खालीलप्रमाणे आहेत.

(१) व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शने आयोजित करणे (Putting on trade shows and exhibitions):

ITPO भारत आणि परदेशात व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शने आयोजित करते, तसेच भारतीय निर्यातदारांसाठी परदेशात व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होण्यासाठी विक्रीकेंद्रे (Stalls)/जागा आरक्षित करते. ITPO ही भारत आणि परदेशात व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शने आयोजित करून भारत सरकारची जनसंपर्क शाखा म्हणून काम करते.

(२) प्रसिद्धी (Publicity):

परकीयांनी भारताला भेट द्यावी आणि असे व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी व्हावे यासाठी ते भारतातील व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांचे आयोजन करण्यास प्रोत्साहन देते .

(३) माहितीचे संकलन (Information Collections):

ITPO जगभरातील आगामी व्यापार मेळा आणि प्रदर्शनांची माहिती गोळा करते. प्रदर्शनाचे ठिकाण किंवा स्थळ, प्रदर्शनाची तारीख आणि कालावधी, प्रदर्शित होणारी उत्पादने, विक्रीकेंद्रे/जागेच्या आरक्षणा संबंधित औपचारिकता इत्यादींबाबत माहिती गोळा केली जाते.

(४) माहितीचा पुरवठा (Information Supply):

ITPO भारतीय पक्षांना आंतरराष्ट्रीय व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांबद्दल माहिती देते. अशी माहिती भारतीय पक्षांना किंवा निर्यातदारांना आंतरराष्ट्रीय व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होण्याबाबत माहितीपूर्ण निर्णय घेण्यासाठी उपयुक्त ठरू शकते.

(५) शिष्टमंडळे (Delegations):

व्यापार शिष्टमंडळांना निमंत्रित केली जातात आणि भारतीय व्यापार शिष्टमंडळे परदेशात पाठवली जातात. ITPOला भारतीय वस्तूंच्या मागणी मिळतात. याशिवाय, बाजार संशोधन करण्यासाठी आणि भारतीय वस्तूंच्या पुरवठ्यासाठी करारावर स्वाक्षरी करण्यासाठी भारतीय व्यापारी शिष्टमंडळे परदेशात पाठवली जाऊ शकतात.

(६) परदेशातील व्यापार मेळ्यांमध्ये जागेचे आरक्षण (Reservation of Space at Overseas Trade Fairs):

ITPO भारतीय निर्यातदारांसाठी आवश्यक जागा/ विक्रीकेंद्र आरक्षित करते. यामुळे भारतीय निर्यातदारांना आंतरराष्ट्रीय व्यापार आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होता येते.

(७) सल्लागार सेवा (Consulting Services):

हे भारतीय निर्यातदारांना भारत आणि परदेशातील व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होण्यात आणि त्यांची उत्पादने प्रदर्शित करण्यात मदत करते.

(८) चर्चासत्रे आणि कार्यशाळा (Seminars and workshops):

ITPO निर्यातदारांना भारत आणि परदेशात आयोजित मेळे आणि प्रदर्शनांबद्दल माहिती/मार्गदर्शन देण्यासाठी चर्चासत्रे/कार्यशाळा आयोजित करते. ITPOचे नवी दिल्लीतील मुख्यालय आता व्यापार माहिती केंद्र आहे. ते आयात आणि निर्यात व्यापारावरील माहितीचा सर्वात विश्वासार्ह स्त्रोत मानला जातो.

११.५ भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ [(THE FEDERATION OF INDIAN CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY (FICCI)]

FICCI हे फेडरेशन ऑफ इंडियन चेंबर्स ऑफ कॉमर्स अँड इंडस्ट्रीचे (भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ) संक्षिप्त रूप आहे. FICCI ची स्थापना १९२७ मध्ये महात्मा गांधींनी भारतीय व्यावसायिक संस्थांचे एकत्रितपणे प्रतिनिधित्व करणारी एक संस्था असावी या विधानावर केली होती. घनश्याम दास बिर्ला आणि पुरुषोत्तमदास ठाकूरदास यांनी FICCI ची स्थापना केली.

भारताच्या स्वातंत्र्यलढ्यातील इतिहासासह, FICCI ही देशातील सर्वात जुनी आणि सर्वात शक्तिशाली व्यावसायिक संस्था म्हणून उदयास आली आहे. भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघाचे अंदाजे ३,००,००० सदस्य आहेत, ज्यात प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्षपणे सार्वजनिक आणि खाजगी क्षेत्रातील कंपन्या, बहुराष्ट्रीय कंपन्या, लघु आणि मध्यम

आकाराचे उद्योग आणि उद्योग संघटना यांचा समावेश आहे. FICCI चे मुख्यालय राष्ट्रीय राजधानी नवी दिल्ली येथे आहे.

भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ, एक गैर-सरकारी, ना-नफा संस्था म्हणून, भारतातील व्यावसायिक संस्था आणि उद्योगांचे व्यासपीठ (प्रतिनिधित्व/ व्यक्त होण्याचे माध्यम) म्हणून काम करते.

११.५.१ FICCI ची कार्ये (Functions of FICCI):

(१) धोरण तयार करण्यात भूमिका (Role in policy making):

आर्थिक आणि वित्तीय धोरणे तयार करण्यात FICCI महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. धोरणकर्ते, सरकार आणि नागरी समाज यांना सामील करून घेऊन, भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ उद्योगांची मते आणि सूचना मांडून धोरणांवर प्रभाव पाडते.

(२) परकीय देशांच्या समान संघटनांसह संयुक्तपणे कार्य करते (Jointly works with similar associations of foreign countries):

जागतिक मंचांवर भारतीय उद्योगाचे प्रतिनिधित्व करण्यासाठी व्यापार वाढ आणि उद्योग भागीदारी या क्षेत्रात जगभरातील संयुक्त व्यवसाय परिषद आणि खाजगी औद्योगिक आघाड्यांसोबत काम करते.

(३) मार्गदर्शन आणि शिक्षण प्रदान करते (Provides guidance and education):

व्यावसायिक समुदायासाठी उपयुक्त माहितीपूर्ण जर्नल्स प्रकाशित करून ते तिच्या सदस्य संस्थेला मार्गदर्शन आणि शिक्षण प्रदान करते. आणि परस्पर समस्या सोडवण्याच्या चर्चेची सोय करून त्यांच्यामध्ये मध्यस्थ म्हणून कार्य करते.

(४) विविध कार्यक्रम आणि उपक्रम आयोजित करते (Conducts various programs and events):

विविध आगामी आणि विद्यमान सरकारी धोरणांवर चर्चा आणि परिसंवाद करण्यासाठी कार्यशाळा, परिसंवाद, व्यवसाय बैठका आणि परिषदा आयोजित केल्या जातात.

(५) सरकारला मदत (Assistance to government):

परकीय देशांसोबत व्यापार वाटाघाटींमध्ये सरकारला मदत करते आणि इतर देशांतील अर्थव्यवस्था आणि व्यावसायिक वातावरणाचा अभ्यास करण्यासाठी अनुभवी कर्मचारी पाठवते.

(६) सदस्यांना मदत करते (Assists its members):

धोरण सुधारणा आणि व्यवस्थापन सूचनांमध्ये सदस्यांना मदत करते.

(७) निर्यातीची माहिती देते (Provides information on exports):

अनेक परकीय देशांच्या व्यापार वातावरणाचा आणि आयात नियमांचा अभ्यास करून, ते परकीय व्यापारातील संभाव्यता आणि नवीन घडामोडींवर विश्वासार्ह आणि मौल्यवान माहिती प्रदान करते.

(८) परकीय व्यावसायिक प्रतिनिधींसोबत चर्चा आमंत्रित करते आणि त्याचे आयोजन करते (Invites and arrange the talks with foreign business delegates):

सार्वजनिक आणि खाजगी दोन्ही क्षेत्रातील परकीय व्यावसायिक प्रतिनिधी मंडळांना आमंत्रित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते, जे परकीय व्यापार आणि परकीय गुंतवणूक सुधारण्यासाठी महत्त्वपूर्ण आहे.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. FIEO (एफ आय ई ओ) भारतीय निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी भारत / परकीय सरकारशी सहयोग करते.

२. भारताच्या वाणिज्य मंत्रालयाचे सरकार, FIEO (एफ आय ई ओ) द्वारे, मान्यताप्राप्त निर्यातदारांनी केलेल्या खर्चाची काही टक्के / सर्व रक्कम परतफेड करते.

३. ITPO (आय टी पी ओ)ची सल्लागार सेवा भारतीय निर्यात / आयातदारांना भारत आणि परदेशातील व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होण्यात मदत करते.

४. भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ, एक सरकारी / गैर-सरकारी संस्था म्हणून काम करते.

५. FICCI (एफ आय सी सी आय) व्यावसायिक / आर्थिक समुदायासाठी उपयुक्त माहितीपूर्ण जर्नल्स प्रकाशित करते.

ब) व्याख्या लिहा:

१. FIEO (एफ आय ई ओ)

२. ITPO (आय टी पी ओ)

३. FICCI (एफ आय सी सी आय)

४. EOU (ई ओ यू)

५. WTO (डब्ल्यू टी ओ)

क) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. FIEO (एफ आय ई ओ) ने आंतरराष्ट्रीय संबंध प्रस्थापित केले आहेत.

२. FIEO (एफ आय ई ओ) बाजार संशोधन आणि विकास विभाग निर्यातदारांना विविध महत्वपूर्ण सेवा पुरवतो.

३. ITPO (आय टी पी ओ) भारत सरकारची जनसंपर्क शाखा म्हणून काम करते.

४. ITPO (आय टी पी ओ) भारतीय वस्तूंना मागणी मिळण्यासाठी शिष्टमंडळांबद्दल महत्वाची भूमिका बजावते.

५. FICCI (एफ आय सी सी आय) धोरणे तयार करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते.

११.६ निर्यात प्रोत्साहन परिषदा [(EXPORT PROMOTION COUNCIL (EPCs)]

निर्यात प्रोत्साहन परिषद या ना-नफा (Non-Profit) संस्था आहेत ज्या परिस्थितीनुसार कंपनी कायदा किंवा सोसायटी नोंदणी कायदा अंतर्गत नोंदणीकृत आहेत. केंद्र सरकार त्यांना आर्थिक मदत करते. नवीन EXIM धोरणाने हे स्पष्ट केले आहे की EPCs साठी सरकारचा पाठिंबा, मग तो आर्थिक असो किंवा अन्य कोणतेही, त्यांना सोपवलेली कार्ये पार पाडण्याच्या त्यांच्या क्षमतेवर अवलंबून असेल. EPCs च्या सदस्यत्वाचे लोकशाहीकरण, EPC पदाधिकाऱ्यांच्या नियमित लोकशाही निवडणुका आणि EPCs च्या खात्यांचे वेळेवर लेखापरीक्षण इ. त्याचाच भाग आहेत.

भारतात, सध्या २४+३ EPC कार्यरत आहेत. खालील विविध EPC आहेत:

परिधान EPC, मूलभूत रसायने, औषधे आणि सुती कापड EPC, गालिचा EPC, काजू EPC, अभियांत्रिकी EPC, हिरे आणि जवाहिर EPC, हातमाग EPC, भारतीय सिल्क EPC, चर्म निर्यात परिषद, प्लास्टिक आणि लिनोलियम EPC, सिंथेटिक आणि रेयॉन कापड EPC, खेळाच्या वस्तू EPC, लाख EPC, लोकर आणि लोकरी वस्तू EPC, इलेक्ट्रॉनिक आणि संगणक सॉफ्टवेअर EPC, हस्तकला EPC, निर्यात प्रोत्साहन परिषद, भारतीय प्रकल्प निर्यात प्रोत्साहन परिषद, औषधे EPC, ताग उत्पादक विकास परिषद, लोकर उद्योग EPC

इतर EPCs मध्ये कृषी आणि प्रक्रिया केलेले अन्न उत्पादन निर्यात विकास प्राधिकरण, भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ आणि सागरी उत्पादने निर्यात विकास प्राधिकरण यांचा समावेश होतो.

११.६.१ निर्यात प्रोत्साहन परिषदेची कार्ये/भूमिका (Functions/Role of Export Promotion Councils):

(१) उत्पत्ति प्रमाणपत्र जारी करणे (Issue of Certificate of Origin):

काही देशांना मूळ प्रमाणपत्र समाविष्ट करण्यासाठी निर्यात आवश्यक आहे. EPC भारतातील एखाद्या निर्यातदाराला वस्तूंचे मूळ प्रमाणित करून मूळ प्रमाणपत्र जारी करू शकते.

(२) माहिती संकलन (Information Collection):

हे परदेशातील आयात, आयात नियम, प्रतिस्पर्धी, बाजारातील संभाव्यता आणि इतर परकीय व्यापार घडामोडींवर मौल्यवान माहिती गोळा करते.

(३) माहितीचा पुरवठा (Information Supply):

हे वाचकांना निर्यात व्यापाराच्या क्षेत्रातील सर्वात अलीकडील घडामोडींची माहिती देते. हे आंतरराष्ट्रीय व्यापाराच्या विविध पैलूंशी संबंधित असू शकते. परदेशात त्यांच्या विक्रीला प्रोत्साहन देण्यासाठी निर्यातदारांसाठी अशी माहिती महत्त्वपूर्ण आहे.

(४) परिसंवादाचे आयोजन (Organising Seminar):

हे आंतरराष्ट्रीय व्यापाराच्या विविध पैलूंवर चर्चासत्रे, कार्यशाळा, बैठका आणि परिषदांचे आयोजन करते. निर्यातदारांना अशा परिसंवाद आणि कार्यशाळांना उपस्थित राहण्यासाठी प्रोत्साहित केले जाते.

(५) व्यापार मेळे आणि प्रदर्शने (Trade Fairs and Exhibitions):

हे भारत आणि परदेशात व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शने आयोजित करण्यासाठी तसेच निर्यातदारांना अशा व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होण्यासाठी संबंधित अधिकाऱ्यांना मदत करू शकते. भारतीय निर्यातीला चालना देण्यासाठी ते खरेदीदार-विक्रेत्याच्या बैठकांचे आयोजन देखील करू शकते .

(६) शासनाकडे शिफारस (Recommendation to Government):

हे वर्तमान निर्यात समस्यांबद्दल सरकारी अधिकाऱ्यांना माहिती देते किंवा सल्ला देते आणि निर्यात वाढवण्यासाठी उपाय सुचवते. हे सरकारला नियमितपणे योग्य EXIM धोरणांबाबत सल्ला देते.

(७) व्यापार शिष्टमंडळे पाठवणे (Sending Trade Delegations):

विशिष्ट उत्पादनांच्या निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि सदस्य निर्यातदारांमध्ये अशा परदेशातील भेटींचे अहवाल प्रसारित करण्यासाठी देशांना व्यापार शिष्टमंडळे आणि

अभ्यास पथके पाठवण्याची व्यवस्था करते. याशिवाय, परकीय व्यापार शिष्टमंडळांना आमंत्रित केले जातात.

(८) व्यावसायिक सल्ला (Professional Advice):

ते निर्यातदारांना तंत्रज्ञानाची प्रगती, गुणवत्ता आणि रेखांकन (डिझाइन) सुधारणा, मानके आणि वैशिष्ट्ये, उत्पादन विकास आणि नाविन्य यासारख्या क्षेत्रात व्यावसायिक सल्ला देऊ शकते.

(९) परकीय बाजारपेठेचे अन्वेषण (Exploration of Overseas Markets):

हे निर्यातदारांना परकीय बाजारपेठेत मालाची निर्यात करण्यात आणि निर्यात क्षमता असलेल्या वस्तूंची ओळख करण्यास मदत करू शकते.

(१०) निर्यात जाणीव/ सबोधता विकसित करणे (Developing Export Consciousness):

ही संस्था आपल्या देशात निर्यात जाणीव/ सबोधता विकसित करण्यासाठी सर्वतोपरी प्रयत्न करते.

११.७ निर्यात वस्तू मंडळे [(COMMODITY BOARDS (CBs)]

निर्यात प्रोत्साहन परिषदांसह, भारत सरकारने उच्च निर्यात क्षमता असलेल्या अनेक वस्तूंसाठी वस्तू मंडळे स्थापन केले आहेत. ही मंडळे EPC ला पूरक आहेत आणि त्याच धर्तीवर कार्य करतात. CBचा वापर विशिष्ट वस्तूंच्या निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी केला जातो, विशेषतः पारंपारिक वस्तू जसे की चहा आणि कॉफी. वस्तू मंडळे प्राथमिक आणि पारंपारिक निर्यातीला चालना देण्यासाठी प्रभारी आहेत, तर निर्यात प्रोत्साहन परिषदा अपारंपारिक निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी प्रभारी आहेत.

११.७.१ वस्तू मंडळांची कार्ये - (Functions of Commodity Board):

वस्तू मंडळांची कार्ये आणि व्यवहार / उपक्रम EPC प्रमाणेच असतात:

(१) मूळ प्रमाणपत्रे जारी करणे

(२) माहितीचे संकलन

(३) माहितीचा पुरवठा

(४) परिसंवाद आयोजित करणे

(५) व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शने आयोजित करणे

(६) सरकारकडे शिफारस करणे

(७) व्यापारी शिष्टमंडळ पाठवणे

(८) व्यावसायिक सल्ला

(९) परदेशातील बाजारपेठांचे अन्वेषण

(१०) निर्यात चेतना विकसित करणे

(१) उत्पत्ति प्रमाणपत्र जारी करणे (Issue of Certificate of Origin):

काही देशांना मूळ प्रमाणपत्र समाविष्ट करण्यासाठी निर्यात आवश्यक आहे. CB भारतातील एखाद्या निर्यातदाराला वस्तूंचे मूळ प्रमाणित करून मूळ प्रमाणपत्र जारी करू शकते.

(२) माहिती संकलन (Information Collection):

हे परदेशातील आयात, आयात नियम, प्रतिस्पर्धी, बाजारातील संभाव्यता आणि इतर परकीय व्यापार घडामोडींवर मौल्यवान माहिती गोळा करते.

(३) माहितीचा पुरवठा (Information Supply):

हे निर्यात व्यापाराच्या क्षेत्रातील सर्वात अलीकडील घडामोडींची माहिती देते. हे आंतरराष्ट्रीय व्यापाराच्या विविध पैलूंशी संबंधित असू शकते. परदेशात त्यांच्या विक्रीला प्रोत्साहन देण्यासाठी निर्यातदारांसाठी अशी माहिती महत्त्वपूर्ण आहे.

(४) परिसंवादाचे आयोजन (Organising Seminar):

हे आंतरराष्ट्रीय व्यापाराच्या विविध पैलूंवर चर्चासत्रे, कार्यशाळा, बैठका आणि परिषदांचे आयोजन करते. निर्यातदारांना अशा परिसंवाद आणि कार्यशाळांना उपस्थित राहण्यासाठी प्रोत्साहित केले जाते.

(५) व्यापार मेळे आणि प्रदर्शने (Trade Fairs and Exhibitions):

हे भारत आणि परदेशात व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शने आयोजित करण्यासाठी तसेच निर्यातदारांना अशा व्यापार मेळावे आणि प्रदर्शनांमध्ये सहभागी होण्यासाठी संबंधित अधिकाऱ्यांना मदत करू शकते. भारतीय निर्यातीला चालना देण्यासाठी ते खरेदीदार-विक्रेत्याच्या बैठकांचे आयोजन देखील करू शकते .

(६) शासनाकडे शिफारस (Recommendation to Government):

हे वर्तमान निर्यात समस्यांबद्दल सरकारी अधिकाऱ्यांना माहिती देते किंवा सल्ला देते आणि निर्यात वाढवण्यासाठी उपाय सुचवते. हे सरकारला नियमितपणे योग्य EXIM धोरणांबाबत सल्ला देते.

(७) व्यापार शिष्टमंडळे पाठवणे (Sending Trade Delegations):

विशिष्ट उत्पादनांच्या निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि सदस्य निर्यातदारांमध्ये अशा परदेशातील भेटींचे अहवाल प्रसारित करण्यासाठी देशांना व्यापार शिष्टमंडळे आणि अभ्यास पथके पाठवण्याची व्यवस्था करते. याशिवाय, परकीय व्यापार शिष्टमंडळांना आमंत्रित केले जातात.

(८) व्यावसायिक सल्ला (Professional Advice):

ते निर्यातदारांना तंत्रज्ञानाची प्रगती, गुणवत्ता आणि रेखांकन (डिझाइन) सुधारणा, मानके आणि वैशिष्ट्ये, उत्पादन विकास आणि नाविन्य यासारख्या क्षेत्रात व्यावसायिक सल्ला देऊ शकते.

(९) परकीय बाजारपेठेचे अन्वेषण (Exploration of Overseas Markets):

हे निर्यातदारांना परकीय बाजारपेठेत मालाची निर्यात करण्यात आणि निर्यात क्षमता असलेल्या वस्तूंची ओळख करण्यास मदत करू शकते.

(१०) निर्यात जागरूकता वाढवणे (Increasing Export Awareness):

ही संस्था आपल्या देशात निर्यात जागरूकता वाढवण्यासाठी सर्वतोपरी प्रयत्न करते.

११.८ भारतीय परकीय व्यापार संस्था [(INTERNATIONAL INSTITUTE OF FOREIGN TRADE (IIFT)]

भारत सरकारने १९६३ मध्ये भारतीय परकीय व्यापार संस्थेची स्थापना सोसायटी नोंदणी कायद्यांतर्गत नोंदणीकृत स्वायत्त संस्था म्हणून केली. देशाच्या परकीय व्यापार व्यवस्थापनाचे व्यावसायिकीकरण करणे आणि मानव संसाधन विकास, माहिती निर्मिती, विश्लेषण आणि प्रसार आणि संशोधन याद्वारे निर्यात वाढवणे या प्राथमिक उद्दिष्टांसह त्याची स्थापना करण्यात आली.

११.८.१ भारतीय परकीय व्यापार संस्थेची कार्ये (Functions of Indian Institute of Foreign Trade):

भारतीय परकीय व्यापार संस्था खालील कार्ये करते.

(१) प्रशिक्षण (Training):

IIFTला आंतरराष्ट्रीय व्यवसाय प्रशिक्षण आणि उत्कृष्टतेचे शिक्षण केंद्र म्हणून मान्यता मिळाली आहे. आंतरराष्ट्रीय व्यवसायावर लक्ष केंद्रित करण्यामुळे आणि जागतिक दृष्टिकोनामुळे ते देशातील व्यवस्थापन प्रशिक्षण संस्थांमध्ये अद्वितीय आहे. हे एक प्रेरणादायी शिक्षण वातावरण प्रदान करते ज्यामध्ये हुशार तरुण विद्यार्थी प्रतिभावान सर्जनशील व्यावसायिकांमध्ये परिवर्तित होतात.

(२) माहिती संकलन (Information Collection):

IIFT आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेतील बाजाराचा अभ्यास आणि सर्वेक्षण करते. ते परकीय बाजारपेठेत भारतीय उत्पादनांच्या मागणीचा पूर्वानुमान प्रयत्न करते. हे ग्राहकांच्या पसंती आणि परकीय बाजारपेठेतील स्पर्धा देखील तपासू शकते.

(३) माहितीचा पुरवठा (Information Supply):

IIFT परकीय बाजारपेठेतील बाजाराचा अभ्यास आणि सर्वेक्षण करते. ते आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत भारतीय उत्पादनांची मागणी ठरवण्याचा प्रयत्न करते. ते ही माहिती निर्यातदारांना पुरवते. निर्यातदार त्यांचे निर्यात विपणन निर्णय घेताना अशा माहितीचा वापर करू शकतात.

(४) परिसंवाद आणि कार्यशाळेचे आयोजन (Organising Seminars and Workshops):

IIFT निर्यात किंमत, निर्यात प्रोत्साहन इ. सारख्या विविध निर्यात विपणन विषयांवर परिसंवाद आणि कार्यशाळा आयोजित करते. निर्यातदार अशा कार्यशाळा आणि चर्चासत्रांमध्ये सक्रिय सहभाग घेऊन लाभ घेऊ शकतात.

(५) व्यापार शिष्टमंडळे पाठवणे (Sending Trade Delegations):

IIFT परकीय बाजारापेठांचा अभ्यास करण्यासाठी आणि परकीय आयातदारांशी संवाद साधण्यासाठी परदेशात प्रतिनिधी पाठवते. त्याच वेळी, ते परकीय प्रतिनिधींना भारतीय बाजार परिस्थितीचा अभ्यास करण्यासाठी आणि भारतीय निर्यातदारांशी संवाद साधण्यासाठी आमंत्रित करते.

(६) व्यावसायिक सल्ला (Professional Advice):

IIFT निर्यातदारांना विविध क्षेत्रांमध्ये व्यावसायिक सल्ला देते, ज्यात निर्यात किंमत, निर्यात प्रक्रिया आणि जाहिरात यांचा समावेश आहे.

(७) व्यवस्थापन विकास कार्यक्रम (Management Development programmers):

बदलत्या वास्तवांसह त्याच्या व्यवस्थापन विकास कार्यक्रमांवर सतत लक्ष केंद्रित करून, IIFT संशोधन आणि सल्लामसलत यांचे अनोखे मिश्रण करून व्यवसाय अधिकाऱ्यांच्या गरजा पूर्ण करण्यात वेगवान ठरले आहे. परिणामी, त्याच्या परिणामकारक अल्प-मुदतीच्या कार्यक्रमांना सर्वात सकारात्मक प्रतिसाद मिळाला आहे.

(८) माहिती प्रकाशित करते (Publishes Information):

IIFT निर्यातदारांना विविध क्षेत्रांमध्ये व्यावसायिक सल्ला देते, ज्यात निर्यात किंमत, निर्यात प्रक्रिया आणि जाहिरात यांचा समावेश आहे.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) खालील विधान चूक की बरोबर ते सांगा:

१. निर्यात प्रोत्साहन परिषद या ना-नफा संस्था आहेत.

२. निर्यात प्रोत्साहन परिषद माहितीचा पुरवठा करताना वाचकांना निर्यात व्यापाराच्या क्षेत्रातील ऐतिहासिक घडामोडींची माहिती देते.

३. CB (सी बी)चा वापर विशिष्ट वस्तूंच्या निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी केला जातो.

४. सर्वच निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी देशांना व्यापार शिष्टमंडळे आणि अभ्यास पथके पाठवण्याची व्यवस्था CB (सी बी) करते.

५. CB (सी बी)ने राबवलेल्या अल्प-मुदतीच्या व्यवस्थापन विकास कार्यक्रमांना सर्वात सकारात्मक प्रतिसाद मिळाला आहे.

ब) टीपा लिहा:

१. निर्यात प्रोत्साहन परिषद आयोजित करत असलेले व्यापार मेळे आणि प्रदर्शने

२. वस्तू मंडळाची व्यापार शिष्टमंडळे पाठवून केली जाणारी कार्ये.

३. भारतीय परकीय व्यापार संस्थेमार्फत घेतला जाणारा प्रशिक्षण कार्यक्रम.

४. IIFT (आय आय एफ टी) चा व्यवस्थापन विकास कार्यक्रम.

५. EPC (ई पी सी) आणि CB (सी बी)च्या माहितीचा पुरवठा या कार्यामधील फरक

____

____

____

____

____

____

११.९ भारतीय वस्तू बांधणी (आवेष्टन) संस्था [(INDIAN INSTITUTE OF PACKAGING (IIP)]

१४ मे १९६६ रोजी भारतीय निर्यातदारांना वस्तू बांधणी तंत्रात सल्ला आणि प्रशिक्षण देण्याच्या उद्देशाने मुंबईत भारतीय वस्तू बांधणी संस्थेची स्थापना करण्यात आली. वस्तू बांधणी/आवेष्टनाच्या क्षेत्रातील उणीवा दूर करण्यासाठी उद्योगाच्या सहकार्याने भारत सरकारने याची स्थापना केली.

भारतीय वस्तू बांधणी संस्था ही सोसायटी नोंदणी कायद्यांतर्गत नोंदणीकृत संस्था आहे जी वस्तू बांधणी उद्योगासाठी कच्च्या मालावर संशोधन करते. हे भारताला आंतरराष्ट्रीय वस्तू बांधणी घडामोडींसह अद्ययावत ठेवते. ही एक नफा हेतुहीन संस्था आहे.

११.९.१ IIP ची कार्ये (Functions of IIP):

भारतीय वस्तू बांधणी (आवेष्टन) संस्थेची महत्त्वाची कार्ये खालीलप्रमाणे आहेत.

(१) प्रशिक्षण (Training):

त्याचे प्राथमिक लक्ष वस्तू बांधणी (आवेष्टन) उद्योगासाठी प्रशिक्षण कार्यक्रमांवर आहे. ही संस्था प्रशिक्षणार्थींना वस्तू बांधणी (आवेष्टन) तंत्रज्ञान, वस्तू बांधणी साहित्य आणि जागतिक बाजारपेठेतील सध्याच्या वस्तू बांधणीच्या (आवेष्टन) कलाची ओळख करून देते.

(२) वस्तू बांधणीच्या गुणवत्तेत सुधारणा (Improvement in Quality of Packaging):

भारतीय उत्पादनांना आंतरराष्ट्रीय स्तरावर प्रोत्साहन देण्यासाठी IIP वस्तू बांधणी (आवेष्टन) ची रचना आणि गुणवत्ता सुधारण्यासाठी सतत काम करत आहे. वस्तू बांधणी (आवेष्टन) गुणवत्ता सुधारण्यासाठी वस्तू बांधणी (आवेष्टन) उद्योगात वापरल्या जाणाऱ्या कच्च्या मालावर संशोधन करत आहे.

(३) माहिती संकलन (Information Collection):

IIP कच्चा माल, डिझाइन इत्यादींच्या बाबतीत सध्याच्या वस्तू बांधणीच्या कलाची माहिती गोळा करते. आंतरराष्ट्रीय वस्तू बांधणी (आवेष्टन) घडामोडींवर अद्ययावत राहण्यासाठी आणि नवीन वस्तू बांधणीच्या (आवेष्टन) कलाची माहिती गोळा करण्यासाठी ही संस्था सतत प्रयत्नशील असते.

(४) चाचणी सुविधा (Testing Facilities):

ते निर्यातीसाठी उच्च दर्जाचे आहेत याची खात्री करण्यासाठी वस्तू बांधणी साहित्य आणि आवेष्टनांची चाचणी देखील करते.

(५) UN प्रमाणन (U N Certification):

धोकादायक वस्तूंचे गठ्ठे/माल पाठवण्याआधी, त्यांना UN प्रमाणन चिन्ह असणे आवश्यक आहे. हे प्रमाणपत्र प्रदान करणारी भारतातील IIP ही एकमेव अधिकृत संस्था आहे.

(६) पर्यावरण कक्ष/ दल (Environmental Cell):

संस्थेकडे एक पर्यावरण कक्ष आहे जो निर्यातदारांना पर्यावरणीय धोके कमी करण्यासाठी त्यांच्या उत्पादन वस्तू बांधणी (आवेष्टन) मध्ये कोणत्या प्रकारची सामग्री वापरता किंवा समाविष्ट केली जाऊ शकते याबद्दल सल्ला देते.

(७) संशोधन आणि विकास (Research and Development):

हे वस्तू बांधणी (आवेष्टन) सुधारण्यासाठी आणि वाहतुकीदरम्यान होणारे नुकसान टाळण्यासाठी संपूर्ण पायाभूत सुविधा निर्माण करण्यासाठी आणि सुधारण्यासाठी संशोधन आणि विकास कार्यक्रम आयोजित करते.

(८) वस्तू बांधणी जाणीव/ सबोधता विकसित करणे (Develops Packaging Consciousness):

निर्यात वस्तू बांधणी (आवेष्टन) आवश्यक आहे कारण ते केवळ उत्पादनाचे संरक्षण आणि जतन करत नाही तर आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत त्याचा प्रचार देखील करते. परिणामी, IIP भारतीय निर्यातदारांमध्ये चांगल्या वस्तू बांधणी (आवेष्टन) च्या महत्त्वाबद्दल जागरूकता वाढवते.

(९) प्रकाशने (Publications):

हे दोन त्रैमासिक मासिके जारी करते, एक वस्तू बांधणी (आवेष्टन) तंत्रज्ञानासाठी आणि दुसरे वस्तू बांधणी (आवेष्टन) अर्थशास्त्रासाठी.

११.१० सारांश (SUMMARY)

या युनिटमध्ये आपण निर्यात संवर्धन आणि विकासाचे घटक तयार करण्याविषयी चर्चा केली आहे; या संस्थांशिवाय परकीय व्यापाराच्या क्षेत्रात उत्कृष्ट कामगिरी करणे कठीण आहे. फेडरेशन ऑफ इंडियन चेंबर ऑफ कॉमर्स अँड इंडस्ट्रीने उदायोन्मुखी निर्यातदार आणि उद्योजकांना महत्त्वपूर्ण माहिती आणि समर्थन प्रदान केले आहे.

भारताच्या निर्यात व्यापाराच्या विकासासाठी विविध मंडळे आणि परिषदांनीही मदतीची भूमिका बजावली आहे. उदा., कमोडिटी बोर्ड, निर्यात परिषद, व्यापार प्रोत्साहन संस्था इ.

- भारतातील बहुतांश निर्यात वित्तपुरवठा व्यावसायिक बँका करतात.
- एकूण निर्यात वित्ताचा मोठा हिस्सा व्यापारी बँकांचा असतो.
- व्यावसायिक बँकांना परकीय खरेदीदारांच्या बाजूने हमी आणि बिड-बाउंड प्रदान करण्यासाठी अधिकृत आहेत.
- आयातदारांनी ठेवलेल्या पैशाच्या बदल्यात बँकर्स निर्यातदारांना हमी देऊ शकतात.
- परकीय चलन दर मोठ्या प्रमाणात निर्यात कराराच्या प्रारंभ आणि समाप्ती दरम्यान चढ-उतार होतात, ज्यामुळे विनिमय दर चढउतार होण्याचा धोका असतो.
- भारतीय निर्यात संघटनांचे महामंडळ (FIEO) ही भारतातील विविध निर्यात प्रोत्साहन संस्थांसाठी एक सर्वंकष (एकाश्रयी) संघटना आहे.
- व्यापार विकास प्राधिकरण (TDA) आणि भारतीय व्यापार जत्रा परिषद (TFAI) यांच्या विलीनीकरणानंतर, भारत सरकारच्या वाणिज्य मंत्रालयाने १ जानेवारी १९९२ रोजी भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेची स्थापना केली, तिचे मुख्यालय नवी दिल्ली येथे आहे.

११.११ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. व्यावसायिक बँका स्पष्ट करा.

२. ITPO (आय टी पी ओ) वर एक छोटी टीप लिहा .

३. निर्यातित्तोर वित्तपुरवठा कुठल्या स्वरूपात उपलब्ध आहे हे स्पष्ट करा.

४. निर्यात पूर्व वित्तपुरवठा कुठल्या स्वरूपात उपलब्ध आहे हे स्पष्ट करा.

५. आर्थिक सेवा/निधी-आधारित साहाय्याचे वर्णन करा.

(२) दीर्घोत्तरे:

१. ITPO (आय टी पी ओ) चे कार्य स्पष्ट करा.

२. FICCI (एफ आय सी सी आय)चा अर्थ आणि कार्य स्पष्ट करा.

३. EPC (ई पी सी)ची कार्ये काय आहेत?

४. CB (सी बी)चा अर्थ आणि भूमिका स्पष्ट करा.

५. सूचीबद्ध आर्थिकेतर सेवांची चर्चा करा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. व्यावसायिक बँका .... च्या नावे हमी आणि बिड-बाउंड प्रदान करण्यासाठी अधिकृत आहेत.

(अ) आयात खरेदीदार,

(ब) परकीय खरेदीदार,

(क) निर्यात खरेदीदार,

(ड) भारतीय खरेदीदार

२. भारत सरकारने १ जानेवारी १९९२ रोजी भारतीय व्यापार वृद्धी संघटनेची स्थापना केली, तिचे मुख्यालय .... मध्ये आहे.

(अ) महाराष्ट्र,

(ब) मुंबई,

(क) जुनी दिल्ली,

(ड) नवी दिल्ली

३. ……………… EPC (ई पी सी) ला पूरक आहेत आणि त्याच धर्तीवर कार्य करतात

(अ) निर्यात प्रोत्साहन परिषद (EPC - ई पी सी),

(ब) वस्तू मंडळे (CBs - सी बी),

(क) भारतीय वाणिज्य आणि उद्योग महासंघ (FICCI - एफ आय सी सी आय),

(ड) भारतीय परकीय व्यापार संस्था (IIFT – आय आय एफ टी)

४. FIEO (एफ आय ई ओ) ची स्थापना ऑक्टोबर...........मध्ये झाली.

(अ) १९६५,

(ब) १९६४,

(क) १९६२,

(ड) १९६१

५. निर्यातदारांना जागतिक निविदांमध्ये सहभागी होण्यासाठी आणि किंमती उद्धृत करण्यासाठी बँका.........जारी करतात.

(अ) बिड बॉण्ड्स,

(ब) बँक हमी,

(क) प्रदानांनंतरची हमी,

(ड) चलन/बीजक सेवांसाठी परकीय चलने

उत्तरे: १-ब, २-ड, ३-ब, ४-अ, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. ……………… जगभरातील आगामी व्यापार शो आणि प्रदर्शनांची माहिती गोळा करते.

२. FICCI (एफ आय सी सी आय)ची स्थापना १९२७ मध्ये ……………………… यांनी केली.

३. आर्थिक आणि वित्तीय धोरणे तयार करण्यात.............महत्वाची भूमिका बजावते.

४. ……………… ची स्थापना देशाच्या परकीय व्यापार व्यवस्थापनाचे व्यावसायिकीकरण करणे आणि मानव संसाधन विकास, माहिती निर्मिती, विश्लेषण आणि प्रसार आणि संशोधन याद्वारे निर्यात वाढवणे या प्राथमिक उद्दिष्टांसह करण्यात आली.

५. IIFT (आय आय एफ टी) परकीय बाजारांचा अभ्यास करण्यासाठी आणि परकीय..............लोकांशी संवाद साधण्यासाठी परदेशात प्रतिनिधी पाठवते.

उत्तरे:

१- ITPO (आय टी पी ओ),

२- महात्मा गांधी,

३- FICCI (एफ आय सी सी आय),

४- भारतीय परकीय व्यापार संस्था (IIFT - आय आय एफ टी),

५- आयातदार

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. IIFT (आय आय एफ टी) ला देशांतर्गत व्यवसाय प्रशिक्षण आणि उत्कृष्टतेचे शिक्षण केंद्र म्हणून ओळखले गेले आहे.

२. भारत सरकारने १९६० मध्ये भारतीय परकीय व्यापार संस्थेची स्थापना केली.

३. भारतातील बहुतांश निर्यात वित्तपुरवठा व्यावसायिक बँका करतात.

४. प्राथमिक आणि पारंपारिक निर्यातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी वस्तू मंडळे जबाबदार आहेत.

५. भारतीय वस्तू बांधणी संस्थेची स्थापना नवी दिल्ली येथे झाली.

उत्तरे:

बरोबर: ३ आणि ४

चूक : १,२ आणि ५

११.१२ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.

- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****

१२

निर्यात प्रोत्साहन आणि सहाय्य - ३

प्रकरण संरचना

१२.० उद्दिष्टे
१२.१ प्रस्तावना
१२.२ निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू (EPCG) योजना
१२.३ शुल्क सूट आणि माफी योजना
१२.४ निर्यात आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना
१२.५ शुल्क परतावा (DBK)
१२.६ निर्यातदारांसाठी एकात्मिक वस्तू आणि सेवा कर (IGST) परतावा
१२.७ सारांश
१२.८ स्वाध्याय
१२.९ संदर्भ

१२.० उद्दिष्टे (OBJECTIVES)

ह्या प्रकरणाचा अभ्यास केल्यानांतर विद्यार्थी खालील बाबतीत सक्षम होतील :

- निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू (EPCG) योजनेवर चर्चा करणे
- शुल्क सूट आणि माफी योजना समजून घेणे
- निर्यात आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना स्पष्ट करणे
- शुल्क परतावा (DBK) वर चर्चा करणे
- निर्यातदारांसाठी एकात्मिक वस्तू आणि सेवा कर (IGST) परतावा समजून घेणे

१२.१ प्रस्तावना (INTRODUCTION)

निर्यात सहाय्य आणि प्रोत्साहन हे भारतीय निर्यातदारांना आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत स्पर्धा करण्याची क्षमता सुधारण्यासाठी सरकारद्वारे दिले जाणारे आर्थिक सहाय्य आहे. भारतीय निर्यातदारांनी वाजवी दरात उच्च दर्जाच्या वस्तूंचे उत्पादन केल्यास त्यांची भरभराट होऊ शकते. देशांतर्गत बाजारपेठेतील जवळपास सर्वच वस्तूंवर प्रचंड कर आकारला जातो. आपण माल निर्यात करु शकतो, पण आपले कर नाही. त्यांच्या किमती स्पर्धात्मक ठेवण्यासाठी, निर्यातदारांना विविध प्रकारचे प्रोत्साहन आणि सवलतींची आवश्यकता असते.

१२.२ निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजना [(EXPORT PROMOTION CAPITAL GOODS (EPCG) SCHEME]

निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू (EPCG) योजनेअंतर्गत, (८ वर्षांच्या कालावधीत) ५ वेळा किंमत, विमा आणि मालवाहतूक (CIF-Cost Insurance and Freight) मूल्याच्या ५% सवलतींच्या जकात दराने भांडवली वस्तूंची आयात करता येते. रु. १०० कोटी किंवा त्याहून अधिक EPCG परवान्यांच्या बाबतीत, समान निर्यात सवलत १२ वर्षांच्या कालावधीत घेतली जाऊ शकते.

१२.२.१ अटी (Conditions):

निर्यात दायित्व पूर्ण होईपर्यंत भांडवली वस्तूंची आयात वास्तविक वापरकर्त्याच्या अटींच्या अधीन असते. निर्यातदारांना या योजनेअंतर्गत नवीन आणि दहा वर्षांचे शेष आयुष्य राहिलेल्या, वापरलेल्या (Second hand) भांडवली वस्तूंची आयात करण्याची परवानगी आहे. ही योजना वापरलेल्या भांडवली वस्तूंच्या आयातीसाठी काही अटींच्या अधीन राहून परवानगी देते. वापरलेल्या वस्तूंच्या बाबतीत त्या वस्तूंचे कमीत कमी वय १० वर्षे असावे.

भांडवली वस्तूंमध्ये वनस्पती, यंत्रसामग्री आणि उपकरणे यांचा समावेश होतो. उदाहरणार्थ वस्तू बांधणी (आवेष्टन), गुणवत्ता आणि प्रदूषण नियंत्रण, चाचणीसाठी लागणारी यंत्रे आणि उपकरणे, वीज निर्मितीचे संच, शीतकरण सामुग्री, संशोधन आणि विकास, इ.

१२.२.२ कोण पात्र आहेत (Who are eligible?):

EPCG उत्पादक निर्यातदारांसह उत्पादन आणि सेवा दोन्ही क्षेत्रांसाठी उपलब्ध आहे; उत्पादक निर्यातदार, सहाय्यक उत्पादकांशी जोडलेले व्यापारी निर्यातदार तसेच हॉटेल, रुग्णालये, प्रवास आणि टूर ऑपरेटर इत्यादी सेवा प्रदाते भांडवली वस्तू आयात करण्यास पात्र आहेत.

१२.२.३ EPCG योजनेची वैशिष्ट्ये (Features of EPCG Scheme):

अ) EPCG परवानाधारक देशांतर्गत उत्पादकांकडून भांडवली वस्तू खरेदी करू शकतो.

ब) आयात केलेल्या कोणत्याही भांडवली वस्तू वास्तविक वापरकर्त्याच्या अटींच्या अधीन असतात.

क) व्यवसायाच्या प्रगतीचा मागोवा ठेवण्यासाठी, EPCG परवानाधारकाने दर सहा महिन्यांनी निर्यात अहवाल सादर करणे आवश्यक आहे.

ड) EPCG योजनेचा लाभ सुरू ठेवण्यासाठी, परवाना धारकाने निर्यात दायित्वांची पूर्तता करणे आवश्यक आहे.

इ) निर्यात बंधन पूर्ण केल्यानंतर, EPCG परवानाधारकाने निर्यातीचे एकत्रित विवरण सादर करणे आवश्यक आहे.

फ) परदेशातून प्रदान प्राप्त झाल्यावर, EPCG परवानाधारक त्याच्या बँकरकडून प्रमाणपत्र सादर करणे आवश्यक आहे.

ग) EPCG ही निर्यातदारांना त्यांचा व्यवसाय वाढविण्यात मदत करण्यासाठी प्रदान केलेली सेवा आहे.

ह) EPCG सुविधेसाठी नोंदणीकृत होण्यासाठी, निर्यातदाराने परकीय व्यापार महासंचालक (DGRT) कडे अर्ज शुल्क आणि सहाय्यक कागदपत्रांसह अर्ज सादर करणे आवश्यक आहे.

१२.३ शुल्क सूट आणि माफी योजना (DUTY EXEMPTION AND REMISSION SCHEMES)

वाणिज्य आणि उद्योग मंत्रालयाने सुरू केलेली शुल्क सूट योजना, निर्यात उत्पादनासाठी आवश्यक असलेल्या निविष्ठांच्या शुल्कमुक्त आयातीला परवानगी देते. निर्यात उत्पादनांमध्ये वापरल्या जाणाऱ्या कच्च्या मालावर निर्यातोत्तर शुल्क भरपाई ही शुल्क माफी योजनेअंतर्गत प्रदान केली जाते.

१२.३.१ विविध प्रकारच्या शुल्क सूट आणि माफी योजना (Various Types of Duty Exemption and Remission Schemes):

अ) शुल्क सवलत योजना (Duty Exemption Scheme):

(१) शुल्कमुक्त आयात अधिकृत मंजूरी योजना (Duty Free Import Authorisation Scheme - DFIA)

(२) आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना (Advance Authorisation Scheme)

ब) शुल्क माफी योजना (Duty Remission Scheme):

(१) शुल्क परतावा योजना (Duty Drawback Scheme)

(२) शुल्क हक्क/ पासबुक योजना (Scheme of Duty Entitlement Passbook)

१२.३.२ शुल्क सूट आणि माफी योजनेचे ठळक मुद्दे आणि फायदे (Highlights and Advantages of the Duty Exemption and Remission Scheme):

(१) प्रगत परवाना जारी करणे, जे निर्यात केलेल्या उत्पादनामध्ये प्रत्यक्षरित्या उपस्थित असलेल्या कच्च्या मालाच्या शुल्कमुक्त आयात करण्यास परवानगी देते.

(२) या योजनेअंतर्गत उत्पादन मिळवण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या उत्प्रेरक, ऊर्जा, तेल आणि इंधन ह्यावर हे फायदे दिले जातील.

१२.३.३ निर्यात आणि पुरवठे ज्यांच्यासाठी आगाऊ परवाना मंजूर केला जातो (Exports and Supplies for whom Advance License is granted):

(१) संभाव्य निर्यात (Deemed exports):

मुख्य कंत्राटदाराला परवाना दिला जातो जो वस्तूंच्या निर्मितीमध्ये वापरल्या जाणाऱ्या उत्पादनांची आयात करतो. तथापि, धोरणाच्या निर्दिष्ट श्रेणींमध्ये वस्तूंचा पुरवठा करणे आवश्यक आहे. (परिच्छेद 8.2 (b), (c), (d), (e), (f), (g), I आणि (j))

(२) मध्यवर्ती पुरवठा (Intermediate supplies):

उत्पादक-निर्यातकर्त्याला वस्तूंच्या निर्मितीमध्ये वापरल्या जाणाऱ्या उत्पादनांची आयात करण्याचा परवाना दिला जातो. तथापि, उत्पादित वस्तू, प्रगत परवाना असलेल्या संभाव्य निर्यातदारास वितरित करणे आवश्यक आहे.

(३) प्रत्यक्ष निर्यात (Physical exports):

परवाना व्यापारी निर्यातदारास मालाची प्रत्यक्ष निर्यात करण्यास परवानगी देतो. तथापि, निर्यातदाराने निर्मात्यांना उत्पादनांची निर्यात करण्यासाठी आवश्यक कच्च्या माल आयात करण्यात मदत केली पाहिजे.

१२.३.४ शुल्क सूट आणि माफी योजनेचे आर्थिक लाभ (Financial Benefits of Duty Exemption and Remission Scheme):

योजनेचे प्राथमिक आर्थिक फायदे खालीलप्रमाणे आहेत.

(१) शुल्क सवलत योजनेअंतर्गत, निर्यात उत्पादनासाठी आवश्यक असलेल्या निविष्ठांच्या शुल्कमुक्त आयातीला परवानगी आहे.

(२) शुल्क माफी योजना निर्यातीनंतर निर्यात केलेल्या उत्पादनामध्ये वापरल्या जाणाऱ्या कच्च्या मालावरील शुल्क पुन्हा भरण्याची तरतूद करते.

१२.३.५ शुल्क सूट आणि माफी योजनेसाठी पात्रता निकष (Eligibility Criteria for the Duty Exemption and Remission Scheme):

योजनेचा लाभ घेण्यासाठी खालील पात्रता आवश्यकता पूर्ण केल्या पाहिजेत:

(१) फक्त निर्यात व्यवसायात सामील असलेल्या सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना (MSMEs) आगाऊ परवाना दिला जाईल.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) योग्य पर्यायावर खूण करा:

१. भारतीय निर्यातदारांनी वाजवी / उच्च दरात वाजवी / उच्च दर्जाच्या वस्तूंचे उत्पादन केल्यास त्यांची भरभराट होऊ शकते.

२. रु. १०० कोटी किंवा त्याहून अधिक EPCG (ई पी सी जी) परवान्यांच्या बाबतीत, समान निर्यात सवलत ८ / १२ वर्षांच्या कालावधीत घेतली जाऊ शकते.

३. EPCG (ई पी सी जी) परवानाधारक देशांतर्गत / परदेशी उत्पादकांकडून भांडवली वस्तू खरेदी करू शकतो.

४. निर्यात उत्पादनांमध्ये वापरल्या जाणाऱ्या कच्च्या / पक्क्यामालावर निर्यातोत्तर शुल्क भरपाई शुल्क माफी योजनेअंतर्गत प्रदान केली जाते.

५. निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजना / शुल्क सूट आणि माफी योजनेसाठी पात्र होण्यासाठी फक्त निर्यात व्यवसायात सामील असलेल्या सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना (MSMEs) (एम एस एम ई) आगाऊ परवाना दिला जाईल.

ब) टीपा लिहा:

१. निर्यात वृद्धी भांडवली वस्तू योजने अंतर्गत पात्र होण्यासाठीच्या अटी

२. EPCG (ई पी सी जी) योजना

३. शुल्क सूट आणि माफी योजनेचे ठळक मुद्दे आणि फायदे

४. मध्यवर्ती पुरवठा

५. शुल्क सूट आणि माफी योजनेचे आर्थिक लाभ

____

____

____

____

____

____

१२.४ निर्यात आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना (EXPORT ADVANCE AUTHORISATION SCHEME)

अनुकूल व्यापार संतुलन राखणे, ज्यामध्ये निर्यातीचे मूल्य आयातीच्या मूल्यापेक्षा जास्त असते, हे नेहमीच श्रेयस्कर असते. देशाची निर्यात वाढवण्यासाठी सरकारने अनेक योजना राबविल्या आहेत. परकीय व्यापार धोरण (FTP (एफ टी पी)) सर्व निर्यात आणि आयात-संबंधित प्रक्रिया नियंत्रित करते, ज्याचे उद्दिष्ट देशाची निर्यात वाढवणे आणि आर्थिक वाढ आणि रोजगार निर्मितीसाठी एक प्रभावी साधन म्हणून व्यापार विस्तार वापरणे आहे. सध्याचे परकीय व्यापार धोरण (२०१५-२०) 'मेक इन इंडिया' व्हिजनच्या अनुषंगाने विशेष आर्थिक क्षेत्र (SEZ), निर्यातीभिमुख संस्था (EOUs) आणि इतरांनी केलेल्या निर्यातीला समर्थन देण्याचे उद्दिष्ट आहे. यात अनेक निर्यात प्रोत्साहन योजनांचाही समावेश आहे ज्यात

सीमा शुल्कात सूट किंवा माफीचा समावेश आहे. अशीच एक निर्यात प्रोत्साहन योजना म्हणजे निर्यात आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना.

निर्यात आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना ही एक योजना आहे ज्यामध्ये कच्च्या माल निर्यात केल्या जाणाऱ्या उत्पादनामध्ये प्रत्यक्षरित्या समाविष्ट केले असल्यास ते शुल्कमुक्त आयात केले जाऊ शकतात. सामान्यतः, निर्यात आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना जारी करण्याची अट म्हणून निर्यात बंधन लादले जाते.

१२.४.१ आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजनेअंतर्गत सूट दिलेले शुल्क (Duties exempted under The Advance Authorization Scheme):

(अ) काही अटींच्या अधीन राहून आयात केलेल्या कच्च्या मालाला मूलभूत सीमा शुल्क,

(ब) अतिरिक्त सीमा शुल्क,

(क) शिक्षण उपकर,

(ड) प्रतिमूल्यावपती (Anti-Dumping) शुल्क,

(इ) संरक्षण (Safeguard) शुल्क आणि संक्रमण उत्पादन-विशिष्ट संरक्षण शुल्क,

(फ) एकात्मिक कर आणि

(ग) नुकसान भरपाई उपकर यासारख्या शुल्कातून सूट दिली जाते.

१२.४.२ योजनेअंतर्गत शुल्कमुक्त आयात करण्यायोग्य वस्तू (Duty-free importable items under the scheme):

(अ) टाकाऊसाठीच्या सामान्य परवानगीनंतर, निर्यात केलेल्या उत्पादनामध्ये प्रत्यक्षरित्या समावेश असलेला माल.

(ब) उत्पादन मिळवण्यासाठी आवश्यक असणारे उत्प्रेरक, ऊर्जा, तेल आणि इंधन.

(क) अंतिम निर्यात उत्पादनासोबत निर्यात करणे आवश्यक असलेले सुटे भाग – अधिकृत योजनेच्या CIF मूल्याच्या (किंमत, विमा आणि मालवाहतूक) १०% पर्यंत

(ड) विशिष्ट मसाल्यांना फक्त साफसफाई, वर्गीकरण, पुनवेष्टन इत्यादीसारख्या सोप्या प्रक्रियांऐवजी चिरडणे/कुस्करणे, दळणे, निर्जंतुकीकरण आणि तेल किंवा तैलीय अर्काचे उत्पादन यासारख्या प्रक्रियांसाठी शुल्कमुक्त आयात करण्याची परवानगी दिली जाईल.

१२.४.३ आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजनेसाठी पात्रता (Eligibility for Advance Authorization):

आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना एकतर उत्पादक निर्यातदार किंवा सहाय्यक निर्मात्याशी जोडलेल्या व्यापारी निर्यातदारासाठी उपलब्ध आहे.

अधिकृत मंजूरी योजना खालील उद्देशांसाठी वैध आहे:

(अ) प्रत्यक्ष वस्तूंची निर्यात

(ब) मध्यवर्ती पुरवठा

(क) विशिष्ट संभाव्य निर्यात श्रेण्यांना केलेला पुरवठा

(ड) परदेशी जाणाऱ्या जहाज/विमानावर 'स्टोअर्स'चा पुरवठा प्रदान केला जातो की ज्या पुरवठा केलेल्या वस्तू विशिष्ट प्रमाणित आदान प्रदान मानदंड/नियम (SION- Standard Input Output Norms) पूर्ण करतात.

१२.४.४ आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना वैधता (Advance Authorization Validity):

आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना जारी केल्याच्या तारखेपासून १२ महिन्यांसाठी वैध आहे. संभाव्य निर्यातीच्या बाबतीत, प्राधिकृतता प्रकल्प अंमलबजावणीच्या कराराच्या कालावधीशी किंवा अशा अधिकृततेच्या तारखेपासून १२ महिने, यापैकी जे जास्त असेल त्याच्याशी जोडलेली आहे. तथापि, निर्यात बंधन अधिकृततेच्या तारखेपासून १८ महिन्यांच्या आत किंवा DGFT ने निर्दिष्ट केल्याप्रमाणे पूर्ण केले पाहिजे. विशेषकृत निर्दिष्ट केलेले नसल्यास, निर्यातीची रक्कम मुक्तपणे परिवर्तनीय चलनात प्राप्त करणे आवश्यक आहे.

१२.४.५ आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजनेसाठी वास्तविक वापरकर्ता आवश्यकता (The actual user requirement for Advance Authorization):

दिलेली आगाऊ अधिकृतता, तसेच त्या अंतर्गत आयात केलेली सामग्री, वास्तविक वापरकर्त्याच्या अटींच्या अधीन असेल. याचा अर्थ असा की केवळ अंतिम वापरकर्ताच अशा वस्तू आयात करू शकतो. निर्यात बंधन पूर्ण झाल्यानंतरही, अधिकृतता हस्तांतरणीय होणार नाही.

१२.४.६ आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना जारी करण्याचे समर्थन (Justifications for Issuing Advance Authorization):

खालील अटींची पूर्तता केल्यास निर्यात करावयाच्या उत्पादनामध्ये वापरल्या जाणाऱ्या इनपुटसाठी आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना मंजूर केली जाऊ शकते.

अ) प्रमाणित आदान प्रदान मानदंड /नियम) अधिसूचित [(SION (Standard Input Output Norms) notified]:

मानदंड /नियम समितीच्या शिफारशीनुसार, परकीय व्यापार महासंचनालय (DGFT) मानक मानदंड/ नियम जारी करतात जे निर्यात केल्या जाणाऱ्या उत्पादनाच्या तयार मालाच्या निर्मितीसाठी आवश्यक कच्च्या मालाचे प्रमाण परिभाषित करतात. हे विविध उत्पादनांसाठी उपलब्ध आहे.

ब) स्व-घोषणा (Self-declaration):

SION नेहमी विशिष्ट उत्पादनासाठी उपलब्ध नसते. अशा परिस्थितीत, प्रादेशिक प्राधिकरणाकडे अर्ज सादर केला जाऊ शकतो, जे पुनरावलोकनानंतर आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना जारी करते.

निकष समितीद्वारे मानक निश्चित करण्याआधी अर्ज करणे आवश्यक आहे:

SION परिभाषित नसलेल्या निर्यातदाराला उपलब्ध असलेला दुसरा पर्याय म्हणजे मानदंड समितीकडे विनंती करणे. निकष समितीकडे सर्व आवश्यक माहिती सादर केल्यानंतर, समिती या मानदंडांचे निराकरण करण्यासाठी किंवा अर्जावर आधारित प्रमाणभूत मानदंड प्रदान करण्यासाठी सर्वतोपरी प्रयत्न करेल. असे प्रमाणभूत नियम केवळ एका अधिकृततेसाठी वैध आहेत आणि कोणतेही अतिरिक्त प्राधिकार जारी केले जाऊ शकत नाहीत.

क) स्व-अनुमोदन योजना (Self-Ratification Scheme):

केवळ CBEC च्या सामाईक मान्यतापत्र कार्यक्रमा (Common Accreditation Programme)अंतर्गत अधिकृत आर्थिक ऑपरेटर (AEO) प्रमाणपत्र धारण करणारे निर्यातदारच या योजनेअंतर्गत आगाऊ अधिकृततेसाठी पात्र आहेत. जेव्हा निर्यात उत्पादनासाठी कोणतेही SION किंवा वैध तदर्थ मानदंड नसतात, तसेच जेव्हा SION ला अधिसूचित केले जाते, परंतु निर्यातदार उत्पादन प्रक्रियेत अतिरिक्त कच्चा माल वापरू इच्छितो तेव्हा ही योजना वापरली जाऊ शकते. या योजनेंतर्गत निकष समितीच्या मंजुरीची आवश्यकता नाही आणि प्रादेशिक प्राधिकरण संबंधित अटींची पूर्तता केल्यास आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना जारी करू शकते.

१२.५ शुल्क परतावा [DUTY DRAWBACK (DBK)]

शुल्क परतावा म्हणजे कच्चा माल, घटक आणि वस्तू बांधणी सामग्रीच्या आयातीवर भरलेल्या सीमाशुल्काची परतफेड. DBKमध्ये निर्यात उत्पादनांच्या उत्पादनात वापरल्या जाणाऱ्या स्वदेशी सामग्रीवर भरलेल्या केंद्रीय उत्पादन शुल्काचा परतावा देखील समाविष्ट आहे.

निर्यातदारांना आयातीच्या वास्तविक खर्चाव्यतिरिक्त कराच्या स्वरूपात अतिरिक्त खर्चाची भरपाई करण्यासाठी शुल्क परतावा योजना लागू करण्यात आली.

परिणामी, आयात केलेल्या वस्तूंवर भरलेले केंद्रीय उत्पादन शुल्क आणि सीमा शुल्क निर्यातदाराला परत केले जाते, ज्यामुळे त्याला त्याची उत्पादने आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत स्पर्धात्मक बनवता येतात.

१२.५.१ शुल्क परतावा खालील बाबींवर उपलब्ध आहे (Duty back is available on the following items):

(अ) उत्पादन प्रक्रियेत वापरलेला कच्चा माल आणि घटक

(ब) कच्च्या मालाच्या उत्पादनात वापरले जाणारे साहित्य आणि तयार वस्तूंच्या उत्पादनात वापरले जाणारे घटक.

(क) उत्पादन प्रक्रियेदरम्यान निर्माण होणारा अपरिवर्तनीय कचरा / टाकाऊ पदार्थ.

(ड) तयार निर्यात उत्पादनांच्या वस्तू बांधणी मध्ये वापरलेली सामग्री

(इ) तयार माल

१२.५.२ शुल्क परतावा (DBK) स्वीकार्य नाही: जर (DBK is not admissible: If the):

(अ) परतावा पात्रता रक्कम ₹ ५० पेक्षा कमी आहे.

(ब) मिश्रित चहाच्या निर्यातीसाठी बांधणी सामग्री म्हणून वापरल्या जाणाऱ्या टी चेस्ट व्यतिरिक्त, माल उत्पादनानंतर वापरण्यासाठी ठेवण्यात आला आहे.

(क) ज्या वस्तूंवर कोणतेही शुल्क भरलेले नाही अशा वस्तू आयात केलेल्या किंवा उत्पादनक्षम सामग्रीसह तयार केल्या जातात.

(ड) उत्पादने पूर्णपणे निर्यातीभिमुख संस्था (EOU) आणि FTZs/EPZ मध्ये स्थित युनिट्सद्वारे बनवलेली.

(इ) दोषाचे प्रमाण निर्यातीच्या निव्वळ FOB मूल्याच्या २% पेक्षा कमी आहे.

(फ) नेपाळ, भूतान, तिबेट आणि सिंगापूर येथे निर्यात

१२.५.३ DBK दावा करण्याची प्रक्रिया (Procedure to claim DBK):

अ) कोणाला अर्ज करावा (Whom to Apply):

अर्ज जवळच्या सीमाशुल्क कार्यालयामध्ये सादर करणे आवश्यक आहे.

ब) अर्ज केव्हा करायचा (When to Apply):

सीमाशुल्क परीक्षकाकडून " निर्यात मागणी करा" (Let Export Order) मिळाल्यापासून ६0 दिवसांच्या आत अर्ज सादर करणे आवश्यक आहे.

क) कोणती कागदपत्रे आवश्यक आहेत (What Documents Required):

अर्जासोबत खालील कागदपत्रे सादर करणे आवश्यक आहे.

(१) अपरक्राम्य जहाज भरण पत्राची (Non-negotiable Bill of Lading) एक प्रत

(२) शुल्क परताव्याची एक नक्कल प्रत

(३) व्यावसायिक चलन/ बीजकाची(commercial invoice) प्रत

(४) आवश्यक असल्यास, विशेष व्यापार चिन्ह दर पत्राची(special brand rate letter) एक प्रत

(५) इतर आवश्यक कागदपत्रे.

१२.५.४ DBK चा दर (Rate of DBK):

शुल्क परताव्याचे दोन दर आहेत:

अ) सर्व उद्योग दर

ब) विशेष व्यापार चिन्ह दर

अ) सर्व उद्योग दर (All Industry Rates):

भारत सरकार सर्व उद्योग दर नियमितपणे घोषित करते. या किमती उद्योगातील सर्व युनिट्सना लागू होतात. उदाहरणार्थ, जर सरकारने कापडासाठी २०% DBK घोषित केले, तर कापड उद्योगातील सर्व युनिट्स २०% DBK साठी पात्र आहेत.

ब) विशेष व्यापार चिन्ह दर (Special Brand Rates):

विशिष्ट विभाग द्वारे केलेल्या विशेष अर्जाच्या प्रतिसादात सरकारद्वारे विशेष व्यापार चिन्ह दर प्रदान केले जातात.

आपली प्रगती तपासा (Check your Progress)

अ) खालील विधान चूक की बरोबर ते सांगा:

१. अनुकूल व्यापार संतुलन राखण्यासाठी ज्यामध्ये निर्यातीचे मूल्य आयातीच्या मूल्यापेक्षा जास्त असावे.

२. तेल किंवा तैलीय अर्काचे उत्पादन यासारख्या प्रक्रियांसाठी प्रशुल्क आयात करण्याची परवानगी दिली जाईल.

३. आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना जारी केल्याच्या तारखेपासून ६महिन्यांसाठी वैध आहे.

४. SION (एस आय ओ एन) नेहमी विशिष्ट उत्पादनासाठी उपलब्ध नसते.

५. तयार मालावर शुल्क परतावा उपलब्ध आहे.

ब) खालील विधाने स्पष्ट करा:

१. सध्याच्या परकीय व्यापार धोरणाचे उद्दिष्ट निर्यातीला समर्थन देण्याचे आहे.

२. केवळ अंतिम वापरकर्ताच आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजनेअंतर्गत वस्तू आयात करू शकतो.

३. SION (एस आय ओ एन) परिभाषित नसलेल्या निर्यातदाराला उपलब्ध असलेला दुसरा पर्याय म्हणजे मानदंड समितीकडे विनंती करणे.

४. आयात केलेल्या वस्तूंवर भरलेले केंद्रीय उत्पादन शुल्क आणि सीमा शुल्क निर्यातदाराला परत केले जाते.

५. भारत सरकारणे केलेल्या सर्व उद्योग दराच्या किमती उद्योगातील सर्व युनिट्सना लागू होतात.

१२.६ निर्यातदारांसाठी एकात्मिक वस्तू आणि सेवा कर परतावा (IGST REFUND FOR EXPORTERS)

नवीन GST (वस्तू आणि सेवा कर) विवरणपत्र दाखल करण्याची प्रणाली नियमित विवरणपत्र भरण्याची आणि ITC चा मागोवा घेण्याची प्रक्रिया सुलभ आणि सोपी करेल अशी अपेक्षा आहे.

१२.६.१ सध्याच्या विवरणपत्र दाखल करण्याची प्रणाली अंतर्गत निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रिया (GST refund procedure for exports under the current return filing system):

अ) एकात्मिक वस्तू आणि सेवा कर (IGST) प्रदानासह निर्यात (Export with IGST payment):

निर्यातदारांना निर्यातीच्या वेळी भरलेल्या IGST चा परतावा मिळण्याचा अधिकार आहे. वस्तूंच्या बाबतीत, GST परतावा प्रक्रिया नौभरण देयक म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या प्राथमिक दस्तऐवजाने सुरू होते. नौभरण देयक आणि इतर निर्यात-संबंधित कागदपत्रे इंडियन कस्टम्स इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स गेटवे (ICEGATE) द्वारे सादर करणे आवश्यक आहे.

(१) फॉर्म GSTR-१ (Form GSTR-1):

निर्यातीसाठी GST परताव्याची प्रक्रिया अद्याप GST पोर्टलद्वारे GSTR-१ स्वरूपात केली जात आहे. हे तपशील GSTR-१ मध्ये टेबल ६A - निर्यात चलनांमध्ये घोषित केले आहेत.

या सारणीमध्ये खालील माहिती आवश्यक आहे:

(अ) बीजक तारीख

(ब) बंदराचा कोड

(क) नौभरण देयक /निर्यात बिलाची संख्या

(ड) नौभरण देयकाची तारीख/निर्यात बिलाची तारीख

(इ) एकूण चलन मूल्य तसेच करपात्र मूल्य

(फ) GST प्रदान ('कर प्रदानसह' निवडणे आवश्यक आहे)

(ग) सरकारने नमूद केल्यानुसार पुरवठ्यावर वेगळ्या टक्केवारीवर कर आकारला जातो का.

(ह) कराची रक्कम पूर्व-प्रसिद्ध केलेली असली तरी परंतु बदलली जाऊ शकते.

या सारणीमध्ये घोषित केलेले सर्व तपशील नौभरण देयकामध्ये घोषित केलेल्या तपशिलांशी संबंधित आहेत याची खात्री करणे महत्वाचे आहे. सेवा निर्यातीच्या बाबतीत, फील्ड 2, 3, आणि 4 रिक्त ठेवली जातील. संभाव्य निर्यातच्या बाबतीत, चलन/ बीजक टेबल 4A, 4B, 4C, 6B, 6C – B2B बीजकामध्ये सामान्य B2B बीजक म्हणून अपलोड केले जाईल. बीजकाचा तपशील प्रविष्ट करताना, 'संभाव्य निर्यात ', 'प्रदान न करता SEZ पुरवठा ' किंवा ‘शुल्कबद्ध वखारीतून विक्री,' योग्य म्हणून चिन्हांकित करा करा.

(२) फॉर्म GSTR-3B(Form GSTR-3B):

शिवाय, निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रियेसाठी GSTR 3B मध्ये घोषणा करणे आवश्यक आहे. तक्ता 3.1(b) 'बाह्य करपात्र पुरवठा (शून्य-रेट केलेले)' संबंधित रकमेसह पूर्ण करणे आवश्यक आहे. येथे प्रविष्ट केलेल्या IGST ची रक्कम संबंधित GSTR-1 च्या तक्ता 6A मध्ये प्रविष्ट केलेल्या एकूण IGST च्या बरोबरीची किंवा जास्त असणे आवश्यक आहे.

(३) फॉर्म GST RFD-0१ (Form GST RFD-01):

काही प्रकरणांमध्ये, निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रियेसाठी RFD-01 (पूर्णपणे ऑनलाइन) फॉर्म सादर करणे आवश्यक असेल.

(अ) मालाची निर्यात (Export of Goods):

कर भरलेल्या निर्यातीच्या बाबतीत, वेगळ्या परतावा अर्जाची आवश्यकता नाही कारण नौभरण देयक स्वतःच परतावा अर्ज म्हणून मानले जाईल. फॉर्म GSTR-1 मध्ये प्रविष्ट केलेल्या माहितीची तुलना ICEGATE मध्ये दाखल केलेल्या नौभरण देयका वरील माहितीशी केली जाईल. ICEGATE नंतर परताव्यावर प्रक्रिया करेल आणि त्याच्या पोर्टलवर निर्दिष्ट केल्यानुसार करदात्याच्या बँक खात्यात जमा करेल.

(ब) सेवांची निर्यात (Export of Services):

वेगळा RFD-01 परतावा अर्ज आवश्यक आहे. अशा करदात्याने GST पोर्टलवर लॉग इन करावे आणि सेवा > परतावा > परताव्यासाठी अर्ज > कर भरणा असलेल्या सेवांची निर्यात

> RFD-01(Services > Refunds > Application for Refund > Export of Services with Tax Payment > RFD-01) वर नेव्हिगेट करावे. सेवा निर्यातीचे तपशील ऑफलाइन युटिलिटी वापरून अपलोड करावे लागतील. परताव्याची रक्कम, तसेच ज्या बँक खाते क्रमांकावर परतावा जमा केला जाणार आहे, तो प्रदान करणे आवश्यक आहे. जेव्हा परतावा अर्ज यशस्वीरित्या दाखल केला जातो, तेव्हा एक अर्ज संदर्भ क्रमांक (ARN) व्युत्पन्न केला जातो, जो परतावा अर्जाच्या स्थितीचा मागोवा घेण्यासाठी वापरला जाऊ शकतो.

(४) IGST न भरता केलेली निर्यात (Export without payment of IGST):

या प्रकरणात, निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रियेसाठी वेगळ्या दस्तऐवजाची आवश्यकता आहे. वस्तू करमुक्त निर्यात करण्याचा पर्याय हमीपत्र (Letter of Undertaking (LUT)) किंवा बाँडच्या कव्हरखाली वापरला जाऊ शकतो. अशा परिस्थितीत, अप्रयुक्त इनपुट/इनपुट सेवांवर जमा केलेले कोणतेही ITC परताव्यासाठी उपलब्ध असेल. LUT केवळ मर्यादित संख्येत निर्यातदारांसाठी उपलब्ध आहे जे पूर्वनिर्धारित निकष पूर्ण करतात. ही प्रक्रिया सेवा निर्यात सारखीच आहे.

(५) फॉर्म GST RFD-११ (Form GST RFD-११):

सेवा (Services) --> वापरकर्ता सेवा (User Services) --> Furnish हमीपत्र (Letter of Undertaking (LUT)) वर जाऊन फॉर्म GST RFD-११ मध्ये सामायिक पोर्टलवर LUT दाखल केला जाऊ शकतो. LUT विवरणपत्र दाखल करण्याच्या प्रक्रियेनुसार, आवश्यक तपशील भरले जातात आणि डिजिटल स्वाक्षरीसह अपलोड केले जातात. हे दाखल केल्याशिवाय, निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रिया अपूर्ण असेल. करदात्याच्या नाममुद्रित पत्रा (Letter Head) वरील फॉर्म RFD-११, बँक हमी, प्राधिकरण पत्र इत्यादी संबंधित दस्तऐवजांसह एक बाँड स्टॅम्प पेपरवर, स्वाक्षरीने, आणि अधिकारक्षेत्रातील उप/सहायक आयुक्तांना सादर करणे आवश्यक आहे. सादर केलेल्या दस्तऐवजांच्या तपासणीनंतर, अधिकार क्षेत्रीय उप/ सहायक आयुक्त हे मान्य करणारे एक स्वाक्षरी पत्र जारी करतील.

(६) फॉर्म GST RFD-01 (Form GST RFD-01):

करदात्यांनी हा फॉर्म वापरावा, जो कर भरण्याच्या बाबतीत निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रियेसारखा आहे. शून्य- निर्धारित पुरवठ्याला कारणीभूत असलेल्या ITC बद्दल तपशील RFD-01 (पूर्णपणे ऑनलाइन) वर प्रविष्ट करणे आणि सादर करणे आवश्यक आहे. जर RFD-11 दाखल केला असेल, तर करदात्याने पुष्टी करावी. जेव्हा तुम्ही संबंधित कागदपत्रे आणि डिजिटल स्वाक्षरीसह फॉर्म सादर करता, तेव्हा मागोवा घेण्यासाठी अर्ज संदर्भ क्रमांक (ARN) तयार केला जातो. फॉर्म GSTR-1 मध्ये बीजक घोषित करण्याची प्रक्रिया सारखीच आहे, GST प्रदान फील्डमध्ये 'कर भरल्याशिवाय' निवडणे आवश्यक आहे.

नवीन विवरणपत्र दाखल करण्याअंतर्गत, निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रिया केली जाते.

नवीन GST विवरणपत्र प्रणाली अंतर्गत, निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रिया आणि RFD-01 आणि RFD-11 मधील परतावा ऍप्लिकेशन सारखेच राहतील. विवरणपत्र मधील निर्यात तपशीलांचा अहवाल बदलला आहे. निर्यातीवरील परताव्याच्या तपशिलांचा अहवाल देण्यासाठी वापरलेले फॉर्म खाली सूचीबद्ध आहेत.

(७) फॉर्म ANX-1 (Form ANX-1):

निर्यातीसाठी नवीन GST परतावा प्रक्रिया ANX-1 पासून सुरू होईल. पुरवठा संदर्भात IGST भरला आहे की नाही यावर अवलंबून, निर्यातीचे बीजक तपशील या फॉर्ममध्ये '3C - कराच्या भरणासह निर्यात' आणि '3D - कर भरल्याशिवाय निर्यात' या तक्त्यामध्ये अपलोड करणे आवश्यक आहे. कर कालावधीसाठी, अशा सर्व निर्यात चलनांचा अहवाल देणे आवश्यक आहे ज्यावर GST विवरणपत्र भरण्याच्या तारखेपर्यंत नौभरण देयके /निर्यात देयके उपलब्ध आहेत, जी मासिक विवरणपत्र भरणाऱ्यांसाठी तिमाहीच्या नंतरच्या महिन्याची 20 तारीख आहे किंवा त्रैमासिक विवरणपत्र भरणाऱ्यांसाठी तिमाहीच्या नंतरच्या महिन्याच्या 25 तारखेपर्यंत आहे. उर्वरित पुढील कर कालावधीत नोंदवले जाईल. या क्षेत्रात खालील माहिती आवश्यक आहे:

(अ) दस्तऐवज तपशील (चालन, क्रेडिट किंवा डेबिट नोट, अनुक्रमांक, तारीख, मूल्य)

(ब) HSN क्रमांक (सहा-अंकी स्तरावर)

(क) कर दर आणि करपात्र मूल्य

(ड) संबंधित कराची रक्कम (कर भरून निर्यात केली असल्यास)

(इ) निर्यात बिल/नौभरण देयक (क्रमांक आणि तारीख)

अंमलबजावणी सुरू झाल्यावर, संबंधित कर कालावधीचे विवरणपत्र भरण्याच्या तारखेनंतरही नौभरण देयक /निर्यात बिलाचे तपशील अपडेट करण्यासाठी एक वेगळी कार्यक्षमता उपलब्ध करून दिली जाईल. त्यानंतर निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रिया मोठ्या प्रमाणात स्वयंचलित होईल.

(८) फॉर्म RET-१ (FORM RET-1):

निर्यातीसाठी GST परतावा प्रक्रिया नवीन GST विवरणपत्र प्रणाली अंतर्गत RET-1 मधील घोषणेसह सुरू राहील. जावक पुरवठ्यासाठी, ANX-1 मध्ये घोषित केलेल्या निर्यातीशी संबंधित मूल्य आणि कर रक्कम तक्ता 3A (पंक्ती 3 आणि 4) मध्ये स्वयं-प्रसिद्ध होतील. परिणामी, करदात्याला फक्त माहिती सत्यापित करणे आवश्यक आहे आणि ती पुन्हा प्रविष्ट करू नये.

नवीन दुरुस्ती विवरणपत्राची ओळख: IGST भरून निर्यात तपशिलांमध्ये सुधारणा करणे, ANX-1A मध्ये केले जाऊ शकते, जे कर कालावधीसाठी सादर केलेल्या मूळ परिशिष्ट ANX-1 मध्ये सुधारणा करेल- मासिक किंवा त्रैमासिक . मूळ तपशीलांचा संदर्भ देऊन असे करणे शक्य आहे. हे RET-1A सह पूर्व-प्रसिद्ध केले जातील. हे लक्षात घेतले पाहिजे की

निर्यात दस्तऐवजांमध्ये सुधारणांना परवानगी नाही ज्यासाठी परताव्याचा आधीच यशस्वीपणे दावा केला गेला आहे. मागील कालावधीत घोषित न केलेले निर्यात चलन तपशील, दुसरीकडे, वर्तमान कालावधीच्या ANX-1 मध्ये नोंदवले जाऊ शकतात.

१२.७ सारांश (SUMMARY)

- निर्यात बंधन पूर्ण होईपर्यंत भांडवली वस्तूंची आयात वास्तविक वापरकर्त्याच्या अटींच्या अधीन असते.
- मुख्य कंत्राटदाराला परवाना दिला जातो जो वस्तूंच्या निर्मितीमध्ये वापरल्या जाणाऱ्या उत्पादनांची आयात करतो.
- परकीय व्यापार धोरण (FTP (एफ टी पी)) सर्व निर्यात आणि आयात-संबंधित क्रियाकलाप नियंत्रित करते, ज्याचे उद्दिष्ट देशाची निर्यात वाढवणे आणि आर्थिक वाढ आणि रोजगार निर्मितीसाठी एक प्रभावी साधन म्हणून व्यापार विस्तार वापरणे आहे.
- SION नेहमी विशिष्ट उत्पादनासाठी उपलब्ध नसते. अशा परिस्थितीत, प्रादेशिक प्राधिकरणाकडे अर्ज सादर केला जाऊ शकतो, जो पुनरावलोकनानंतर आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना जारी करेल.
- निर्यातदारांना आयातीच्या वास्तविक खर्चाव्यतिरिक्त कराच्या स्वरूपात अतिरिक्त खर्चाची भरपाई करण्यासाठी शुल्क परतावा योजना लागू करण्यात आली.

१२.८ स्वाध्याय (EXERCISE)

अ. वर्णनात्मक प्रश्न:

(१) संक्षिप्त उत्तरे:

१. EPCG (ई पी सी जी) मध्ये कोण पात्र आहेत?

२. शुल्क माफी योजना स्पष्ट करा.

३. EPCG (ई पी सी जी)ची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

४. शुल्क सूट योजना स्पष्ट करा.

५. स्वयं निर्धारित योजना म्हणजे तुम्हाला नेमके काय म्हणायचे आहे?

(२) दीर्घोत्तरे:

१. निर्यात आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना योजनेबद्दल लिहा .

२. शुल्क सूट आणि माफी योजनांमधील फरक स्पष्ट करा.

३. EPCG (ई पी सी जी) थोडक्यात स्पष्ट करा.

४. निर्यातदारासाठी IGST (आय जी एस टी) हा शब्द स्पष्ट करा.

५. DBK (डी बी के) बद्दल थोडक्यात लिहा.

ब. बहुपर्यायी प्रश्न:

१. DFIA (डी एफ आय ए) म्हणजे ....

(अ) शुल्क मुक्त आयात अधिकृत मंजूरी योजना,

(ब) शुल्क मुक्त निर्यात अधिकृत मंजूरी योजना,

(क) शुल्क मुक्त आयात अधिकृत मंजूरी योजना,

(ड) मागणी मुक्त आयात अधिकृत मंजूरी योजना

२. निर्यात बंधन पूर्ण होईपर्यंत............... वस्तूंची आयात वास्तविक वापरकर्त्याच्या अटींच्या अधीन असते.

(अ) भांडवली ,

(ब) घरगुती,

(क) मोफत,

(ड) नमुना

३. कच्च्या मालाची शुल्कमुक्त आयात ....उत्पादनासाठी आवश्यक असते.

(अ) आयात,

(ब) निर्यात,

(क) खरेदीदार,

(ड) विक्रेता

४. .... यांना करांच्या रूपात अतिरिक्त खर्चाची भरपाई करण्यासाठी शुल्क परतावा योजना लागू करण्यात आली होती.

(अ) निर्यातदार,

(ब) आयातदार,

(क) व्यापारी,

(ड) आंतरराष्ट्रीय ग्राहक

५. उत्पादन मिळवण्यासाठी आवश्यक असणाऱ्या उत्प्रेरक, ऊर्जा, तेल आणि इंधन यासह इतर गोष्टींसाठी योजना म्हणजे...........

(अ) शुल्क माफी योजना,

(ब) शुल्क सूट योजना,

(क) शुल्क मुक्त आयात अधिकृत मंजूरी योजना,

(ड) आगाऊ अधिकृत मंजूरी योजना

उत्तरे: १-क, २-अ, ३-ब, ४-अ, ५-अ

क. रिकाम्या जागा भरा:

१. ……………… निर्यातीच्या वेळी भरलेल्या IGST (आय जी एस टी) च्या परताव्यासाठी पात्र आहेत.

२. निर्यातीसाठी GST (जी एस टी) परतावा प्रक्रियेसाठी ……… मध्ये घोषणा करणे आवश्यक असेल.

३. वर्तमान परकीय व्यापार धोरण (२०१५- २०२०) चे उद्दिष्ट ……….ने केलेल्या निर्यातीला समर्थन देणे आहे.

४. ………………. निर्यातदारांना त्यांचा व्यवसाय वाढविण्यात मदत करण्यासाठी त्यांना प्रदान केलेली सेवा आहे.

५. वाजवी किमतीत उच्च-गुणवत्तेच्या वस्तूंचे उत्पादन केल्यास................निर्यातदारांची भरभराट होऊ शकते.

उत्तरे:

१- निर्यातदार,

२- GSTR ३B (जी एस टी आर ३ बी),

३- विशेष आर्थिक क्षेत्र,

४- EPCG (ई पी सी जी),

५- भारतीय

ड. खालील वाक्य चूक की बरोबर आहे ते सांगा:

१. DBK (डी बी के) मध्ये अर्ज ६०दिवसांच्या आत सादर करणे आवश्यक आहे.

२. EPCG (ई पी सी जी) ही निर्यातदारांना त्यांचा व्यवसाय वाढविण्यात मदत करण्यासाठी प्रदान केलेली सेवा आहे.

३. शुल्क सूट योजनेच अर्थ कच्चा माल, घटक आणि बांधणी सामग्रीच्या आयातीवर भरलेल्या सीमाशुल्काची प्रतिपूर्ती असा आहे.

४. आयात व्यवसायात व्यस्त केवळ सूक्ष्म, लघु आणि मध्यम उद्योगांना (MSME – एम एस एम ई) आगाऊ परवाना दिला जाईल.

५. EPCG (ई पी सी जी) परवानाधारक आंतरराष्ट्रीय उत्पादकांकडून भांडवली वस्तू खरेदी करू शकतो.

उत्तरे:

बरोबर: १ आणि २

चूक : ३,४ आणि ५

१२.९ संदर्भ (REFERENCES)

- एक्स्पोर्ट पॉलीसी प्रोसिजर्स एन्ड डॉक्युमेंटेशन - एम आय महाजन, स्नो व्हाइट पब्लिकेशन प्रा. लिमिटेड, २६वी आवृत्ती.
- इंटरनॅशनल बिझनेस , के. अस्वथप्पा, मॅकग्रा-हिल एज्युकेशन (इंडिया) प्रा. लि., ६वी आवृत्ती.
- एक्स्पोर्ट इम्पोर्ट प्रोसिजर्स - डॉक्युमेंटेशन एन्ड लॉजिस्टिक्स , सी. रामा गोपाल, न्यू एज इंटरनॅशनल पब्लिशर, २००६/ पुनर्मुद्रण जानेवारी २०१६.
- इंटरनॅशनल एक्स्पोर्ट एन्ड इम्पोर्ट मॅनेजमेंट, फ्रान्सिस चेरुनिलम, हिमालय पब्लिशिंग हाऊस.
- आर.के. जैन यांचे, फॉरेन ट्रेड पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ प्रोसिजर्स (विथ फॉर्म्स, सर्क्युलर्स एन्ड पब्लिक नोटीसेस).
- एक्झिम पॉलिसी एन्ड हॅण्डबुक ऑफ एक्झिम पॉलिसी - VOL १ आणि २.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग आणि एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, जेराल्ड अल्बाम, एडविन ड्यूर, अलेक्झांडर जोसियासन, पिअर्सन पब्लिकेशन्स, ८वी आवृत्ती, जून २०१६.
- इंटरनॅशनल मार्केटींग स्ट्रॅटेजी, इसोबेलडूल आणि रॉबिन लोव, ५वी आवृत्ती, थॉमसन लर्निंग, २००८.
- न्यू इम्पोर्ट एक्स्पोर्ट पॉलिसी - नाभी पब्लिकेशन्स, २०१७
- पी.के. खुराना, एक्स्पोर्ट मॅनेजमेंट, गलगोटिया पब्लिशिंग कंपनी, नवी दिल्ली.
- पी.के. वासुदेवा, इंटरनॅशनल मार्केटींग, एक्सेल बुक्स, चौथी आवृत्ती, नवी दिल्ली.

*****