



HİNDİSTAN

ÜLKE RAPORU

Hazırlayan : **Tülay UYANIK**
Ankara - April, 2011



T.C. Başbakanlık
Dış Ticaret Müsteşarlığı
İHRACATI GELİŞTİRME ETÜD MERKEZİ



HİNDİSTAN

Temel Sosyal ve Ekonomik Göstergeler

Temel Sosyal Göstergeler

Nüfus	1 202,1 milyon(2011 tahmini)
Yüzölçümü	3.287.263 km ²
Başkent	Yeni Delhi
Resmi Diller	Hintçe en çok kullanılan resmi dildir. 14 tane daha resmi dil vardır. Bunlar Bengali, Telugu, Marathi, Tamil, Urdu, Gujarati, Malayalam, Kanada, Oriya, Punjabi, Assamese, Kashmiri, Sindhi ve Sanskritçe. İngilizce iş çevrelerinde 2. dil olarak geniş bir şekilde kullanılmaktadır.
Din(ler)	Hinduizm (%80,5), İslam (%13,4), Hristiyanlık (2,3), Sih (%1,9), Budizm (%0,8), Jain (%0,4)
Başlıca Şehirleri ve Nüfusu (2001 sayımı)	Mumbai (16,4 milyon), Kolkata (13,2 milyon), Delhi (12,8 milyon), Chennai (6,4 milyon), Bangalore (5,7 milyon), Hyderabad (5,5 milyon)
İklim	Yarı tropikal ve tropikal. Haziran ve Eylül ayları arası muson mevsimidir.

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, India Country Report, April 2011

Temel Ekonomik Göstergeler

	2010a	2011 b	2012 b	2013 b	2014 b	2015b
GSYİH (milyar \$)	1.653,2	1.924,8	2.281,5	2.636,7	3.080,6	3.571,8
Reel Büyüme (%)	9,1	8,9	8,7	8,5	8,7	8,5
Kişi Başına Düşen Gelir (\$, Satın Alma Gücü Paritesine Göre)	1.350	1.520	1.740	1.990	2.280	2.600
Tüketici Fiyatları Enflasyonu (% , Yıl Sonu)	7,8	6,0	5,1	5,5	5,7	5,5
İhracat (fob, milyar \$)	219,1	251,6	280,8	316,7	355,5	400,4
İthalat (fob, milyar \$)	348,6	398,5	441,8	498,2	562,6	647,7
Cari İşlemler Dengesi (milyar \$)	-43,4	-50,3	-47,7	-49,1	-39,9	-40,9
Döviz Kuru (Rs:US\$, ortalama)	45,72	45,13	44,45	43,45	42,70	42,00

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, India Country Report, April 2011

a EIU tahmini bEIU projeksiyonu

Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar

ADB, AfDB (bölge dışı üye), ARF, BIMSTEC, BIS, C, CERN (gözlemci), CP, EAS, FAO, G-15, G-20, G-24, G-77, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICRM, IDA, İFAD, IFC, IFRCS, IHO, ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITSO, ITU, ITUC, LAS (gözlemci), MIGA, MONUC, NAM, OAS (gözlemci), OPCW, PCA, PIF (ortak), SAARC, SACEP, SCO (gözlemci), UN, UNCTAD, UNDOF, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNIFIL, UNITAR, UNMIS, UNMIT, UNOCI, UNWTO, ÜPU, WCL, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO

Hindistan, yukarıdaki çok taraflı anlaşmalara ilave olarak Bhutan, Şili, Singapur ve Sri Lanka ile tercihli ticaret anlaşmaları imzalamıştır. Bunlara ilaveten son dönemde Malezya ile Kapsamlı Ekonomik İşbirliği ve Japonya ile Serbest Ticaret Anlaşması imzalanmıştır.

Genel Bilgiler

Coğrafi Konum

Hindistan güney Asya'da yer almakta olup; güneyinde Hint Okyanusu, batısında Pakistan, kuzeyinde Çin, Bhutan ve Nepal, doğusunda ise Bangladeş ve Myanmar ile komşudur. Yüzölçümü bakımından dünyanın yedinci büyük devletidir. Hindistan'ın güneyinde tropikal muson iklimi hakim iken kuzeyinde iklim ılımandır. Hindistan'ın güney ve orta kesimleri platolardan oluşurken batısında çöller, kuzeyinde ise Himalaya Dağları yer alır.

Siyasi ve İdari Yapı

15 Ağustos 1947 tarihinde İngiltere'den bağımsızlığını kazanan Hindistan Cumhuriyeti'nin yönetim şekli federal cumhuriyettir. Hindistan 28 eyalet ve 7 birlik bölgesinden oluşmaktadır. Eyaletler; Andhra Pradesh, Arunachal Pradesh, Assam, Bihar, Chhattisgarh, Goa, Gujarat, Haryana, Himachal Pradesh, Jammu and Kashmir, Jharkhand, Karnataka, Kerala, Madhya Pradesh, Maharashtra, Manipur, Meghalaya, Mizoram, Nagaland, Orissa, Punjab, Rajasthan, Sikkim, Tamil Nadu, Tripura, Uttar Pradesh, Uttarakhand, West Bengal'dir. Birlik bölgeleri ise Andaman ve Nicobar Adaları, Chandigarh, Dadra and Nagar Haveli, Daman and Diu, Delhi, Lakshadweep ve Puducherry'dir. Hindistan'da yasal altyapı 1950 anayasasına ve İngiliz hukukuna dayanır.

Nüfus ve İşgücü Yapısı

Hindistan'da 2007 yılında nüfusu 1,13 milyar kişiye ulaşan Hindistan'da 2000-07 yılları arasındaki nüfus artış hızı yıllık %1,5 oranında gerçekleşmiştir. Bu oran 2009 ve 2010 yılında da yaklaşık aynı kalmıştır. 2011 yılında da nüfus artış oranı beklentisi %1,49'dur. Bu oran 90'lı yıllarda %1,9, 80'li yıllarda %2,1 ve 60'lı yıllarda %2,3 oranlarında gerçekleşmiştir. Doğum hızının düşeceğine dair iyimser beklentilere rağmen 2025 yılında Hindistan nüfusunun 1,4 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2007 yılında yaşam beklentisi erkekler için 66, kadınlar için 71 yıla çıkmıştır. 1951 yılında erkekler ve kadınlar için yaşam beklentisi 32 yıl idi. rsal kesimde yaşama oranı diğer gelişen Asya ülkelerine göre çok yüksektir. Halkın %60'ı nüfusu 5000'i geçmeyen yerleşim yerlerinde yaşamaktadır. Buna karşın şehirlere göç hızla artmaktadır.

Hindistan'da her yıl yaklaşık 10 milyon kişi işgücüne katılmaktadır. Bu durum hükümetin eğitimin kalite ve miktarını artırmak için yatırım yapması gerekliliğini göstermektedir.

İstihdam-İşgücü İstatistikleri

	2010a	2011 b	2012 b	2013 b	2014 b	2015 b
İşgücü (milyon kişi)	478,3	487,6	498,4	508,5	517,7	527,0
İşsizlik oranı (%)	10,8	10,6	10,6	10,4	10,1	9,7

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, India Country Report, February 2011

a EIU tahmini bEIU projeksiyonu

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Hindistan doğal kaynak bakımından çok zengin bir ülke değildir. Hindistan dünya yüzeyinin %2,4'ünü kaplamasına rağmen, dünya nüfusunun %17'sini barındırmaktadır. Bu yüzden doğal kaynak ihtiyacı fazladır. Hindistan'daki en önemli madenler kömür, demir ve boksittir. Petrol ve gazın büyük çoğunluğu ithal edilmektedir. Büyük coğrafi ve iklimsel farklılıklar bölgeler arasında gelir dağılımı ve ekonomik gelişmişlik farklılıklarının sebeplerinden birisidir. Gelişmiş ülkelerin tersine bir durum olarak çalışan nüfusun %60'ı tarım sektöründe istihdam edilmiştir. Göç artmasına rağmen hala sınırlıdır ve Hintlilerin büyük çoğunluğunun geçimi toprağa bağlıdır. Ekilebilir arazinin %40'ı sulanabilir durumdadır ve geriye kalan arazilerde tarımsal üretim yıllık muson yağmurlarına bağımlıdır.

Genel Ekonomik Durum

Ekonomik Yapı

Hindistan ekonomisi iki farklı yapıya sahiptir. Bir yanda, orta sınıfın en zekilerini çalıştıran modern ve küresel rekabet gücüne sahip bilgiye dayalı hizmetler sektörü, diğer yanda çoğunlukla az eğitilmiş işgücünün çalıştığı ve rekoltesi yağışlara bağlı tarım sektörü yer almaktadır. İmalat sektörü geleneksel olarak kalitesiz mallar nedeniyle yetersiz olmasına rağmen, bu durum son yıllarda değişmeye başlamıştır. Hizmetler sektöründeki güçlü büyüme neticesinde sektörün GSYİH içinde payı 2009 yılında %54,6 olarak gerçekleşirken, tarım sektörünün payı %17,1, sanayinin payı ise %28,2 olmuştur. 2010 yılı sonunda bu oranların hizmet sektörü için %55,3, sanayi için %28,6 ve tarım için %16,1 olması beklenmektedir.

Son yıllarda ekonominin tarıma bağımlılığı azalmış olsa da GSYİH'deki dalgalanmalar hala yıllık muson yağmurlarının sonuçlarına bağlıdır. Toprak sahiplerinin çoğunluğu geçenecek kadar tarım yapabilmektedirler ve çoğu çiftçi ailesi yoksulluk sınırının altında yaşam sürdürmektedirler. Hindistan özellikle kırsal alanda dünyadaki en kötü insan gelişim indekslerinin bazılarında sahiptir. Buna karşın, Hindistan aynı zamanda çok sayıda yüksek nitelikli işgücüne ve birkaç tane uluslararası endüstriyel gruba da sahiptir.

Sektörler İtibarıyla Ekonomik Büyüme (% Değişim)

Sektör	2010a	2011 b	2012 b	2013 b	2014 b	2015 b
Tarım	2,4	2,3	2,3	2,3	2,2	2,2
Sanayi	9,9	9,7	9,0	8,0	7,9	7,9
Hizmetler	9,7	9,5	9,3	9,2	9,0	9,0

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, India Country Report, February 2011

a EIU tahmini BEIU projeksiyonu

Ekonomi Politikaları

2002/03 mali yılında genel bütçe açığı tepe noktasına ulaşarak GSYİH'nin %9,6'sına ulaşmıştır (%5,9 federal hükümetin açığı, %3,7 eyalet hükümetlerinin açığı). Bu tarihten sonraki güçlü ekonomik büyüme 2007/08 mali yılında genel bütçe açığının %5,5 oranına düşmesini sağlamıştır. Son yıllardaki istikrarlı büyümeye rağmen mali durum zayıflığını sürdürmektedir. Bütçe açığını azaltmaya yönelik politikaların uygulanması politik olarak zorunlu hale gelmiştir. Sübvansiyonları azaltmak, vergi paylarını artırmak (sadece 32 milyon kişi gelir vergisi vermektedir), kamu çalışanlarının sayısını azaltmak ve kamu teşekküllerini kapatmak ya da özelleştirmek güçlü karşıt gruplar yüzünden oldukça zordur.

Hükümet Hindistan'ın vergi kanunu değiştirmek için radikal bir adım atmıştır. 2011 yılında uygulamaya koymak için yeni bir vergi yasası önerisi vermiştir. Maliye Bakanı tarafından 12 Ağustos 2009 tarihinde sunulan bu öneriye göre kurumlar vergisi %30'dan %25'e düşürülecektir. Kanun tasarısı aynı zamanda gelir vergisi ödeme yükümlülüğü alt sınırını yıllık 300.000 Rupî'den (yaklaşık 6.000\$) 1.000.000 Rupî'ye (yaklaşık 20.000\$) çıkarmaktadır. Genel olarak tasarı olumlu karşılanmıştır.

Ekonomik Performans

Hindistan'ın son ekonomik reformları başlattığı 1990'lı yılların başından itibaren ekonomik büyüme geçici olmaktan çıkmış ve önceki yıllardan daha yüksek bir büyüme oranı yakalanmıştır. Reel büyüme 2003 yılından itibaren her yıl %8'in üzerinde gerçekleşmiş ve 2006 yılında %9,7 ile tepe noktasına ulaşmıştır. 2008 yılında ise küresel ekonomik krizin etkisiyle ekonomik büyüme %6,1 oranında gerçekleşmiştir. Hükümetin geniş kapsamlı mali canlandırma paketinin uygulamaya konulmaması durumunda bu büyüme oranı çok daha düşük oranda gerçekleşebileceği görüşü hakimdir. Bu paketle kamu harcamaları büyümenin yaklaşık üçte birine katkı sağlamıştır. Yüksek büyümenin olduğu 2003 ve 2007 yıllarında kamu harcamalarının büyüme katkısının sadece %6 olduğu düşünülürse, kamu harcamalarının muazzam bir sıçrama yaptığı görülmektedir. Aynı zamanda, yüksek büyüme döneminde büyümenin yaklaşık yarısını oluşturan özel tüketim 2008 yılında dramatik bir şekilde azalarak büyümenin ancak %27'sini oluşturmuştur. Hindistan'ın net ithalatçı olmasının ekonomiye negatif etkisi 2008 yılında hızlanmıştır. Ekonomideki parlak nokta ise ekonomik aktivite içinde önemli bir etken olan yatırımlar olmuştur.

2008 yılında toplam ihracatın GSYİH'nin sadece %24'ü oranında olması ve dünya ile kısıtlı ticari entegrasyonu Hindistan'ın küresel finansal krizden daha az etkilenmesine yol açmıştır. Dış ticaret büyük bir darbe almıştır ancak, Hindistan ekonomisinin dayanak noktası olan iç talep, çabuk toparlanan esnek bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Son ekonomik göstergeler ekonominin 2009 Mayıs ve Haziran aylarından itibaren beklenmedik ve güçlü bir şekilde istikrara kavuştuğu izlenimini oluşturmuştur. Sanayi üretimi artmıştır, tüketim ürünleri satışları (özellikle arabalar) Temmuz ayında sıçrama yapmıştır ve Ağustos başında menkul kıymetler borsası son dokuz ayın tepe noktasına erişmiştir. Sanayinin çekirdeğini oluşturan altı sektörün (kömür, çimento, ham petrol, elektrik, çelik ve petrol ürünleri) üretimlerinde Haziran ayında yıllık bazda %6,5 oranında büyüme gerçekleşmiştir. Mayıs ayında bu oran %2,8 düzeyinde olmuştur.

Geçmiş yıllardaki bu gelişmelerin yanı sıra Hindistan ekonomisi, 2010 yılı Nisan-Haziran döneminde bir önceki yıla göre içinde %8,8 oranında büyümüştür. Bu büyüme oranı geçtiğimiz 2 sonunda %8,6 olurken; aynı zamanda son üç yıllık zaman içinde Nisan-Haziran dönemindeki en hızlı büyüme oranıdır. Ekonomi içinde en hızlı büyüyen sektörler; %12,4 artan imalat sektörü olmuştur. Bunu %12,2 ile otel, ulaştırma ve haberleşme izlemektedir. Bu iki sektör toplam büyüme oranının yaklaşık üçte ikisini oluşturmaktadır. Tarım sektöründeki büyüme oranı ise %0,4 gibi oldukça düşük bir orana sahiptir.

Ekonomide Geleceğe Yönelik Beklentiler

Ekonomik Projeksiyon Özeti

	2010a	2011 b	2012 b	2013 b	2014 b	2015 b
Reel GSYİH Büyüme Oranı (%)	9,1	9,0	8,7	8,6	8,7	8,7
Tüketici Fiyat Enflasyonu (yıl sonu, %)	7,8	6,0	5,1	5,5	5,7	5,5
Mal İhracatı, fob (Milyar Dolar)	219,1	251,6	280,8	316,7	355,5	400,4
Mal İthalatı, fob (Milyar Dolar)	348,6	398,5	441,8	498,2	562,6	647,7

Cari İşlemler Dengesi (Milyar Dolar)	-43,4	-50,3	-47,7	-49,1	-39,9	-40,9
Döviz Kuru, Rs:ABD\$ (ort)	45,72	45,13	44,45	43,45	42,70	42,00

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, India Country Report, February 2011

a EIU tahmini bEIU projeksiyonu

Sektörler

Tarım ve Hayvancılık

Tarım sektörü işgücünün %60'ını istihdam etmesine karşın GSYİH'nin %20'sinden azını oluşturmaktadır. Diğer Doğu Asya ülkelerinin aksine tarımdan diğer sektörlerle işgücü kayması Hindistan'da daha yavaş gerçekleşmektedir. Reform sonrası dönemde tarım sektörü güçlenmiş ve 1992-96 döneminde yıllık ortalama %4,7 büyümüştür. Buna karşın, 2000 yılından itibaren tarım sektörünün yıllık büyümesi %2 civarında gerçekleşmektedir. Bu oran reel büyümenin %9 ve yukarısında gerçekleşmesinin sürdürülebilmesi için hükümetin gerekli gördüğü büyümenin yarısıdır. 2008 yılında gıda fiyatlarındaki artış Hindistan'da gıda yeterliliğini sağlamak için sektöre yatırım yapılması gerekliliğini göstermiştir.

Ekili alanların üçte birinden azı sulanabilmektedir ve bu nedenle tarımsal üretim ağırlıklı olarak yıllık muson yağmurlarına bağımlıdır.

Hindistan'da tarım ve gıda ürünleri içinde öne çıkan ürünler; tahıl, pirinç, buğday, şeker kamışı, pamuk, jüt, bakliyat, sebze ve meyveler, et ve et mamulleri, süt ve süt ürünleri, yer fıstığı, çay, tütün, kahve, baharat, şeker ve yağlı tohumlardır.

Sanayi

GSYİH içinde yaklaşık %20 paya sahip olan sanayi sektörü oldukça küçüktür. Diğer çoğu Doğu Asya ülkesinde bu oran %30 ile %40 arasındadır. 1980'li yıllarda ve 1990'lı yılların ilk yarısında yıllık %7'nin üzerinde gerçekleşen sanayideki büyüme oranı 1990'lı yılların ikinci yarısında yıllık %5 civarına düşmüştür. Buna karşın güçlü tüketici talebi ve ihracat sayesinde 2002 yılından itibaren sanayi üretimi güçlü bir şekilde büyümektedir. 2007 yılında %8,1 büyüyen sektör, 2008 yılında %3,9 büyümüştür. 2009 yılında ise yine %6,6 oranında bir büyüme beklenmektedir.

Her yıl işgücüne katılan 10 milyon kişiye yeni iş alanı yaratabilmek için Hindistan hükümeti, hala küçük olan imalat sanayi sektörünün genişletilmesi gerektiğini kabul etmektedir. Hükümetin hedefi olan imalat sanayinin GSYİH'nin %25'i düzeyine gelebilmesi için sektörün yıllık %15-17 civarında büyümesi gerekmektedir. Fakat şu anda enflasyonu körüklemekten bu büyümeyi yakalamanın imkansız olduğu görüşü hakimdir.

Madencilik

Madencilik sektörü GSYİH içinde %2'den daha az bir paya sahiptir. Bununla beraber çeşitli hidrokarbon dışı mineraller çıkarılmaktadır. Hindistan'ın geniş demir ve boksit rezervleri vardır. Bunlara ek olarak, önemli miktarda mika, manganez, dolomit, kireç taşı, kromit, manyezit, apatit ve fosforit üretimi vardır. Madencilik sektöründeki özel sektörün payı artmaktadır. Çeşitli madencilik ürünlerindeki yerel tüketimin artması nedeniyle 2006 yılında hükümet madencilik yasasını serbestleştirmiştir. Yeni titanyum maden yataklarının keşfinin artması için 2007 yılında hükümet titanyum madenciliğinde %100 yabancılara ait şirketlere yatırım izni vermiştir. Hindistan'ın titanyum rezervlerinin dünya rezervinin %30'u civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Müteahhitlik Hizmetleri

İnşaat sektörü GSYİH'nin %7'sini oluşturmaktadır ve yaklaşık 40 milyon kişiye iş sağlamaktadır. İnşaat sektörü son yıllarda en hızlı büyüyen sektörlerden birisidir. 2007/08 mali yılında sektör %9,8 büyümüştür. İnşaat sektörü birim yatırım başına en çok katma değer sağlayan sektördür. 5 yıllık plana göre kamu yatırım harcamalarının yaklaşık %40'ı inşaat sektöründe yapılacaktır. Büyük ölçekli kamu projeleri, şehir altyapıları ve otoyol gereksinimleri ve hızla artan konut talebi sektörün son yıllarda hızla gelişmesine sebep olmuştur.

Turizm

Hindistan'a turist girişi 2007 yılında %12 artarak 5 milyona ulaşmıştır. Hindistan'ın önümüzdeki dönemde de iş gezileri ve turistik geziler için cazip bir yer olacağı öngörülmektedir. Havaacılık alanındaki serbestleşmelerin de kapasiteyi artırıp uçuş ücretlerini düşürmesinin bu eğilimi desteklemesi beklenmektedir.

Uluslararası Seyahat ve Turizm Konseyi'ne göre Hindistan'ın turizm sektörünün 2017 yılında 42,8

milyar dolar ciroya ulaşması beklenmektedir. 2007 yılında bu rakamı 10,1 milyar dolar olarak gerçekleştirmiştir. 2017 yılında sektörün 7 milyon yeni iş açması beklenmektedir.

Ulaştırma ve Telekomünikasyon Altyapısı

Ekonomik gelişmenin önündeki en büyük engellerden birisi yetersiz alt yapıdır. Hindistan'ın altyapı açığını gidermek için 11. Beş Yıllık Plan (2007/08 – 2012/13) süresince hükümet tahminine göre yaklaşık 500 milyar dolar yatırıma ihtiyaç duyulmaktadır.

Hindistan 63.300 km ile dünyanın en geniş demiryolu ağına sahiptir. Hindistan Demiryolları 1,4 milyon kişiye istihdam etmektedir ve dünyanın en büyük sivil işverenidir. Demiryolu sektörü kronik yatırım eksikliği, düşük fiyatlar ve yetersiz reformlar nedeniyle gelişme gösterememektedir.

Yetersiz durumda olan karayolu ağına son dönemde önem verilmeye başlanmıştır. Karayolları toplam yük taşımacılığının %70'i ve toplam yolcunun %85'ini taşımaktadır. 3,3 milyon km yolun çoğunluğu elverişsiz ve bakımsızdır.

Hindistan'ın 12 tane büyük limanı vardır. Bu büyük limanlar toplam kargo taşımacılığının %75'ini gerçekleştirmektedirler. Hindistan'ın limanları verimsiz çalışmaktadır. Hindistan'ın ticaretinin %90'ı limanlar vasıtasıyla yapılmaktadır. 2002 yılından itibaren dış ticaretin yıllık %20'nin üzerinde büyümesi nedeniyle limanların genişleme yatırımlarına ihtiyacı vardır.

2007/08 mali yılında havayolu yolcu sayısı %21 büyüyerek 116,9 milyon kişiye (87,1 milyon iç hat, 29,8 milyon uluslararası) ulaşmıştır. Düşük maliyetli havayolu şirketlerinin girmesiyle fiyatlarda hızlı bir düşüş olmuş ve Hindistan'ın hızla büyüyen orta sınıfı için havayolu seyahati makul düzeye inmiştir.

Telekomünikasyon alanında sektörde yapılan reformlar neticesinde son yıllarda büyük patlama yaşanmıştır. Ekim 2004'te cep telefonu kullanıcı sayısı sabit telefon kullanıcı sayısını geçmiştir. 2007 yılında ise toplam cep telefonu kullanıcıları sabit telefon kullanıcılarının 3 katına çıkmıştır.

Enerji

Hindistan yıllık 700 milyar kws üretimle dünyanın en büyük beşinci enerji üreticisidir. Buna rağmen, enerji eksikliği mevcuttur ve toplam talebin %8'i oranında olduğu tahmin edilmektedir. Enerji sektöründeki problemler çeşitlidir. Verimsiz çalışan Devlet Elektrik Kurumu, yüksek oranlardaki kaçak kullanım, sağlıksız sübvansiyonlar ve kronik yetersiz yatırım yaşanan başlıca problemlerden bazılarıdır. Hindistan'daki ortalama enerji maliyeti birim başına 4 Rupiyi (10 US Cent) geçmektedir. Bu maliyetler ABD'ye göre 2 Rupiyi, Güney Kore ve Tayvan'a göre 2,5 Rupiyi aşmaktadır. Enerji üretim kapasitesinin artırılması için konulan hedefler ihtiyacın altında olmasına karşın yıllardır bu hedeflere bile ulaşamamıştır. Özel sektör enerji üretiminin yaklaşık %14'ünü gerçekleştirmektedir. Hükümet 2003 yılında özel sektör yatırımlarını artırmak için sektördeki lisans gereksinimlerini azaltmıştır.

Kömür en büyük güç kaynağıdır. 2007 yılında kömür ile çalışan santraller toplam enerji üretiminin %62,2'sini karşılamışlardır. Hindistan büyük bir kömür rezervine sahiptir ve yaklaşık 100 yıl yetecek kömür rezervlerinin olduğu hesaplanmıştır. Toplam elektrik enerjisinin %3'ü nükleer santrallerden sağlanmaktadır. Hidroelektrik santralleri ise toplam elektrik enerjisinin %25'ini karşılamasına karşın şimdiki üretimin üç katı potansiyelinin olduğu hesaplanmıştır.

Bankacılık

Hindistan'daki menkul kıymetler pazarının büyüklüğü ve likiditesi son yıllarda hızla artmış ve Bombay Menkul Kıymetler Borsası Asya'nın en büyük borsalarından birisi haline gelmiştir. 2007/08 dönemindeki benzeri görülmedik 29,4 milyar dolarlık yabancı portföy yatırımı Bombay Borsası endeksini 2008 Ocak ayında en yüksek seviyeye çıkartsa da yüksek enflasyon ve yavaşlayan büyüme neticesinde sonraki beş ayda endeks %25 oranında değer kaybetmiştir.

Devlete ait şirketler Hindistan bankacılık sektöründe ağırlığı oluşturmaktadırlar. Buna karşın son yıllarda yabancı bankaların da aralarında olduğu birçok özel banka sektörde yatırım yapmıştır ve payları gittikçe artmaktadır.

Bankacılık sektöründeki gelişmenin önündeki en büyük engel hükümetçe belirlenen öncelikli sektörler (çoğunlukla küçük ölçekli işletmeler ve tarım sektörü) fon ayırma zorunluluğudur. Bu sektörler verilen borçlar büyük risk taşımaktadır. Özel sektör bankaları bu öncelikli sektörler toplam kredilerinin %25'ini vermek zorundadırlar. Kamu bankalarının ise %40 oranında kredi verme zorunlulukları vardır.

Finansal Hizmetler

Hizmetler sektörü ekonominin en büyük ve en iyi performans gösteren bileşeni olarak ekonomik büyümenin ana yönlendiricisidir. Bilişim teknolojilerinin GSYİH'ye katkısı 1998 yılında %1,2 iken 2007 yılında %5,2'ye yükselmiştir. Sektörün ana kuruluşu olan Yazılım ve Hizmet Şirketleri Milli Derneği (Nasscom) tarafından 2009/10 döneminde yazılım ihracatının 60 milyar dolar olması hedefi erişilebilir bir hedef olarak görülmektedir. 2007/08 döneminde bilgisayar yazılımı ve hizmetleri ihracatı 40 milyar düzeyinde gerçekleşmiştir.

Hindistan'daki yaklaşık 5000 bilişim teknolojisi yazılım ve hizmeti şirketinin %60'ı yerli firmalardan oluşurken kalan %40'ı hem Hindistan'da hem de yurt dışında ofisleri bulunan çok uluslu şirketlerden oluşmaktadır. Sektör gelirlerinin %65'i çok uluslu şirketlere aittir. Sektörün en önemli pazarı Hindistan yazılım ihracatının %70'inin yapıldığı ABD'dir. İkinci önemli pazar %25 paya sahip olan Avrupa'dır. Hindistan şirketleri özellikle bankacılık, sigortacılık ve finans kurumları yazılımlarında güçlüdürler.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Hindistan'da yabancı yatırımcılar şirketin öz sermayesi, şirket kararlarında oy hakkı, zorunlu devlet onaylamaları ve sermaye kontrolleri yollarıyla kontrol altında tutulmaktadır. 1991 yılından bu yana devlet bu kısıtlamaları rahatlatan ekonomik reformlar uygulamaktadır. Buna rağmen hala bir dizi karmaşık kısıtlamalar bulunmaktadır. Yabancı yatırımlar hala bazı sektörlerde yasaktır.

1990'ların ortalarından itibaren Hindistan çoğu sektörde yabancı yatırıma otomatik onay verilmesi uygulamasına izin vermiştir. Uygun hallerde, yabancı yatırımcılar bu sayede devlet lisansına ve onaylarına gerek duymadan basitçe Hindistan Merkez Bankasına (RBI) yatırımlarını bildirmektedirler. Diğer sektörlerde Yabancı Yatırım Geliştirme Kurulu (FIPB) ya da Yabancı Yatırım Kabine Komitesinden onay istenmektedir. Devletin onay prosedürlerine göre Hindistan'da ikamet etmeyen Hintliler ve tek markalı perakende satış dışındaki yabancı yatırım başvuruları Maliye Bakanlığının Ekonomik İşler Dairesince alınmaktadır. Hindistan'da ikamet etmeyen Hintliler ve tek markalı perakende satış için yabancı yatırım başvuruları ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Sanayi Politikası Geliştirme Dairesince alınmaktadır. Kurallar sanayide sanayiye sıkça değişikliği göstermektedir.

Serbestleşmeye doğru bir gidiş olmasına rağmen, Hindistan'da yatırım yapma süreci her zaman şeffaf değildir. Ocak 2005'te yeni yapılacak yabancı yatırımlar üzerindeki kısıtlamalar kısmen azaltılmıştır. Getirilen yeni kurullarla eski ortak girişimler üzerindeki kısıtlamalar devam etmekte fakat yeni yatırımcılar kendi ticari koşulları hakkında müzakere yapabilmektedir. Yerel firmanın, yabancı ortağının iş stratejisini kısıtlama yetkisi azaltılmıştır, ancak şirketin elden çıkarılma stratejisi ve tasfiyesine ilişkin prosedürler mevcut ortaklıklar için hala belirsizliğini korumaktadır.

Gayrimenkul, çok markalı perakendecilik, hukuk hizmetleri, güvenlik hizmetleri, nükleer enerji ve demiryolları gibi birçok alanda ve alt sektörlerinde yabancı yatırımlar yasaklanmıştır. Uydu kentler gibi bazı gayrimenkul projelerine yabancı yatırım izni verilebilmektedir. Hindistan'da ikamet etmeyen Hintliler konut ve gayrimenkullere yatırım yapabilmektedir. Ayrıca yabancı yatırımın %49 ile sınırlı olduğu sivil havacılık şirketlerinin %100'ünü ellerinde tutabilmektedirler. Hindistan'da ikamet etmeyen Hintlilerin çifte vatandaşlık hakları vardır ve Hindistan vatandaşı gibi yatırım yapabilmektedirler. Yurtdışına sermaye çıkışı Hindistan vatandaşları için giderek kolaylaşmaktadır.

Hindistan'ın özelleştirme politikası kapsamında yabancı yatırımcılar devlet mallarının satışlarına teklif verebilmektedirler. Bu özelleştirme politikası 2004 Mayıs ayındaki hükümet değişikliği ile hızını kaybetmiştir. Yabancı yatırımcılar yatırımlarının başında ya da yatırım yapıldıktan sonra Hindistan vatandaşı gibi muamele görmektedirler. Lisans gerektiren sektörlerde yabancı yatırımcılara prosedürlerde ayrımcılık yapılmamaktadır. Buna rağmen bazı tüketim malı sektörlerinde ihracat zorunlulukları ve yerli girdi kullanma zorunluluğu yabancı yatırımcılara kabul ettirilmiştir.

Mevcut şirketler de yabancı ortaklığa gidebilmek için otomatik yatırım izni alabilmektedir. Koşullar şunlardır: i) Yabancı payı artışı şirketin öz sermayesi artışı ile birlikte olmalıdır (yabancı yatırımcı mevcut hisseleri satın almak yoluyla yatırım yapamaz), ii) Yapılan yatırım döviz girdisi sağlamalıdır, iii) Hindistan şirketinin yönetim kurulu buna onay vermelidir

Ülkeler İtibarı ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Hindistan'a Doğrudan Yabancı Yatırım Yapan İlk 5 Ülke (milyon \$)

	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-10(*)
Mauritius	2.570	6.363	11.096	7.014	9.741
Singapur	275	578	3.073	1.751	1.829
ABD	502	856	1.089	1.229	1.803
İngiltere	266	1.878	1.176	695	486
Hollanda	76	644	695	714	805
Toplam (Diğerleri dahil)	5.546	15.726	24.581	27.331	22.963

Hindistan mali yılı Nisan-Mart ayları arasındadır.

*Nisan 2009-Ocak 2010 dönemi verileridir.

Kaynak: India Country Commercial Guide, 2010

Sektörler İtibarı ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Doğrudan Yabancı Yatırım Çeken İlk 5 Sektör (milyon \$)

Sektör Adı	Nisan 2000- Ocak 2010
Finans ve finans dışı tüm hizmetler	23.125
Telekomünikasyon	8.838
Konut ve gayrimenkul	8.161
İnşaat faaliyetleri (yollar ve otobanlar)	7.507

Kaynak: India Country Commercial Guide,2010

Bazı sektörlerdeki yabancı yatırım izinleri aşağıda izah edilmektedir.

Reklamcılık ve sinema: Sinema sanayinde bazı şartlar aranmakla birlikte, söz konusu sektörlerde otomatik onayla %100 yabancı yatırıma izin verilmektedir.

Tarım: Yabancı yatırımcılar çiftçiliğe giremezler ve tarım arazisi sahibi olamazlar. Tohum, çiçekçilik, bahçivanlık, hayvan çiftliği, su ürünleri çiftliği, sebze ve mantar tarımına otomatik onay ile sınırsız izin vardır. Devletten şartlı onaylanmak üzere çay yetiştirmekte de sınırsız izin bulunmaktadır. Şirketin öz sermayesinin %26 sını Hintli bir ortağa ya da halka 5 yıl içinde bırakmak gerekmektedir. Hiç bir şart olmadan çiçekçilik, bahçivanlık, su ürünleri, tohum üretme geliştirme ve hizmetlerinde otomatik onayla %100 yabancı girişimci olanağı bulunmaktadır.

Havaalanı altyapısı: Yeni projelere %100 yabancı girişimci izni vardır. Mevcut projelere en fazla %74 yatırıma izin vardır. Mevcut bir projeye daha fazla yabancı sermaye için Yabancı Yatırım Geliştirme Kurulu'nun (FIPB) izni gerekmektedir. Yabancı yatırımcılar, havaalanlarının yer hizmetlerine iştirak etmek koşuluyla %74 paya kadar sahip olabilirler. Yabancı yatırımcılar bakım ve tamir hizmetlerine, uçuş eğitim enstitülerine ve teknik eğitim enstitülerine %100 sahip olabilirler.

Alkol damıtma ve mayalama: Yabancı yatırım sınırı yoktur. Otomatik ruhsat mümkündür ancak devlet onayı gerekmektedir.

Otomotiv: Yabancı yatırım sınırı yoktur. Otomatik onay mümkündür.

Bankacılık: Yabancı portföy yatırımları dahil olmak üzere devlet özel bankacılıktaki yabancı yatırım üst sınırını %74'e kadar artırmıştır. Devletin sahip olduğu bankalarda doğrudan yabancı yatırım %20'yi geçemez. Her şartta ödenmiş sermayenin en az %26'sının yerli ortağın elinde olması gerekmektedir. Yabancı bankaların bağlı ortaklıkları bu gereklilikten muaftır. Yabancı Kurumsal Yatırımlar %49 ile sınırlandırılmıştır. Hindistan'daki yabancı bankalar ana bankalarının şubeleri ya da bağlı ortaklıkları olarak çalışabilirler.

Sigara ve tütün ürünleri: Doğrudan yabancı yatırımlara sınır yoktur, ancak lisans ve devlet onayı gerekmektedir.

Kömür/Linyit: Kömür işleme ve kömür santrallerinde yabancı yatırıma %100 oranında izin verilebilmekte, Fakat maden arama ve çıkarmada %74 yabancı yatırım sınırı vardır. Özel sektörün yatırım teklifleri otomatik onaylanmaktadır. Devlete ait birimlerde yabancı yatırım %49 a kadar çıkabilmektedir.

Kahve ve kauçuk imalatı ve depolama: Yabancı yatırımlar hiç bir şart olmadan otomatik onaylanmaktadır

İnşaat projeleri: Yolların, otobanların, taşıt köprülerinin, tünellerin, limanların, meşkenlerin, ticari mülklerin, tatil yerlerinin, eğitim enstitülerinin, altyapılarının yapım ve onarımı doğrudan yabancı yatırımlara %100 açıktır.

Mektup dağıtma dışındaki kurye hizmetleri: Yabancı Yatırım Geliştirme Kurulu (FIPB) onayıyla birlikte %100 yabancı yatırıma izin vardır.

Savunma ve stratejik sanayiler: Yabancı yatırım %26 ile sınırlandırılmıştır, Savunma Bakanlığından lisans gerekmektedir ve otomatik onay yoktur.

İlaç/Eczacılık: İlaç üretiminde otomatik onayla %100 oranında yabancı yatırıma izin vardır.

E-ticaret: B2B alanında %100 oranında doğrudan yabancı yatırım izni vardır. Perakende e-ticaretinde yabancı yatırıma izin yoktur.

Tehlikeli kimyasallar: Otomatik onay ve lisans ile %100 oranında yabancı yatırıma izin vardır.

Gıda işleme: Maltlı gıdalar, bira dahil alkollü içkiler dışındaki ürünlerde otomatik onay ile %100 yatırım izni vardır. Korunan küçük ölçekli sanayilerde yabancı yatırımlar öz sermayenin %24'ünü geçemez. Soğuk depolama tesislerinde otomatik onayla %74'e kadar yatırım yapılabilir.

Sağlık ve eğitim hizmetleri: Yabancı yatırım otomatik onayla %51 ile sınırlandırılmıştır. Daha fazla paya Yabancı Yatırım Geliştirme Kurulu (FIPB) onayı ile izin verilmektedir.

Oteller, turizm ve lokantalar: Otomatik onay ile %100 oranında yabancı yatırıma izin vardır.

Konut ve gayrimenkul: Felakette ev sağlığında yabancı yatırıma izin yoktur. Tapı malzemeleri üretimi ve tatil yeri, otel, ticari mülk gibi entegre yatırımlarda devlet onayı ile %100 yatırım yapılabilir.

Bilgi teknolojileri: Yazılım ve elektronikte otomatik onay ile %100 oranında doğrudan yabancı yatırım izni vardır. Uçay ve savunma sektörlerine izin yoktur.

Sigortacılık: Sigortacılığa ve sigorta komisyonculuğuna yapılan yatırımlar %26 ile sınırlandırılmıştır. Sigorta Düzenleme ve Geliştirme Makamından alınan lisansla otomatik onay verilmektedir. Hindistan Hükümeti 2004 Temmuz ayında doğrudan yabancı yatırım sınırını %49'a çıkartmak istediğini duyurmuştur, fakat bu parlamento onayı ve sigorta düzenleme ve geliştirme kanunlarında yasa değişikliği gerektirmektedir. 2008 Aralık ayında hükümet bu yasa değişikliği teklifini sunmuştur. Ancak bu sunum uzun bir sürecin ilk adımıdır ve bu yasa teklifi onaylanmadan yatırım izni %49'a çıkarılamaz.

Hukuk Hizmetleri: Doğrudan yabancı yatırıma izin yoktur.

Piyango, kumar, bahis: Hiç bir şekilde yabancı yatırıma izin yoktur.

Yatırımlarda Öncelikli Alanlar

Belirli alanlarda yapılan yatırım başvuruları öncelikli değerlendirilir. Bunlar: Otomatik onay listesinde olup, henüz otomatik onay şartları oluşmamış mallar, altyapı, ihracat potansiyeli olan mallar, büyük işgücü potansiyeli olan özellikle kırsal kesimdeki projeler, doğrudan ya da dolaylı olarak tarım ile ilgili mallar, hastane ve ilaçlar gibi sosyal projeler, yeni teknoloji yatırımları olarak sıralanır. Detaylı olarak hazırlanan ayrıntılı bir teklif sonrasında, bu yatırımın Hindistan'ın endüstriyel gelişim amaçlarıyla uyduğu FIPB tarafından kabul görürse üç hafta gibi kısa bir süre içinde bu yatırım onaylanabilir.

Ülkedeki Serbest Bölgeler (Özel Ekonomik Bölgeler)

Hindistan'da kurulabilen birkaç tane serbest bölge çeşidi vardır. Bunlardan en önemlisi Özel Ekonomik Bölge olarak adlandırılan serbest bölgedir. Bu bölgelerde her çeşit üretim ve hizmet faaliyeti yürütülebilmektedir. Yatırım ve işletme safhasında bütün vergilerden muafiyet sağlanmaktadır. İç piyasaya mal ve hizmet satışı yapılabilmektedir. Yatırımın 5 yıl içinde net döviz kazandırma olarak geri dönüşümü gerçekleşmektedir.

İhracat İşleme Bölgeleri ve Yazılım Teknoloji Parkları da ihracata yönelik faaliyetler için düzenlenmiş diğer serbest bölge çeşitleridir.

İhracata Yönelik Birimler de bu kapsamdaki farklı bir yaklaşımdır. Bu şirketlerin üretim tesisi herhangi bir yerde olabilir. Üretimin tamamını ihraç etmek zorunluluğu vardır.

Ülkede İş Kurma Mevzuatı

Yapılan araştırmalara göre Hindistan'da yer seçerken dikkate alınması gereken en önemli hususlar şunlardır:

- 1- Fiziksel altyapı
- 2- Eyalet bazında hükümet destekleri
- 3- Enerji maliyeti ve olanakları
- 4- Yasa ve yönetmelikler

Diğer dikkate alınması gereken etkenler ise yeterli iş gücü ve maliyeti, iş kültürü, kaynaklara ve/veya pazara yakınlıktır. İş kanununa göre 100 kişiden fazla işçi çalıştıran bir işveren devlet çalışma temsilcisinden izin almadan işçi çıkartamaz. Bu izni almak neredeyse imkansızdır.

Pazarda kısa sürede varlık Fiziksel varlığını göstermek isteyen şirketler için iş merkezlerinde yer kiralamak iyi bir seçenektir. İş merkezleri taşınmaya hazır, iletişim için kabloları çekilmiş ve klimalıdır. Faturalandırma aylık olarak yapılır. Uzun vadeli kullanımlar için indirim uygulaması olabilmektedir. Çoğu eyalette yazılım, biyoteknoloji ve otomotiv için özel teknoloji parkları mevcuttur.

Bir bağlı şirket kurmak(joint venture) ya da bir Hintliyle ortak olmak istemeyen bir firma ya da bireysel girişimci Hindistan'da irtibat ofisi, proje ofisi veya şube ofisi açabilir. Hindistan Merkez Bankası'ndan onay almak gerekmektedir. "FNC 1" formu doldurularak onay için başvurulabilir. Şirketlerin iş yeri tuttuktan sonra 30 gün içinde kendilerini tescil dairesine kaydettirmeleri gerekmektedir.

İrtibat ve temsilci ofisleri: Çoğu yabancı şirket ülkede varlığını bir temsilci ya da irtibat ofisi yardımıyla sürdürmektedir ancak bu ofisler Hindistan'da ticari işlemler yapmamaktadırlar. Bu ofislerin amacı ağlarını denetlemek, ürün bilinirliğini artırmak, iş ve yatırım için daha farklı fırsatlar araştırmaktır. Bir irtibat bürosu Hindistan'da ticari işlem yapamaz ve kar elde edemez. Kar elde etmediği için de vergilendirilmez. Bu ofisler aynı zamanda komisyon alamazlar ve hizmetleri dolayısıyla kar elde edemezler. Bir irtibat ofisi Hindistan dışına para çıkartamaz.

Şube: Hindistan'da bir şube tüzel bir kişilik değildir, fakat yabancı bir şirketin uzantısıdır. Hindistan Merkez Bankası'na göre yabancı bir firmanın şubesi ana şirketi temsil ve ana şirketin alım-satım acenteliğini yapmak, ana şirket için araştırmalar yapmak, ithalat-ihracat işlerini yürütmek, Hintli ve yabancı şirketler arasında teknik ve finansal işbirliğini artırmak, danışmanlık hizmetleri yapmak, Hindistan'ın bilgi teknolojileri ve yazılım geliştirmesi ile ilgili hizmetler sunmak, ana şirketler için teknik destek sağlamak gibi bazı işleri yapabilir.

Subeler Hindistan'da is vapabilirler ve bu nedenle verailendirilirler. Verisini ödedikten sonra subeler

elde ettikleri gelirleri ana şirketlerine verebilirler. Bir şube imalat ve işleme işlerini yapamaz fakat bunları Hintli bir üreticiye taşeron olarak yaptırabilir.

Proje Ofisi: Proje ofisleri sadece belirli bir projeyi yürütmek için kurulan irtibat bürolarına benzerler. Devlet destekli inşaat işlerinde, projelerin Hintli veya uluslararası finansal örgütler ya da çok uluslu şirketler tarafından karşılanan alanlarda proje ofislerine izin verilir. İstisnai durumlarda özel projelere de onay verilmektedir. Proje ofisleri vergiler ödendikten sonra kalan geliri Hindistan dışına çıkarabilir.

Şubeler, irtibat ya da proje ofisleri Hindistan'da Merkez Bankası'nın izni olmadan gayrimenkul alamazlar. Buna karşın 5 yıllık kiralamalara izin verilmektedir.

Ortaklık ve Ruhsatlandırma:

Bu tarz anlaşmalar oldukça yaygındır çünkü Hindistan yabancı ortaklıkları sermaye yatırımlarını, yatırım mallarının ithalatını ve teknoloji transferini kolaylaştırmakta ve özendirilmektedir. Hindistan dikkat gerektiren bir pazardır çünkü hatalar çok pahalıya mal olabilir. Ortaklık anlaşması yapılması karara bağlanmış ise bazı prensipleri uygulamakta fayda vardır; eşitlik ve dürüstlük ortakları bir arada tuttuğu için her ortağın rolünü, beklentilerini iyice açığa kavuşturmak gerekmektedir, deneyim önemlidir, titiz bir araştırmanın yerine hiçbir şey geçemez ve ortaklığa uzun dönemli bakmak gerekmektedir.

Yabancı bir şirket Hindistan'a Merkez Bankası ya da Yabancı Yatırımı Geliştirme Kurulu (FIPB) onayıyla yatırım yapar. FIPB Maliye Bakanlığına bağlıdır ve Hindistan'a olan yatırım tekliflerini düzenler.

► Dış Ticaret

Genel Durum

Hindistan'ın ihracatı 2009 yılında %16 azalma gösterirken; mal fiyatlarındaki düşüş ve zayıf iç talep nedeniyle ithalatı çok daha yüksek oranda düşüş yaşamış ve %22 oranında azalmıştır. Bu durumda Hindistan'ın mevcut büyük orandaki dış ticaret açığı, daralarak 126,3 milyar dolardan 2009 yılında 88,2 milyar dolara gerilemiştir.

Ülkenin Dış Ticareti

Dış Ticaret Göstergeleri (Milyon Dolar)

	2007	2008	2009
İhracat	147.564	195.070	163.389
İthalat	217.543	321.410	251.656
Hacim	365.107	516.480	415.045
Denge	-69.979	-126.340	-88.267

Kaynak: World Trade Atlas

Hindistan'ın ihracatı 2009 yılında %16 azalma gösterirken; mal fiyatlarındaki düşüş ve zayıf iç talep nedeniyle ithalatı çok daha yüksek oranda düşüş yaşamış ve %22 oranında azalmıştır. Bu durumda Hindistan'ın mevcut büyük orandaki dış ticaret açığı, daralarak 126,3 milyar dolardan 2009 yılında 88,2 milyar dolara gerilemiştir.

İhracatında Başlıca Ürünler

İhraç Ettiği Başlıca Ürünler (milyon Dolar)

GTİP	Ürün Adı	2007	2008	2009
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	23.710	30.527	23.246
7102	Elmaslar	13.410	16.531	15.232
7113	Kıymetli metaller ve kaplamalarından mücevherci eşyası	5.088	7.441	7.967
2601	Demir cevherleri ve konsantreleri	4.537	5.481	5.314
3004	Tedavide /korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	3.115	4.127	3.925
8703	Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları	1.325	2.175	2.949
1006	Pirinç	2.360	2.891	2.383
8517	Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	124	2.096	2.160
2942	Diğer organik bileşikler	1.980	2.368	2.139
6204	Kadın /kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	1.740	1.925	1.927

6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme)	1.564	1.737	1.827
8901	Yolcu gemileri, gezinti gemileri, feribotlar, yük gemileri, mavnalar	612	1.474	1.681
5407	Sentetik iplik, monofil, şeritlerle dokumalar	692	1.020	1.404
2304	Soya fasulyesi yağı üretiminden arta kalan küspe ve katı atıklar	1.303	2.337	1.361
6206	Kadın/kız çocuk için gömlek, bluz, vs.	1.067	1.233	1.352
5205	Pamuk (dikiş hariç) ipliği (ağırlık; =>%85 pamuk) (toptan)	1.548	1.683	1.238
7114	Kıymetli metaller ve kaplamalarından kuyumcu eşyası	56	1.841	1.234
7210	Demir /çelik yassı mamul, kaplı, sıvanmış (600mm. den geniş)	1.473	1.906	1.220
7305	demir/çelikten diğer tüp ve borular-kaynaklı vb.-çapı>406, 4mm	1.012	1.704	1.167
6403	ayakkabı; yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, tabii, suni vb kösele	1.050	1.242	1.166
8708	kara taşıtları için aksam, parçaları	1.353	1.676	1.158
7403	artılmış bakır, işlenmemiş bakır alaşımları	1.661	1.301	1.063
8905	Fener, yangın söndürme, tarak gemileri, yüzer vinçler vb.	596	941	1.048
3808	Haşarat oldurucu, dezenfekte edici, zararlıları yok edici	715	1.065	1.038
2902	Siklik hidrokarbonlar	1.461	1.466	1.029
5201	Pamuk (kardesiz, taranmamış)	1.655	1.560	1.024
6304	Diğer mefruşat eşyası (94.04 pozisyonundakiler hariç)	1.102	1.121	1.016
0202	Siğer eti (dondurulmuş)	804	1.091	977
8803	Balon, hava gemisi, planör vb. diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	380	1.360	941
3204	Sentetik organik boyayıcı maddeler	939	1.142	888
8504	Elektrik transformatörleri, statik konvertisörler, endüktörler	728	1.028	845
0306	Kabuklu hayvanlar	889	767	798
7202	Ferro alyajlar	837	1.743	777
6203	Erkek /erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	727	853	759
6205	Erkek /erkek çocuk için gömlek	783	825	739
2401	Yaprak tutun ve tutun döküntüleri	334	532	739

Kaynak: World Trade Atlas

İthalatında Başlıca Ürünler

İthal Ettiği Başlıca Ürünler (milyon Dolar) GTİP numaralarına tıklayarak ürünün ithalatçılarına ulaşılabilir.

GTİP	Ürün Adı	2007	2008	2009
2709	Ham Petrol (Petrol Yağları Ve Bitümenli Minerallerden Elde Edilen Yağlar)	54.523	87.552	65.008
7108	Altın (Ham, Yarı İşlenmiş, Pudra Halinde)	17.016	22.540	21.068
7102	Elmaslar	8.516	13.977	13.460
8517	Telli Telefon-Telgraf İçin Elektrikli Cihazlar	3.731	8.187	8.489
2701	Taşkömürü; Taşkömüründen Elde Edilen Briketler, Topak Vb. Katı Yakıtlar	4.692	8.921	7.581
2710	Petrol Yağları Ve Bitümenli Minerallerden Elde Edilen Yağlar	8.632	12.380	4.509
2711	Petrol Gazları Ve Diğer Gazlı Hidrokarbonlar	3.943	5.707	4.091
1511	Palm Yağı Ve Fraksiyonları (Kimyasal Olarak Değiştirilmemiş)	1.483	2.394	3.515
2603	Bakır Cevherleri Ve Konsantreleri	4.337	4.348	3.033
3104	Potaslı Mineral/Kimyasal Gübreler	805	2.607	2.542
7208	Demir/Çelik Sıcak Hadde Yassı Mamulleri-Genişlik 600mm. Fazla	2.945	3.058	2.430
3105	Azot, Fosfor Ve Potasyum Gibi; İki/Ucunun Karışımları	1.409	6.764	2.321
8523	Ses Ve Diğer Fenomenleri Kaydetmek İçin Disk, Bant, Katı Hal Kalıcı Depolama Aygıtı	225	1.376	2.209

8708	Kara Taşıtları İçin Aksam, Parçaları	1.348	2.415	2.150
0713	Kuru Baklagiller (Kabuksuz) (Taneleri İkiye Ayrılmış)	1.281	1.447	2.075
8471	Otomatik Bilgi İşlem Makineleri, Üniteleri	2.846	2.669	2.013
7204	Demir/Çelik Döküntü Ve Hurdaları, Bunların Külçeleri	1.851	2.577	1.855
8802	Diğer Hava Taşıtları, Uzay Araçları	555	3.608	1.554
2809	Difosfor Pentaoksit; Fosforik Asit Ve Polifosforik Asitler	1.034	2.433	1.406
8473	Yazı, Hesap, Muhasebe, Bilgi İşlem, Büro İçin Diğer Makine Ve Cihazların Aksamı	1.319	1.390	1.303
8479	Kendine Özgü Fonksiyonlu Makine Ve Cihazlar	1.008	1.499	1.259
3901	Etilen Polimerleri (İlk Şekillerde)	814	1.033	1.258
3102	Azotlu Mineral/Kimyasal Gübreler	1.788	2.437	1.174
8542	Elektronik Entegre Devreler	693	1.153	1.143
4403	Yuvarlak Ağaçlar	1.100	1.293	1.142
2902	Sıklık Hidrokarbonlar	1.317	1.256	1.055
8504	Elektrik Transformatörleri, Statik Konvertisörler, Endüktörler	797	1.157	965
8528	Televizyon Alıcıları, Video Monitörleri Ve Projektörler	687	1.028	930
2905	Asırlık Alkoller Vb. Halojenlenmiş, Sulfolanmış, Nitrolanmış/Nitrozalanmış	783	919	929
7225	Alaşımli Çeliklerden Yassı Hadde Mamulü (Genişlik 600mm.Den Çok)	657	946	904
8431	Ağır Is Makine Ve Cihazlarının Aksamı, Parçaları	832	1.091	889
1701	Kamış/Pancar Şekeri Ve Kimyaca Saf Sakaroz (Katı Halde)	1	33	879
8803	Balon, Hava Gemisi, Planör Vb. Diğer Hava Taşıtlarının Aksam Ve Parçaları	953	779	874
9018	Tıp, Cerrahi, Dışgılık, Veterinerlik Alet Ve Cihazları	827	971	866
7304	Demir/Çelikten (Dökme Hariç)Dikişsiz Tüp, Boru, İçi Bos Profil	851	929	848
8529	Radyo, Televizyon, Radar Cihazları Vb Cihazların Aksam Ve Parçaları	775	1.021	843
8443	Matbaacılığa Mahsus Baskı Makineleri, Yardımcı Makineler	812	1.013	752
8541	Diotlar, Transistorlar Vb. Yarı İletkenler, Piezo Elektrik Kristaller	419	859	734

Kaynak: World Trade Atlas

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticareti

Başlıca Ülkeler İtibarı ile İhracat (milyon Dolar)

Sıralama	Ülke	2007	2008	2009
1	Birleşik Arap Emirliği	14.437	24.442	20.582
2	ABD	20.169	22.364	18.063
3	Çin	9.427	10.537	9.857
4	Hong Kong	5.875	7.039	6.918
5	Singapur	6.369	9.112	6.459
6	Hollanda	4.388	6.459	6.377
7	İngiltere	6.251	6.989	6.142
8	Almanya	4.757	6.347	5.415
10	G. Kore	2.568	3.820	3.723
11	Suudi Arabistan	3.255	5.478	3.715
12	Belçika	4.033	4.853	3.436
13	Malezya	1.881	3.146	3.434
14	İtalya	3.763	4.135	3.198
15	Japonya	3.257	3.618	3.166
16	Fransa	2.405	3.030	3.155
17	Endonezya	1.911	2.856	2.830
18	Bangladeş	2.073	2.970	2.169

19 İran	2.019	2.307	1.997
20 İspanya	2.056	2.811	1.892
21 G. Afrika	2.278	2.526	1.869
22 Brezilya	1.930	3.194	1.743
23 Sri Lanka	2.666	2.881	1.714
24 Vietnam	1.232	2.000	1.688
25 İsrail	1.551	1.646	1.605
26 Tayland	1.677	2.169	1.581
27 Pakistan	1.615	1.779	1.446
28 Nijerya	1.003	1.505	1.394
29 Kenya	1.322	1.625	1.324
30 Avustralya	1.093	1.451	1.307
31 Nepal	1.211	1.707	1.299
32 Tayvan	1.517	1.814	1.295
33 Mısır	1.215	1.850	1.284
34 Türkiye	1.706	1.647	1.267
35 Kanada	1.189	1.415	1.135
36 Umman	858	873	971
37 Rusya	926	1.160	907
38 Tanzanya	470	1.075	878
39 Yemen	1.078	886	739
40 Kuveyt	619	847	726
41 Filipinler	577	780	673
42 Cezayir	345	596	647
43 Yunanistan	447	762	642
44 İsviçre	575	766	615
Toplam	147.564	195.070	163.389

Kaynak: World Trade Atlas

Hindistan'ın 2009 yılı ihracat değerlerine göre 163 milyar dolarlık ihracat gerçekleşmiştir. İhracat yapılan ilk beş ülke; Birleşik Arap Emirliği, ABD, Çin, Hong Kong ve Singapur olmuştur.

Başlıca Ülkeler İtibarı ile İthalat (milyon Dolar)

Sıralama	ÜLKELER	2007	2008	2009
1	Çin	24.711	33.606	28.786
2	Birleşik Arap Emirlikleri	11.723	24.479	15.396
3	ABD	12.635	18.614	14.643
4	Suudi Arabistan	16.715	23.204	14.545
5	Avustralya	7.498	11.126	10.560
6	İran	9.216	14.003	10.550
7	Almanya	8.800	11.920	10.331
8	İsviçre	10.549	13.048	10.221
9	G. Kore	5.477	8.896	7.691
10	Endonezya	4.854	6.389	7.579
11	Kuveyt	6.435	10.967	7.526
12	Japonya	5.753	8.161	6.346
13	Irak	5.485	9.603	5.841
14	Singapur	6.892	8.747	5.762
15	Nijerya	7.088	10.093	5.674

16 Belçika	4.901	5.434	5.310
17 Hong Kong	2.830	5.228	4.980
18 Malezya	5.736	7.562	4.886
19 G. Afrika	3.188	5.776	4.809
20 Katar	2.081	3.494	4.084
21 İngiltere	4.845	6.251	3.921
22 İtalya	3.517	4.769	3.525
23 Rusya	2.396	4.373	3.440
24 Angola	944	1.229	3.428
25 Fransa	2.577	4.680	3.134
26 Brezilya	910	1.166	2.914
27 Tayland	2.218	2.759	2.681
28 Umman	686	1.503	2.498
29 Tayvan	2.275	2.936	2.359
30 Kanada	1.742	2.584	2.024
31 Venezüella	516	4.116	1.837
32 Hollanda	1.770	2.099	1.806
33 İsrail	1.385	2.053	1.735
34 Mısır	1.907	2.073	1.702
35 İsveç	1.989	2.181	1.589
36 Türkiye	1.230	1.954	1.574
TOPLAM	217.543	321.410	251.656

Kaynak: World Trade Atlas

Hindistan'ın ithalatı 2009 yılında bir önceki yıla göre %22 azalarak 251 milyar dolara gerilemiştir. İthalat yapılan ilk beş ülke; Çin, Birleşik Arap Emirlikleri, ABD, Suudi Arabistan ve Avusturalya olmuştur.

🔄 Dış Ticaret Politikası ve Vergiler

Dış Ticaret Politikası

1991 yılında Hindistan ticareti şeffaflaşma yönünde ekonomik reformlar yapmaya başlamıştır. İthalat gümrük vergileri son 1991 yılındaki tepe noktası olan %350'lerden şu andaki ortalama düzey olan %10'lara kadar tedrici olarak azaltılmıştır. Fakat uluslararası standartlara göre hala çok yüksek olan bu ithalat vergileri uluslararası firmaların bu pazara satış yapmalarını engellemektedir.

Hindistan'ın hali hazırdaki mevzuatı 2002-2007 İthalat İhracat Politikasına bağlıdır. Çoğu alanda lisansa gerek duymadan ithalat izni uygulanmaktadır. Bazı alanlarda ürünler kısıtlanmış ya da yasaklanmış ve bazıları sadece devlet kurumlarınca yapılmaktadır.

Tarifeler ve Diğer Vergiler

Hindistan hükümetinin ekonomik reform çabalarına karşın Hindistan'a ihracat yaparken çeşitli tarife ve tarife dışı engellerle karşılaşmaktadır. Hükümet tarım dışı ürünlere uygulanan tarifeleri yeniden yapılandırmaya devam etmektedir. Hükümetin Şubat 2007'de açıklanan 2007/08 bütçesine göre çoğu sanayi ürününe uygulanan vergi %12,5'ten %10'a düşürülmüştür. Aynı zamanda hükümet birçok hammadde ve ara malına uygulanan vergileri de düşürmüştür. Örnek olarak, polyester lifler, iplik ve diğer hammaddelerdeki tarifeler %10'dan %7,5'e düşürülmüştür. Hükümet kimyasallar ve plastiklerdeki tarife oranlarını da %12,5'ten %7,5'e düşürmüştür. Bu ürünlerdeki tarife indirimlerine karşın, Hindistan'ın sanayi ürünlerindeki ortalama tarife oranı hala yüksektir. Petrokimyasallar, otomobiller, motosikletler ve nihai çelik ürünlerindeki tarife oranlarının çok yüksek olduğu sektörlerdir. Tekstil sektöründe de şeffaf olmayan tarife oranları vardır.

Tarım dışı ürünlere düşük tarife uygulanmasına karşın, Hindistan'ın tarım dışı ürün tarifelerinin ancak %71,6'sı bağlayıcı tarifeye uygundur. Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) göre, Hindistan'ın ortalama bağlama oranı %48,6'dır, bu oran uygulanan ortalama tarife oranlarının oldukça üzerindedir (2007 yılında %14,5). Aynı zamanda, Hindistan'ın DTÖ bağlı tarım ürünleri tarifeleri %100 ile %300 arasında değişen oranlarıyla ve ortalama %114 olan bağlanmış tarife oranlarıyla dünyada en yüksekler arasındadır. Hindistan tarafından uygulanan tarife oranları çoğunlukla düşük düzeyde olmasına rağmen hala tarım ürünlerinde ve işlenmiş gıda ürünlerinde önemli bir engel olarak görülmektedir. Ayrıca, bağlı

tarife oranları ile uygulanan tarife oranları arasında büyük bir fark olmasına karşın Hindistan'a ihracat yapan firmalar pazarın kapanması riski ile karşı karşıyadır. Zira, Hindistan, fiyat ve arz dengesini sağlamak için uygulanan tarife oranlarını bağlı tarife oranlarına yükseltme gücünü bulundurmaktadır.

Şarap, distile alkollü içecekler ve diğer alkollü içecekler haricindekiler için hükümet yerli ürünlere uygulanan "Temel Tüketim Vergisi"ne eşdeğer bir ek vergi uygulamaktadır. 3 Temmuz 2007 tarihinde, Hükümet bir gümrük tebliği yayınlayarak alkollü içecekleri ek vergiden muaf tutmuştur. Bir önceki gümrük tebliğine göre alkollü içecekler ithalatta %20 ile %150 oranları arasında değişen bir vergi uygulanmaktaydı. Aynı gün hükümet şaraba uygulanan gümrük vergisini %100'den %150 oranına yükseltmiştir. Distile alkollü içecekler uygulanan tarife oranı %150 oranında kalarak değişmemiştir ve bazı eyaletler ithal distile alkollü içecekler karşı ayrımcılığa devam etmektedirler.

İthal mallar ayrıca, eyalet bazında katma değer ya da satış vergileri ve Temel Tüketim Vergisi ile birlikte çeşitli yerel vergi ve harçlara tabidir.

Mart 2006'da hükümet %4 oranında ad valorem "ekstra ek vergi" uygulaması getirmiştir. Bu ekstra ek vergi (özel ek vergi de denilmektedir) tüm ithal mallara uygulanmaktadır. Ekstra ek vergi, temel gümrük vergisi ve ek verginin üzerine ek olarak uygulanmaktadır. 14 Eylül 2007 tarihinde hükümet yeni bir gümrük tebliği yayınlayarak ithalatçıların ekstra ek vergi için vergi iadesi alabilmelerine olanak sağlamıştır. İthalatçılar, vergi iadesi prosedürlerinin zaman alıcı olduğunu dile getirmektedirler.

Hükümet, tarifeleri ve diğer gümrük vergisi oranlarını yayınlamaktadır fakat tarifeleri ve diğer gümrük vergilerini düzenleyen resmi bir yayın ve veri kaynağı yoktur. Belli bir ürüne uygulanan tarife oranını ya da diğer gümrük vergilerini belirleyebilmek için ithalatçıların, farklı gümrük ve tüketim vergisi çizelgesine bakmaları ve bu çizelgeleri ürüne uygulanabilecek ve çizelgedeki oranları aşağıya veya yukarıya oynatabilecek diğer gümrük ve tüketim vergisi tebliğleri ile karşılaştırmaları gerekmektedir. Bu sistem şeffaflıktan uzaktır ve ithalatçılara önemli bir engel teşkil etmektedir. Hindistan gümrük ve tüketim vergileri çizelgeleri altındaki ürün sınıflandırması genel olarak Harmonize Sisteme (HS) uygundur.

Gümrük vergisi hesaplanması: Hindistan'a ithal edilen her mal vergiye tabidir. Gümrük vergisinin hesaplanmasında birçok faktör vardır. Aşağıda bir mala uygulanabilen çeşitli gümrük vergileri sıralanmıştır.

Temel Gümrük Vergisi (Basic Customs Duty, BCD): Ürünün birimine göre (ağırlık, miktar vb.) ya da daha çoğunlukla malın vergilendirilebilen değerine göre uygulanmaktadır. Bazı durumlarda her ikisinin birleşmiş bir hali de kullanılabilir.

Ek Gümrük Vergisi (Additional Customs Duty, ACD) : Telafi edici vergi olarak da bilinen bu vergi, ürün değerine temel gümrük vergisi uygulanmış hali üzerinden alınır. Bu vergi Hindistan'da benzeri üretilen ithal ürünlerine uygulanır. Amacı ise yerli üretimi ithal mallarına karşı korumaktır.

Özel Ek Gümrük Vergisi (Special Additional Customs Duty, SADC) : Eski adıyla sürjarj her ürüne uygulanmaktadır. Temel gümrük vergisi ödenmiş değer üzerinden %4 oranında uygulanır.

Anti-damping vergisi: Yerli sanayinin zarar görmesini engellemek için bazı ülkelerden bazı mallar üzerinden alınır.

Korunma Önlemleri Vergileri: Hindistan devleti ülke sanayisine zarar verebileceği için gittikçe artan miktarda ithal edilen ürünlere koruyucu vergi koyabilmektedir.

Gümrük Eğitim Vergisi: 2004 Temmuzundan itibaren Hindistan temel gümrük vergisinin ve ek gümrük vergisinin %3'ü olacak şekilde yeni bir vergi uygulamaya koymuştur. Uluslararası taahhütlere bağlı ürünler gümrük eğitim vergisinden muaf tutulmuştur.

Gümrük Yükleme Ücreti: Hindistan uygulanan gümrük vergisine ek olarak her ithal edilen üründen %1 oranında gümrük yükleme ücreti almaktadır.

Toplam Vergi: Çoğu ürün için BCD+ACD+SADC+Eğitim Vergisi+Gümrük Yükleme Ücreti olarak hesaplanır.

Tarife oranları, tüketim vergisi, düzenleme vergileri ve telafi edici vergiler her Şubat ayında yıllık bütçede gözden geçirilir ve çeşitli kaynaklarda yayınlanır.

Hindistan hükümeti gümrük vergi oranlarını yayınlarken hiç bir devlet kurumu tam olarak ithalattaki vergileri ve oranlarının olduğu bir yayın çıkarmamaktadır. Ayrıca her eyalet, eyaletler arası ticaret vergisi kesmektedir. 2005 Nisanında hükümet eyaletler arası vergiyi kaldırmak için katma değer vergisini yürürlüğe sokmuştur fakat her eyalette bu vergilendirme uygulanmamaktadır.

Vergi muafiyet planı: İhracatta kullanılacak girdiler için vergisiz ithalata imkan vermektedir. Vergi muafiyeti için ayrıca bir lisans gerekmektedir. Vergi muafiyet planı ihracatta kullanılacak malların ithal edilmesinde kolaylık sağlamak için kullanılmaktadır. Kamu yararına olan mallarda devlet vergiyi azaltmak ya da tamamen kaldırmakta tam yetkilidir. Hindistan'ın toplam girdi ihtiyacının neredeyse yarısı imtiyazlı vergi ile ithal edilmektedir.

Tarife Dışı Engeller

İthalat İzni: Hindistan'ın bir negatif ithalat listesi uygulaması bulunmaktadır. Bu negatif liste üç kategoriye bölünmüştür: yasaklı ürünler (örneğin donyağı, içyağı ve hayvansal yağlar), ithalat izni gerektiren sınırlı ürünler (örneğin çiftlik hayvanı ürünleri ve bazı kimyasallar) ve zaman ve miktar bakımından hükümet onayı alması gereken sadece kamu monopollerini tarafından ithal edilebilen ürünler (örneğin petrol ürünleri, bazı eczacılık ürünleri ve büyük miktarda tahıl).

Hindistan'ın en güncel yasaklı ithalat bilgilerine:
<http://exim.indiamart.com/freedlist/prohibited.html> sitesinden ulaşabilirsiniz.

Hindistan sermaye mallarının ithalatındaki birçok sınırlamayı kaldırmıştır. Hükümet 5 yıllık ömrü kalan ikinci el yatırım mallarının nihai tüketici tarafından ithalat izni olmaksızın ithalatına izin vermektedir. Tamir edilmiş bilgisayar parçaları, Hintli bir mühendis tarafından kullanım ömrünün en az %80'i kaldığı belgelendirilirse ithal edilebilmektedir. Hükümet başka bir şekilde sokulmuş tüm malların ithalatında 2006 yılından itibaren ithalat lisansı istemektedir. Buna karşın bu lisans alma işleminin zahmetli ve külfetli olduğu dile getirilmektedir.

Ekim 2007'de Hindistan Dış Ticaret Genel Müdürlüğü parçalanmamış hurda metal ithalatındaki yabancı ihracatçıların tescil zorunluluğunu kaldırmıştır. Buna rağmen, sevkiyat öncesi inceleme rejimi devam etmektedir.

İthalat Lisansı: Vergi dışında en çok kullanılan engellerden birisi ithalata sınırlama ve yasaklama getiren ithalat lisansı uygulamasıdır. Hindistan çoğu tüketici mallarında ithalat lisansını ortadan kaldırırsa da bazı mallar lisansa tabidir. Örneğin Hindistan motosiklet ve arabalarda ithalat lisansı istemektedir. Yabancılar için motosiklet ithalat lisansı, sadece kalıcı bir süre Hindistan'da ikamet edip, %30'undan fazlası yabancılar için olan firmalara ve elçiliklerde çalışan yabancı uyruklulara verilmektedir.

İthalat lisansı koşulları: Son on yılda Hindistan hızlı bir değişim sürecine girmiş, ihracatta lisanslama ve zorunlu olmayan keyfi kontroller yerini ihracatta daha kolay yöntemlere bırakmıştır. İthal mallarının çok büyük çoğunluğu serbest lisans uygulamasına tabidir. Bu yasaklanmayan ürünlerde lisanssız veya kısıtlama olmadan serbestçe ithalat yapabilmek anlamına gelmektedir.

Serbest lisans uygulamasının dışında kalan ürünler 3 bölüme ayrılmıştır. Bunlar, yasaklı ürünler, ithalat lisansı gerektiren kısıtlanmış ürünler ve ithalatı süre ve miktar bakımından kabine onayına tabi olup, sadece devlet tekeli tarafından ithal edilen ürünlerdir.

İthalat lisansı vermeye yetkili makamlar:

- Elektronik Dairesi: Bilgisayar ve bilgisayarla ilgili sistemler ithalatı
- Sanayi Politikası Geliştirme Dairesi: Bilgisayar ve bilgisayarla ilgili sistemler dışındaki organize sektör firmaları
- Savunma Bakanlığı: Savunmayla ilgili ürünler
- Dış Ticaret Genel Müdürlüğü: Yukarıda sözü geçenler dışında ufak çaplı ticaretler

Yatırım Malları İhracatı Geliştirme (Export Promotion Capital Goods, EPCG) planı çerçevesinde alınan bir lisansla, belirli bir süre içerisinde ihracat gerçekleştirme kaydıyla yatırım malları daha düşük bir gümrük vergisi ile ithal edilebilmektedir. Bu sistem artık her sanayi alanında kullanılmaktadır. Aynı zamanda bir limit olmadan %5 gümrük vergisi ödeyerek tüm yatırım mallarında uygulanabilmektedir.

İhracatta girdi olarak kullanılmak üzere çeşitli lisanslarla vergisiz ithalatı yapılabilecek belirlenmiş ürünlerde hangi hammaddeler, ara mamuller, tamamlayıcı parçalar, sarf malzemeleri, parçalar, yedek parçalar ve paketleme malzemeleri olacağı hususunda bir vergi muafiyeti planı vardır. Söz konusu uygulamadan yararlanılanlar için transfer edilemez gelişmiş lisans bu lisanslardan bir tanesidir. Gelişmiş lisansı istemeyen kullanıcılar için de ithalat sonrası vergisiz yenilenebilen sertifikalar mevcuttur.

Gelişmiş lisans: İhraç malının imalatında kullanılan girdilerin vergisiz olarak ithal edilmesine imkan sağlayan lisanstır. Ek olarak yakıt, yağ, enerji, çözücü gibi ihraç malının imalatında kullanılan ürünler de bu lisansla vergisiz ithal edilebilmektedir.

İthalat Beyannamesi: İthalatçılar ithal ettikleri malların tüm detayları ve değerlerini belirlenmiş formatta hazırlayıp ithalat bildirimini yapmak zorundadır.

İthalat lisansları (eğer gerekliyse): Tüm ithalat belgeleri ithalat belgesine iliştilmiş olmalıdır. Bu sayede gümrükte bekleme olmadan ithalat yapılabilir.

Fabrika teslim fiyatı faturaları, nakliye ve sigorta sertifikaları: Bunlar sayesinde gümrük değerlemesi yapılır ve hangi gümrük vergisine tabi olunacağı hesaplanır.

Akreditif: Tüm ithalatçılar akreditifin bir kopyasını verip ithalatın bedelinin ödendiğini göstermelidir. Normalde bu işlem ve dolayısıyla döviz akışı bankalar tarafından tekrar kontrol edilip döviz akışı kontrol edilmektedir.

Saygın ithalatçılar tarafından yapılan mal sevkiyatları bu detayda incelenmeyebilir. Mevcut sistemde gümrük acenteleriyle daha önceden alınan randevular gecikmeleri önleyebilmektedir. Genelde belge gereklilikleri kapsamlıdır ve gecikmeler sıkça meydana gelmektedir. Bu tür gecikmeler yatırımcılara gümrükte alıkoymalar ve demoraj ücretleri ile zaman ve para kaybettirip, Hindistan'a yatırımı pahalı hale getirmektedir.

Standartlar, testler, etiketleme ve sertifika verilmesi: Hindistan standart bürosu 109 ticari mal için sertifika zorunluluğu çıkartmıştır. Bu sertifikaların amacı pazara girecek ürünlerin kalitelerini istenilen düzeyde tutmak olarak görünse de genellikle bir tarife dışı engel olarak kullanılmaktadır.

Anti-damping ve telafi edici vergiler: Ucuza ithal edilen ürünlerden yerli sanayiye korumak için belirli ürünler için zaman zaman uygulanmaktadır. Hindistan'ın bu uygulamaları bazen şeffaflıktan uzak olduğu için endişe yaratmaktadır. Son yıllarda Hindistan antidamping uygulamalarını agresif bir şekilde artırmaktadır.

Kamu Alımları: Hindistan hükümetinin yaptığı kamu alımlarında yerli üreticiler yabancılar karşılığında korunmaktadır.

Hizmet ticareti engelleri: Kısıtlama olan hizmetler; sigortacılık, bankacılık, güvenlik, sinema filmi, muhasebecilik, inşaat, mimarlık ve mühendislik, perakendecilik, hukuk hizmetleri, hızlı dağıtım hizmetleri ve telekomünikasyondur.

Diğer engeller: Sermaye kısıtlamaları ve diğer ticari yatırım engelleri yerli şirketlere haksız avantaj sağlamaktadır. Hindistan devleti yabancı sermayeye perakende ticaretinde ve tarım sektöründe sınırlamalar koymaktadır.

Gümrük Prosedürleri: Hükümet ithalat işlemlerinde ihtiyari gümrük değerlendirme kriterleri uygulamaktadır. Değerleme prosedürleri, normal piyasa fiyatlarının altında bir fiyatla karşılaştıklarında Hindistan gümrüklerine, ithalatta beyan edilen değişim değerini reddetme hakkı vermektedir. Bu durumda ithalatta daha fazla bir gümrük vergisi oranı uygulanmaktadır.

Hindistan gümrükleri genellikle, ticaretin serbest akışına engel olan ve sıklıkla süreç ertelemelerine sebebiyet veren kapsamlı belgelendirme istemektedir. Genel olarak bu durum Hindistan'ın karmaşık tarife yapısından ve ürün, kullanıcı veya Hindistan'ın ihracatı geliştirme programlarına göre değişen birçok muafiyetlerin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu güçlükler devam etmesine karşın Hindistan bu alanda gelişmeler göstermiştir. Dünya Bankası'na göre, son üç yılda ithalat işlemlerinin tamamlanma süresi yarıya düşerek 20 güne inmiştir fakat istenen belgelerin sayısında küçük azalmalar meydana gelmiştir.

Hükümet yenilebilir sıvı yağlar için iki haftada bir gayri resmi bir referans fiyatı belirleme politikasına devam etmektedir. Bu sistem şeffaflıktan uzaktır ve tahmin edilemez durumdadır.

Otomotiv ürünlerinin ithalatında bazı gümrük prosedürleri uygulanmaktadır. Motorlu araçlar sadece üç belli limandan ve sadece üretim yapılan ülkeden ithal edilebilmektedir. Beyan edilen ithalat değerleri reddedilebilmektedir ve sonuç olarak toptan satışlardaki yasal indirimler göz önüne alınmamaktadır.

Geçici Giriş

1962 Hindistan Gümrük Yasası malların Hindistan'a geçici girmesine izin vermektedir. Yasanın 74. bölümü geçici olarak ithal edilip sonra ihraç edilen ürünlere vergi iadesi sunmaktadır. Ürünler tekrar ihraç edilirken ithal edildiği zaman ödenen verginin bir kısmı geri ödenmektedir.

Bu vergi iadesinin oranı ürünün Hindistan'a geldiği ya da kullanıldığı andan itibaren zamanla orantılıdır. Eğer mallar Hindistan'da kullanılmadan hemen ihraç edilmişse verilen gümrük vergisinin %98'ine kadar iade verilmektedir. İthal edildiği andan itibaren 24 ay içinde yapılan ihracatlarda bu iade geçerlidir.

Fuar, sergi ve seminerlerde sergilenmek için geçici olarak ithal edilen ürünler özel hükümlere tabidir. Bu ürünler 6 ay içinde ülkeden çıkarılacağı taahhüdü ile gümrüksüz olarak girebilmektedir.

Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

Hindistan'da standart düzenlemeleri hızla artış göstermektedir. Hindistan dünya standartlarını yakalamak için çok çaba sarf etmektedir ve çoğu standartları ISO standartlarına uygun hale gelmiştir. Buna rağmen bazı sektörlerde standartlar uluslararası standartlara uygun değildir ve standart mevzuatları uluslararası ticarete engeller çıkartmaktadır. Hindistan sıklıkla Dünya Ticaret Örgütü'ne yeni standartlarını bildirmemekte ve diğer ülkelere konu hakkında tartışma zamanı vermemektedir.

Tüketici hakları derneklerinden gelen baskılar ve çevreci eylemler yüzünden çoğu sanayi sektöründe alınan önlemler büyümüştür. Fakat Hint gıda sağlığı yasaları çok eskidir ya da bazen diğer uluslararası modellere göre çok katıdır.

Hindistan Standart Bürosu (BIS) 1986 yılında ulusal standartları geliştirmek için kurulmuştur. BIS sanayinin, tüketici derneklerinin, bilimsel ve araştırma kurumlarının, profesyonel organizasyonların, Hindistan bakanlıklarının temsilcilerini ve parlamento üyelerini bünyesinde bulundurmaktadır.

BIS ürün belgeleme, kalite sistemleri onaylama ve test etme ve müşteri meseleleri ile de ilgilenmektedir.

Ürün Belgelendirilmesi: Hindistan Standart Bürosu'nun ürün standartları genelde gönüllülük esasına dayanır fakat 2000 yılında Hindistan'a ithalatlarda miktar kısıtlamalarının kaldırılmasıyla devlet bazı sektörlerde yerli üreticileri korumak zorunda kalmıştır. 109 adet ürünün ithalatında Hindistan kalite standartları şart koşulmuştur. Bu 109 ürünün ihracatını yapanlar ve üreticiler Hindistan'a ihracat yapmadan önce Hindistan Standart Bürosu'na kayıt olup sertifikalarını almak zorundadırlar.

Bu 109 ürün içinde çeşitli besin koruyucuları ve katkıları, süt tozu, sütlü bebek gıdaları, bazı çeşit çimentolar, elektrikli av aletleri, bazı gaz silindirleri ve çok amaçlı kuru piller gibi ürünler vardır.

Bu 109 ürünün genellikle Hindistan Standart Bürosu tarafından sertifikalandırılıp test edilmesi gerekir. Fakat Hindistan Standart Bürosu'nun yabancı şirketlerin Hindistan'da üretmedikleri malları için otomatik sertifikalandırma sistemi bulunmaktadır. Bu sistem yabancı bir üreticinin Hindistan Standartlarına uygun ürünler yaptığını emin olunduktan sonra kendi kendine verilmektedir. Masrafları yabancı şirkete yansıtılacak şekilde Hindistan Standart Bürosu'nun müfettişleri bu üreticinin tesislerine gidip yerinde denetlemelerle şirkete ve üretim sistemine ön sertifika verip bağımsız bir denetçiye üreticinin hala aynı standartlarda üretim yapıp yapmadığını izleme yetkisini vermektedir.

2004 yılından beri Hindistan, tüm ithal borik asitler için, bu ürünün haşere ilacı olarak kullanılması ya da üretim girdisi olarak kullanılmasına (örneğin cam ve seramik üretiminde) bakmaksızın haşere ilaçları ile ilgili sıkı şartlar uygulamaktadır. Borik asidin çoğu kullanım alanı haşere ilaçları dışındadır. Hindistan hükümeti haşere ilacı olmayan borik asidin haşere ilacı kullanım amacına saptması yönünde bir problem olduğuna dair bir ifadeye bulunmamıştır. Borik asit tüccarları yeniden satım amacıyla borik asit ithalatı yapamamaktadırlar, çünkü bakanlıklardan sakınca olmadığına dair sertifikaları alamamaktadırlar. Bu sakınca olmadığına dair sertifikalar, Tarım Bakanlığı Merkezi Haşere İlaçları Kurulu ve Tescil Komitesi

tarafından ithalat izni almak için başvurularından önce istenmektedir. Sakinca emiliminde olan serimka sistemi Temmuz 2006'da 3 yıllığına uzatılmıştır. Nihai kullanıcılar, Tarım Bakanlığı Merkezi Haşere İlaçları Kurulu ve Tescil Komitesi tarafından verilen ithalat izni ile borik asit ithalatlarını yapabilmektedirler. Buna karşın, bu ithalat izinleri nihai kullanıcılar için aşamayacakları tonaj limitleri getirmektedir. Bu arada, yerel üreticiler, haşere ilacı kullanıcılarına satmadıklarına dair kayıtları sadece gösterme yükümlülüğü ile haşere ilacı dışındaki borik asitleri üretip satabilmektedirler.

Teknik düzenlemeler, standartlar ve uygunluk değerlendirme prosedürlerinin geliştirilmesi, kabul edilmesi ve uygulanması konusunda Hindistan hakkında kaygılar vardır. Örnek olarak Hindistan, araba lastikleri konusunda global standartları uygulamamaktadır ve yerli üreticileri yabancı firmalara karşı koruma politikalarına devam etmektedir. Hindistan'ın "İlaç ve Kozmetikler Kanunu 2007" yasa değişikliğinin ticarete potansiyel bir engel olması beklenmektedir. Bu değişiklik ithal malları gereksiz ağır prosedürler ve maliyetli tescil sistemi ile karşı karşıya getirmektedir. Hindistan'da verimli bir tıbbi cihazlar düzenleyici rejiminin olmaması ülkenin sağlık sektörünün gelişmesini aksatmakta ve sağlık ürünleri ticaretine engel olmaktadır. 2006 yılında, hükümet yürürlükte olan ilaçlar hakkındaki bir kanuna bazı tıbbi cihazları da ekleyerek değiştirmiştir. Hükümet şu anda tıbbi cihazlar hakkında bir düzenleyici oluşturmak için çalışmalar yapmaktadır.

Hindistan sağlık ve bitki sağlığı konusundaki önlemlerini hala DTÖ'ye bildirmemiştir. Ülke, çoğu orman ürünlerini sınırlayan ve kümes ve çiftlik ürünlerinin ithalatını yasaklayan çeşitli düzenlemelere devam etmektedir. Süt ürünleri kısıtlamalarına gelince, Hindistan ithal süt ürünlerine yerli ürünlere oranla daha sıkı maksimum kalıntı seviyesi uygulaması yapmaktadır.

Bitki ticaretini etkileyebilecek bazı düzenleme değişiklikleri için Hindistan'ın DTÖ'ye bildirim süreci hakkında kaygılar bulunmaktadır. Özellikle, Hindistan "2003 Bitki Karantina Kanunu"nu, bir DTÖ zorunluluğu olmasına karşın kamuya ön eleştiri fırsatı sağlamadan birkaç defa değiştirmiştir. Hindistan'ın bu değişiklikleri, zahmetli etiketleme koşulları ve haşere ve haşere ilacı koşulları getirerek tarım ürünleri ticaretini sınırlamaktadır.

Hindistan Standart Bürosu'nun ürün sertifikası başvuru prosedürlerine <http://www.bis.org.in> adresinden ulaşabilirsiniz.

Bu ürünlerin üreticileri veya ihracatçıları aynı zamanda Hindistan'da varlık göstermek zorundadırlar. Eğer bu yabancı üreticinin Hindistan'daki resmi temsilcisi Hindistan Standart Bürosu'nun şartlarına uyacağını kabul ederse bu kural uygulanmayabilir. Gaz silindirleri, derin kuyu el pompaları ve valfler gibi bazı ürünler BIS tarafından görevlendirilen müfettişler tarafından incelenir ve özel onay ve sertifikaya tabidir.

Uluslararası ticareti ve işbirliğini kolaylaştırmak için, Hindistan standartlarını başta ana ticaret ortakları olmak üzere diğer ülkelere uydurmaya çalışmaktadır.

Akreditasyon: Test ve Kalibrasyon Laboratuvarları için Ulusal Akreditasyon Kurulu (NABL) 1985 yılında kurulup Bilim ve Teknoloji Dairesinin özerk bir koludur. 200'den fazla test ve kalibrasyon laboratuvarı akredite edilmiştir. <http://www.nabl-india.org> adresinden akredite edilmiş laboratuvarlar görülebilir.

Dünya Ticaret Örgütü'nün ticarete teknik engeller düzenlemesine uyumlu olarak ölçüm sonuçlarının uluslararası ortak kabulü için NABL, Uluslararası Laboratuvar Akreditasyon Birliği (ILAC) ve Asya Pasifik Laboratuvar Akreditasyon Birliği (APLAC) üyesi olmuştur. Bu birliklere üye ülkelerdeki akredite laboratuvarları tanıma anlaşmalarını da imzalamıştır.

Hindistan üretici firmaları gittikçe daha fazla standart akreditasyonlarına yatırımlarda bulunmaktadır. ISO 9000 ve ISO 14000 sahibi fabrikaların sayısı hızla artmaktadır.

Hindistan Standart Bürosu (BIS)
Manak Bhavan, 9 Bahadur Shah Zafar Marg
Yeni Delhi 110 002, Hindistan
Tel: 91-11-2323 0131, 2323 3375, 2323 9402 (10 hat)
Faks: 91-112323 4062, 2323 9399, 2323 9382
E-posta: info@bis.org.in
Web: <http://www.bis.org.in>

Bilim ve Teknoloji Dairesi (NABL)
Technology Bhawan, New Mehrauli Road
Yeni Delhi - 110 016
Tel: 91-11-2686 4642 / 2685 7661
Fax: 91-11-2686 4642 / 686 3866
E-posta: akc@alpha.nic.in
Web: <http://www.nabl-india.org>

Dış Ticaret Genel Müdürlüğü
Ticaret ve Sanayi Bakanlığı
Udyog Bhawan, Yeni Delhi 110 011
Tel: 91-11-2301 1777
Fax: 91-11-2301 8613
Web: <http://doft.delhi.nic.in>

Tüketici Sorunları Müdürlüğü
Office of the Additional Secretary (Weights and Measures)
Krishi Bhawan, Yeni Delhi 110 001
Tel: 91-11-2338 3027
Fax: 91-11-2338 6575

Türkiye ile Ticaret

Genel Durum

Türkiye ile Hindistan arasında ticaret hacminde gözlenen artışa rağmen, ticaret dengesi sürekli olarak ülkemiz aleyhine sonuçlanmaktadır. 2009 yılına kar olan dönemde iki ülke arasında en yüksek ticaret hacmine 2008 yılı içerisinde ulaşılmıştır. Ancak 2009 yılında dünya ekonomik krizinin de etkisiyle dış ticaret hacmi %23 azalmıştır. 2010 yılında ise dünya ticaretindeki olumlu hava Türkiye-Hindistan dış ticaretini de etkilemiş ve ticaret hacmimiz 2008 yılındaki artışında üzerine çıkarak %74 oranında artmıştır.

Türkiye-Hindistan Dış Ticaret Değerleri (1 000 Dolar)

Yıllar	İhracat	İthalat	Denge	Hacim
1989	65.301	42.935	22.365	108.236
1990	61.552	78.329	-16.776	139.881
1991	47.430	87.077	-39.647	134.507
1992	42.165	100.243	-58.077	142.409
1993	31.786	151.852	-120.066	183.639
1994	78.213	110.849	-32.635	189.062
1995	42.006	222.872	-180.866	264.878
1996	59.390	258.173	-198.783	317.563
1997	60.826	300.892	-240.065	361.718
1998	73.570	276.474	-202.903	350.045
1999	120.531	243.006	-122.474	363.538
2000	56.047	449.307	-393.260	505.354
2001	74.373	354.875	-280.501	429.248
2002	72.723	564.463	-491.739	637.187
2003	71.365	722.855	-651.489	794.220
2004	136.317	1.046.398	-910.081	1.182.715
2005	219.869	1.280.473	-1.060.604	1.500.342
2006	222.242	1.579.405	-1.357.163	1.801.647
2007	347.209	2.299.508	-1.952.299	2.646.717
2008	542.730	2.457.908	-1.915.205	3.000.612
2009	411.216	1.902.606	-1.491.390	2.313.822
2010	606.840	3.409.823	-2.802.983	4.016.663
2010*	61.271	404.906	-343.635	466.177
2011*	110.227	858.290	-748.063	968.517

*:Şubat ayı değerleri

Kaynak:DTM

Türkiye'nin Hindistan'a 2011 Yılı İhracatında Başlıca Ürünler için Tıklayınız

İhracatımızda Önem Arz Eden Ürünler (Milyon Dolar)

GTİP Kodu	Gtip Açıklaması	2008	2009	2010
7108	Altın (Ham, Yarı İşlenmiş, Pudra Halinde)	18	4	55
2603	Bakır Cevherleri Ve Konsantreleri	27	13	39
2515	Mermer Ve Traverten, Ekosin Su Mermeri, Kireçli Taşlar	25	29	38
1207	Diğer Yağlı Tohumlar Ve Meyveler	24	37	38
7106	Gümüş (Ham/Yarı İşlenmiş, Pudra Halinde)	0	0	31
3105	Azot, Fosfor Ve Potasyum Gibi; İki/Üçünün Karışımları	50	10	30
8409	İçten Yanmalı, Pistonlu Motorların Aksam-Parçaları	25	15	27
8504	Elektrik Transformatörleri, Statik Konvertörler, Endüktörler	17	1	24

5209	Pamuk Men (Dokuma %85 < Pamuklu 200g/M2 Den Fazla)	16	14	13
2840	Boratlar; Peroksiboratlar (Perboratlar)	10	9	12
8708	Kara Taşıtları İçin Aksam, Parçaları	26	18	11
7208	Demir/Çelik Sıcak Hadde Yassı Mamulleri-Genişlik 600mm. Fazla	40	54	10
2836	Karbonat; Peroksikarbonat; Amonyum Karbomat İçeren Ticari Amonyum Karbonat	1	2	10
8446	Dokuma Tezgahları (Makineleri)	4	4	9
4818	Tuvalet Kağıtları, Kağıt Havlu, Mendil, Kumaş, Masa Örtüsü Vb	0	0	9
7216	Demir/Alaşımsız Çelikten Profil	15	5	7
6802	Yontulmaya, İnşaata Elverişli İşlenmiş Taşlar (Kayagan Hariç)	5	5	6
8901	Yolcu Gemileri, Gezinti Gemileri, Feribotlar, Yük Gemileri, Mavnalar	0	0	6
8451	Dokuma Maddelerini Yıkama, Kurutma, Ütöleme Makine Ve Cihazları	5	5	5
2528	Tabii Boratlar Vb. Konsantreleri	2	3	5
2926	Nitril Gruplu Bileşikler	6	0	5
8445	Lifleri Hazırlayan, İplik Üreten-Hazırlayan Makineler	2	3	5
8462	Metalleri Dövme, İşleme, Kesme, Şataflama Presleri, Makineleri	2	3	5
7204	Demir/Çelik Döküntü Ve Hurdaları, Bunların Külçeleri	5	1	5
7013	Masa, Mutfak, Tuvalet, Ev Tezyinatı Vb İçin Cam Eşya	2	3	4
3816	Ateşe Dayanımlı Çimentolar, Harçlar, Betonlar Vb. Karışım	3	4	4
5101	Yün Ve Yapağı (Kardesiz/Taranmamış)	3	2	4
2924	Karboksiamid Gruplu, Karbonik Asidin Amid Gruplu Bileşikleri	3	2	4
8531	Elektrikli Ses/Görüntülü İşaret Cihazları	0	1	4
8422	Yıkama, Temizleme, Kurutma, Doldurma Vb. İşler İçin Makine, Cihaz	2	2	4
7214	Demir/Çelik Çubuklar (Sıcak Haddeli, Dövülmüş, Burulmuş, Çekilmiş)	0	0	4
8450	Çamaşır Yıkama Makineleri	4	5	4
8544	İzole Edilmiş Tel, Kablo; Diğer İzole Edilmiş Elektrik İletkenleri; Fiber Optik K	1	2	4
2810	Bor Oksitleri; Borik Asitler	4	3	4
5702	Dokunmuş Halılar, Yer Kaplamaları (Kilim, Sumak, Karaman Vb)	2	2	3
8477	Kauçuk, Plastik Eşya İmal Ve İşleme Makine Ve Cihazları	1	2	3
7404	Bakır Hurda Ve Döküntüler	0	1	3
1806	Çikolata Ve Kakao İçeren Diğer Gıda Müstahzarları	1	2	3
8536	Gerilimi 1000 Voltu Geçmeyen Elektrik Devresi Teçhizatı	1	1	3
2710	Petrol Yağları Ve Bitümenli Minerallerden Elde Edilen Yağlar	1	4	3
2610	Krom Cevherleri Ve Konsantreleri	5	1	3
Toplam		543	543	411

Kaynak: DTM

Türkiye'nin Hindistan'a 2011 Yılı İthalatında Başlıca Ürünler için Tıklayınız

İthalatımızda Önem Arz Eden Ürünler (Milyon Dolar)

GTİP Kodu	Gtip Açıklaması	2008	2009	2010
2710	Petrol Yağları Ve Bitümenli Minerallerden Elde Edilen Yağlar	107	119	644
5205	Pamuk (Dikiş Hariç) İpliği (Ağırlık; =>%85 Pamuk) (Toptan)	141	48	126
5402	Sentetik Lif İpliği (Dikiş İpliği Hariç) (Toptan)	46	55	123
5509	Sentetik Devamsız Lifden İplik (Dikiş Hariç) (Toptan)	163	113	120
8708	Kara Taşıtları İçin Aksam, Parçaları	46	25	110
3902	Propilen Ve Diğer Olefinlerin Polimerleri (İlk Şekillerde)	36	37	108
2933	Sadece Azotlu Heterosiklik Bileşikler	87	77	93

3204	Sentetik Organik Boyayıcı Maddeler	83	72	92
5201	Pamuk (Kardesiz, Taranmamış)	41	32	90
2941	Antibiyotikler	63	77	77
5504	Suni Devamsız Lifler (İşlem Görmemiş)	15	44	74
6802	Yontulmaya, İnşaata Elverişli İşlenmiş Taşlar (Kayagan Hariç)	41	50	64
8701	Traktörler	10	15	51
7202	Ferro Alyajlar	33	13	45
5701	Düğümlü, Sarmalı Halılar, Yer Kaplamaları	35	31	41
5209	Pamuk Men (Dokuma %85 < Pamuklu 200g/M2 Den Fazla)	40	37	40
6204	Kadın/Kız Çocuk İçin Takım, Takım Elbise, Ceket Vs.	34	32	38
2934	Nükleik Asitler Vb. Tuzları; Diğer Heteroksiklik Bileşikler	28	31	37
7222	Paslanmaz Çelikten Çubuk Ve Profiller	42	25	35
5307	Jüt Ve Bitki Kabuğu Liflerinden İplikler	14	6	31
3003	Tedavide/Korunmada Kullanılmak Üzere Karıştırılmış İlaçlar (Dozsuz)	19	14	30
1207	Diğer Yağlı Tohumlar Ve Meyveler	37	12	29
6206	Kadın/Kız Çocuk İçin Gömlek, Bluz, Vs.	29	26	28
8517	Telli Telefon-Telgraf İçin Elektrikli Cihazlar	6	1	28
5510	Suni Devamsız Lifden İplikler (Dikiş İpliği Hariç)	18	10	25
8703	Otomobili, Steysin Vagonlar, Yarış Arabaları	19	53	25
3907	Poliasetaller, Diğer Polieterler, Epoksit-Alkid Reçineler Vb (İlk Şekilde)	12	10	24
8503	Elektrik Motor, Jeneratör, Elektrojen Grupları Aksam, Parçaları	0	2	24
8407	Alternatif-Rotatif Kıvılcım Ateşlemeli, İçten Yanmalı Motorlar	0	0	22
8545	Kömür Elektrotlar; Kömür Fırçaları; Lamba, PİL Kömürleri Vb	12	5	17
4802	Sıvanmamış Kağıt Ve Karton (Perfore Edilmemiş Kart Ve Şeritler)	2	1	17
5808	Parça Halinde Kordon, Saçak, Ponpon Vb Eşya	1	9	17
2939	Bitkisel Alkaloidler Vb. Tuzları, Esterleri, Eterleri Ve Diğer Türevleri	10	17	17
2935	Sülfonamidler	3	6	16
8413	Sıvılar İçin Pompalar, Sıvı Elevatörleri	6	4	16
2915	Doymuş Asiklik Monokarboksilik Asitler Vb. Türevleri	9	6	15
4203	Deri Ve Köseleden Giyim Eşyası, Aksesuarları	19	19	15
3901	Etilen Polimerleri (İlk Şekillerde)	17	4	14
3824	Kimya Ve Bağlı Sanayide Kullanılan Kimyasal Ürünler	14	10	14
Toplam		2.458	1.903	3.410

Kaynak: DTM

İki Ülke Arasındaki Anlaşma ve Protokoller

İki Ülke Arasındaki Ticaretin Altyapısını Düzenleyen Anlaşma ve Protokoller

Anlaşmanın Adı	İmza Tarihi
Ticaret	19 Eylül 1973

Bilim ve Teknoloji Alanında İşbirliği	2 Nisan 1976
Ekonomik ve Teknik İşbirliği	13 Temmuz 1978
Hava Ulaştırma Anlaşması	10 Nisan 1986
Denizcilik	18 Temmuz 1988
Sivil Havacılık Alanında Mutabakat Muhtırası	21 Şubat 1992
Standardizasyon Alanında Teknik İşbirliği	19 Kasım 1993
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi	31 Mart 1995
Turizm Alanında İşbirliği	1 Şubat 1995
Demiryolları Alanında İşbirliği	11 Nisan 1995
Ekonomik ve Teknik İşbirliği Komitesi Yedinci Dönem Toplantısı Mutabakat Zaptı	11 Haziran 1997
TÜBİTAK ile Hint Muadili Arasında İşbirliği	17 Eylül 1998
İGEME ile Hint Muadili Arasında İşbirliği	17 Eylül 1998
Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması	17 Eylül 1998
Ekonomik ve Teknik İşbirliği Komitesi Sekizinci Dönem Toplantısı Mutabakat Zaptı	9 Şubat 2000
Tarım ve İlgili Diğer Alanlarda İşbirliği Mutabakat Zaptı	31 Mart 2000
Suçluların İadesi Antlaşması	2001
Bilim ve Teknoloji Alanlarında İşbirliği	2001
Terörizme karşı Ortak Çalışma Grubu Kurma	2003

İhracat Potansiyeli Olan Başlıca Sektörler

Hindistan'ı 1,1 milyar nüfuslu yoksul bir ülke olarak değil, ciddi bir satın alma gücüne sahip 200-300 milyon tüketicinin yaşadığı, istikrarlı bir makro ekonomik yapıya sahip ve gümrük vergileri ile miktar kısıtlamalarının her geçen gün azaldığı bir pazar olarak görmek, daha sağlıklı bir yaklaşımdır. İlaç sanayi çok gelişmiş olan Hindistan ilaç sanayisi hammaddelerinde potansiyel bir pazardır. Nüfus özellikleri nedeniyle de zeytinyağı, sert kabuklu meyveler, kuru meyveler başta olmak üzere gıda ürünlerinde büyük potansiyel ihtiva etmektedir. Hindistan'da sağlıklı yaşam için zeytinyağı kullanımı yaygınlaşmaktadır.

İnşaat – müteahhitlik iki ülke arasında en fazla potansiyel arz eden sektördür. 2001 yılında ilk kez bir Türk müteahhitlik firması Hindistan'da bir otoyal ihalesi almıştır. Ayrıca Hindistan'da mevcut bulunan ihalelere katılmak üzere Hintli firmalar ile ortaklaşa çalışmalar yürüten ve orada temsilcilik ofisi açmış bulunan firmalar mevcuttur. Müteahhitlik hizmetlerinin gelişmesi çeşitli mal gruplarında ihracat artışına yol açacaktır.

Hindistan'da altyapı yapımı geleneksel olarak kamu sektörünün görev alanındadır. Ancak özellikle son yıllarda altyapıya olan büyük talebin ve kalitenin iyileştirilmesi ihtiyacının karşılanması amacıyla özel sektörün ve yabancı sermayenin katılımı teşvik edilmektedir.

İhracat potansiyeli yüksek ürünler olarak aşağıdaki ürünler görülmektedir:

- Salça ve meyve suları
- Bisküvi, şekerleme, çikolata vb.
- Makarna
- Zeytinyağı
- Kuru ve sert kabuklu meyveler; incir, kayısı, fındık vb.
- Konfeksiyon (özellikle kadın ve erkek takım elbise)
- Makine halısı
- Cam eşya
- İnşaat malzemeleri (özellikle seramik, fayans, banyo takımları)
- Otomotiv parçaları
- Mobilya (özellikle ev mobilyaları)
- Altın mücevherat
- Tekstil makineleri
- Tekstil kimyasalları
- Kağıt peçete, havlu vb.

Türkiye-Hindistan Yatırım İlişkileri

Hindistan'da yatırım yapılabilecek sektörler olarak aşağıdaki sektörlerin öne çıktığı görülmektedir:

- Tarımsal ürün ve gıda işleme
- Mobilya
- Tekstil ve konfeksiyon
- Deri işleme, konfeksiyon ve ayakkabı
- Halı

- İnşaat malzemeleri
- Tekstil kimyasalları
- Otomotiv yan sanayii
- Cam eşya
- Kuyumculuk
- Turizm
- Otelcilik

Türk firmalarının Hint yatırımlarından aldığı pay oldukça düşük düzeyde olmasına karşın, son yıllarda artış yönünde bir eğilim gözlenmektedir.

Hazine Müsteşarlığı verilerine göre Aralık 2010 itibarıyla Türkiye’de 115 adet Hint firması faaliyet göstermektedir. Bunların en büyüğü Çorlu’da bulunan Avrupa Serbest Bölgesi’nde faaliyet gösteren Polyplex isimli polyester film üreticisidir. Ayrıca State Bank of India Türkiye’de bir temsilcilik ofisi açmıştır. Bunun yanında önemli Hintli grupların Türkiye’de yatırım yapmak konusunda girişimlerde buldukları öğrenilmiştir. Ancak aynı şekilde Hint tekstil firmaları tarafından yapılan çeşitli yatırım araştırmalarının Mısır’ın daha uygun yatırım koşulları önermesi ve Türkiye’de yabancı personele çalışma izinlerinin çıkarılmasında uzun süredir yaşanan sıkıntılar ve serbest bölge mevzuatlarında meydana gelen değişiklikler nedeni ile daha uygun koşullarda teşvikler sunan Mısır’a kaydığı öğrenilmiştir.

Türkiye-Hindistan Yatırım İlişkileri

İki ülke arasında son dönemde yapılan karşılıklı yatırımlardan bazıları aşağıda özetlenmiştir.

Borusan Telekom – Dhanus

Merkezi Chennai, Hindistan’da ve global operasyon merkezleri Yeni Delhi ve Kaliforniya’da bulunan Dhanus Technologies Ltd., 1993 yılında kurulmuştur. Şirket, telekom servisleri, IT/ITES ve Telematic hizmetleri gibi temel olarak iletişim hizmetleri alanlarında operasyonlarını sürdüren firma portföyüne Türkiye’den Borusan Telekom’u katmıştır. Dhanus, Borusan Telekom’un %100’ü için 30 milyon USD dolayında bir anlaşmaya vardıklarını açıklamıştır.

GMR – Limak

Temmuz 2007’de yapılan ihale sonucu KDV dahil 2,280 milyar Euro bedelle Sabiha Gökçen havalimanının yeni dış hatlar terminal binası ve diğer ilgili tesislerinin yap-işlet-devret modeli ile yapılması hakkını kazanan Limak İnşaat AŞ.- GMR Infrastructure Ltd- Malaysia Airport Holding Berhad Ortak Girişim Gurubunda %40 hisse ile yer alan GMR grup, Hindistan’ın önde gelen altyapı, inşaat ve enerji şirketlerini bünyesinde barındırmaktadır. Delhi ve Haydarabat havalimanlarının da işletmesini yürüten GMR, elektrik üretim, iletim ve dağıtımında Hindistan’daki başlıca firmalardan biridir. GMR grup ayrıca tarım ürünleri ve özellikle de etanol üretimi alanında faaliyet göstermektedir.

Hobi Kozmetik

Hindistan’ın en büyük hızlı tüketim ürünleri şirketlerinden olan Dabur, yeni pazarlara açılma stratejisi çerçevesinde Türkiye’de Hobi Kozmetik’e talip olmuştur. İki şirket arasındaki görüşmeler olumlu sonuçlanmış ve Dabur Hobi ile Türkiye pazarına girmiştir.

IOC – Çalık

İlk olarak Çalık Holding ile birlikte Tüpraş özelleştirmesine katılan IOC’nin (Indian Oil Corporation) yine aynı holdingle 4,9 milyar dolara mal olacak 15 milyon ton/yıl kapasiteli rafineri ve petrokimya tesisini ortak olarak kurmak için EPDK’ya yaptığı 49 yıllık rafineri lisans başvurusu kabul edilmiştir. IOC, Fortune dergisinin 2007 global 500 şirket sıralamasında 135. sırada yer almaktadır.

Arcelor Mittal

Hindistan’ın ve dünyanın önde gelen demir-çelik şirketi Arcelor Mittal, Borusan Holding’le %50 ortaklıkla, Gebze’de 4,8 milyon ton kapasiteli bir sıcak sac tesisi kurma kararı almıştır. 2010 yılı Haziran ayında Arcelor Mittal Yassı Çelik Başkanı Robrecht Himpe’nin katılımıyla tesis resmi olarak açılmıştır. Tesisin yıllık 4,8 milyon tonluk sıcak sac üreterek 3 milyar dolarlık ciro yapması planlanmaktadır.

TAFE

Hintli Tractors and Farm Equipment Limited (TAFE) Manisa Organize Sanayi Bölgesi’nde yıllık 15 bin traktör üretimi planı ile, bir traktör üretim ve montaj tesisi yatırımı gerçekleştireceğini ve üretime 2009’un ilk çeyreğinde başlayacağını açıklamıştır.

Çelebi Holding

Çelebi Hava Servisi’nin çoğunluk hissesini elinde bulundurduğu ÇHS/Nas India konsorsiyumu, Mumbai (Bombay) Chhatrapati Shivaji Uluslararası Havalimanı’nda yer hizmetleri verme hakkı için açılan ihaleyi kazanmıştır. Çelebi Hava Servisi A.Ş.’nin yüzde 51, NAS Aviation Services Pvt Ltd’nin de (NAS India) yüzde 49 oranında pay sahibi olduğu ÇHS/NAS India konsorsiyumunun, MIAL tarafından 1 Kasım 2008’de yapılan değerlendirilmede, "ihalede en iyi teklifi veren konsorsiyum" olduğu açıklanmıştır. İhale sonucuna göre ÇHS, Bombay Havalimanı’nda 10 yıl süre ile yer hizmeti verme hakkı kazanmıştır. Nisan 2009’da ise Çelebi Hava Servisi, Hindistan’ın Yeni Delhi kentindeki, Uluslararası Havalimanı, Hindistan’ın kargo trafiği açısından ikinci büyük havalimanı olan Delhi Indra Gandhi Uluslararası Havalimanı’nın işletmecisi Delhi International Airport Private Ltd. (DIAL) tarafından açılan kargo terminali ihalesini kazanmıştır. Çelebi Hava Servisi’nden İMKB’ye yapılan açıklamada, Delhi Indra Gandhi Uluslararası Havalimanı İşletmecisi DIAL tarafından, havalimanında mevcut kargo terminalininin (Brownfield) geliştirilmesi, modernizasyonu, finansmanı ve 25 yıl süreyle işletilmesi için açılan ihalenin

Çelebi lehine sonuçlandırıldığı ihale makamı tarafından şirkete bildirildiği belirtilmiştir. Delhi Havalimanı'nın kargo trafiği 2001 yılından bu yana yıllık ortalama yüzde 10 büyüdüğü belirtilmiştir. Delhi Indra Gandhi uluslararası havalimanı kargo trafiğinin gelecek on yılda 1 milyon tona ulaşacağı öngörülmektedir.

Jindal

Hindistan'ın diğer önemli bir çelik şirketi olan Jindal, paslanmaz çelik, krom madeni ve termik santral alanlarında ülkemizde yatırım yapma kararı almıştır. İlk aşamada 500-600 milyon dolarlık bir yatırım yapılarak bir termik santralin kurulması planlanmaktadır.

Polyplex

Dünyanın 5. büyük ince polyester film üreticisi Polyplex, üretim operasyonlarını coğrafi olarak çeşitlendirme stratejisine paralel olarak Çorlu Avrupa Serbest Bölgesi'nde Aralık 2005'te 24,000 TPA'lık kapasiteli bir polyester film tesisi yatırımı yapmıştır. İçerisinde 4MW bir elektrik santrali barındıran yatırım projesinin ardından 2006 yılının Mart ayında 5000 TPA kapasiteli bir metal kaplama tesisi yatırımı yine aynı bölgede hayata geçirilmiştir. Firma son olarak bir çip tesisi kurma sürecinde olup, tüm yatırımların toplam tutarı 55 milyon ABD Doları olarak öngörülmektedir. Bu firmanın yatırımı Türkiye'yi bölgedeki en önemli polyester film üreticilerinden biri konumuna getirmiştir.

Farplas Hindistan Yatırımı

Renault, Toyota, Ford, Honda, Mercedes ve Hyundai gibi markaların önemli tedarikçisi olan Farplas, global araç projelerinde yer alabilmek için 2008 ortasında Hindistan'da üretime başlamayı planlamıştır. 2008'de 40. yılını kutlamaya hazırlanan Farplas bu ülkede ticari araç firmaları için üretim yapmayı ve önümüzdeki dönemde ikinci bir tesis daha kurmayı hedeflemektedir.

Fernas A.Ş.

Türk Müteahhitlik firması FERNAS'ın 2009 yılında Hindistan'ın Medya Pradesh Eyaletinde yaklaşık 100 Milyon ABD Doları bedele karşılık gelen 350 kilometrelik LPG boru hattı döşeme faaliyeti devam etmektedir. Ayrıca, yaklaşık 70 ve 450 Milyon ABD Doları bedele karşılık gelen iki yeni ihale daha kazanmış ve birçok ihaleyi ise takip etmektedir.

Söktaş – Tekstil Fabrikası

Söktaş Tekstil'in 2007'de Hindistan'da kurduğu Söktaş India PVT şirketi 2008 yılının üçüncü çeyreğinde Hindistan pazarına yönelik üretime geçmeyi planlamıştır. Türkiye'de yılda 14 milyon metre olan kapasitesini Hindistan fabrikasıyla ikiye katlayacak olan Söktaş Tekstil, özellikle Hindistan ve diğer Asya ülkelerinde yüz milyonlarca kişiden oluşan lüks tüketim pazarında bizzat bulunarak rekabette öne geçmeyi amaçlamaktadır.

Eczacıbaşı Holding

Eczacıbaşı, Vitra ürünlerinin Hindistan genelinde satışı için Hindistan'ın önemli seramik üreticilerinden olan Kajaria Seramik ile ortaklık yapmaktadır.

Hidromas Hidrolik Otomotiv Sanayi A.Ş.'nin Hindistan'ın Madras şehrinde 5-6 Milyon ABD Doları tutarındaki hidrolik imalatına ilişkin tesis kurma faaliyetini tamamlamak üzeredir.

Termikel firması, Hindistan'da elektrik sayacı üretimi için Hintli bir firma ile ortaklık anlaşması imzalamıştır.

Bu şirketlerin yanı sıra, Türkiye'nin en büyük ilaç üreticisi Abdi İbrahim, Hindistan merkezli Strides Arcolab ile eşit ortaklığa dayanan Abdi Strides isimli yeni bir şirket kurmuştur. Strides'in geliştirdiği ürünler Türk, Orta Doğu ve eski Sovyet Cumhuriyetleri pazarlarına ulaşırken, Abdi İbrahim'in jenerik ürünleri de Strides'in faaliyet gösterdiği pazarlara erişebilecektir. Karel Santral Sistemleri, Kablo ve Santral Fabrikası; Atlas İlaç, üretim birimi yatırımı; Şişecam, cam üretimi; Cevher grubu, otomotiv yan sanayii yatırımı ve Atasay altın işleme tesisi için Hindistan'da yatırım yapmayı düşünen firmalar arasında yer almaktadır.

Dünyanın en büyük telekomünikasyon şirketlerinden biri olarak gösterilen bir başka Hintli şirket GTL'nin de Türkiye telekom pazarına girmeye hazırlandığı bildirilmiştir. GTL'nin önümüzdeki dönemde Türkiye'ye girme hazırlıklarını tamamlaması beklenmektedir. Öncelikle bir ofis açmayı planlayan şirketin, Türkiye'de uygulamaya girecek olan 3G, Wimax, IPTv gibi teknolojiler üzerine yatırım yapması beklenmektedir.

Son dönem zarfında, Hint firmalarının, ülkemizde yatırım yapmak üzere araştırmalarda buldukları ve çelik, bakır gibi madencilik sektörü, ilaç-eczacılık, otelcilik, köprü-otoyol inşaatı, otomotiv, bilgi teknolojileri, enerji ve şeker alanlarında yatırım yapmak istedikleri gözlemlenmektedir. Hindistan'ın Taj Otel Grubu da dahil olmak üzere, üç Hint otel zinciri turizm sektörü, Hint enerji şirketi Reliant enerji sektörü, Hintli bir firma ülkemizdeki şeker fabrikalarının özelleştirilmesi ve Hindistan demiryollarına bağlı Ircon International ve RITES şirketleri ise ülkemizdeki otoyol ve köprü inşaatı ihaleleri ile ilgilenmektedir.

İki Ülke Arasındaki Ticarete Yaşanan Sorunlar

Hindistan ile Avrupa Birliği arasında Serbest Ticaret Anlaşması (STA) müzakereleri 28 Haziran 2007 tarihinde başlamış olup, 30 Kasım 2007 tarihinde Yeni Delhi'de gerçekleştirilen Hindistan-AB Zirvesi'nde önümüzdeki 12 ay içerisinde AB ile Hindistan arasında bir STA imzalanmasına yönelik görüş birliğine varmıştır. Bu çerçevede, Dış Ticaret Müsteşarlığınca da, Türkiye ile Hindistan arasında bir STA yapılmasına ilişkin çalışmalar başlatılmış ve 7 Ocak 2008 tarihinde bu talep Hindistan makamlarına iletilmiştir.

Ayrıca, 17-22 Mart 2008 tarihleri arasında Hindistan'a gerçekleştirilen "Ticaret Heyeti Programı" sırasında da iki ülke arasında bir STA yapılması hususu, dönemin Devlet Bakanı Sayın Kürşad Tüzmen tarafından dile getirilmiştir. Daha sonra 20-24 Kasım 2008 tarihlerinde Sayın Başbakanımızın Hindistan'ı ziyaretinde, konu Sayın Başbakanımız tarafından gündeme getirilmiş ve bu konuyu değerlendirmek üzere bir Komite kurulması konusunda Başbakanlar arasında mutabakat sağlanmıştır. Hindistan iş çevrelerinin de bu anlaşmaya destek verdikleri gözlemlenmektedir.

DEİK bünyesinde 1996 yılında kurulan Türk – Hint İş Konseyi faaliyetlerini sürdürmektedir. Konseyin en son Ortak Toplantısı 9 Eylül 2009 tarihinde İstanbul'da gerçekleşmiştir.

Sorunlar:

Gümrük vergileri yüksektir. Hindistan liberalleşme yönünde atılan tüm adımlara rağmen pek çok üründe halen yüksek gümrük vergileri ile yerel sanayisini korumaya çalışan bir ülkedir. Hindistan Hükümeti'nin DTO'ye taahhütü çerçevesinde hammadde ithalatında vergilerin %10, mamul mallarda ise % 20'ye düşürülmesi söz konusudur. Ancak, birçok ürüne ek vergi uygulandığından nihai vergi bu düzeylerden oldukça yüksekte gerçekleşmektedir. Ek vergiler dahil edildiğinde ürünün gümrük vergisi iki katına çıkabilmektedir.

Hindistan'da taşımacılık için kullanılan konteynerlere ağırlık kısıtlaması getirilmiştir.

Türkiye menşeli hidrojen peroksit ton başına 23,173 dolar damping vergisi uygulanmaktadır.

Gümrük prosedürleri şeffaflıktan uzaktır. İthalat işlemlerinde ihtiyari gümrük değerlendirme kriterleri uygulanmaktadır. Değerleme prosedürleri, Hindistan gümrüklerine normal piyasa fiyatlarının altında bir fiyatla karşılaştıklarında, ithalattaki beyan edilen değişim değerini reddetme hakkı vermektedir. Bu durumda ithalatta daha fazla bir gümrük vergisi oranı uygulanmaktadır.

Hindistan yenilebilir sıvı yağlar için gayri resmi bir referans fiyatı belirleme politikası uygulamaktadır. Sık sık değişen referans fiyatı nedeniyle bu ürünlerin gümrük vergileri net bir şekilde bilinmemektedir.

İki ülke bankacılık sistemleri arasında işbirliği olmaması, Türk bankalarından alınan teminat mektuplarının kabul edilmemesi, muhabir banka bulunmasında sıkıntı çekilmesi ve aracı bankalar ile yapılan ticari işlemlerin pahalı olması diğer önemli sorunlardır. Bunun yanı sıra, Hindistan bankalarından gelen akreditiflerin çok fazla ayrıntı içerdiği ve işlem sürelerinin çok uzun olduğu söylenmektedir.

Türkiye-Hindistan arası sevkiyatların sorunlu gerçekleşebildiği ve navlun bedellerinin yüksek olduğu belirtilmektedir. Ayrıca Kalküta Limanı'ndaki yoğunluğun navlun bedelini artırmakta ve ihracatı olumsuz etkilemekte olduğu belirtilmiştir.

Ortak bir başka şikayet konusu da Hindistan'da bürokrasinin çok yavaş işliyor olmasıdır. Hint kamu teşkilatına ek olarak Hint özel sektörünün de iş takibinde ve geri dönüşlerde ağır davranabildiği ve müşterilere verilen hizmette bundan kaynaklanan aksamalar ve gecikmeler yaşandığı belirtilmiştir. Ayrıca yabancılara çalışma izni alınmasında da sürenin uzun olduğu dile getirilmiştir.

Çin'de olduğu gibi Hindistan'da da korsan üretim yaygındır.

► Pazar ile İlgili Bilgiler

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

Hindistan genel olarak yeterli telif hakkı yasalarına sahiptir fakat uygulamalar zayıftır ve korsanlıktır yaygındır. Hindistan Cenevre Konvansiyonu ve Dünya Fikri Mülkiyet Hakları Organizasyonu (WIPO) üyesidir.

Ticari marka Hindistan'da yeterli seviyede korunmaktadır ve uluslar arası standartlara uygundur. 1999 tarihli ticari marka kanunu bu konudaki düzenlemeleri sağlamaktadır.

2005 yılında kabul edilen kanunla Hindistan'da ürün patenti kapsamı ilaçlar ve tarım kimyasallarının da dahil edilmesiyle genişlemiştir.

Dağıtım Kanalları

Son yıllarda Hindistan'da dağıtım kanallarında gözle görülür bir genişleme olmuştur. Ülkedeki perakende dağıtım yeri sayısı 12 milyonu geçmiştir. Bir firma ürününü kullanıcılara çok çeşitli kanallarla sunabilir ve çok çeşitli pazarlama aracı kullanabilir. Firma dağıtım kanalını tekli ya da üçlü sistem olarak kurabilir. Çoğu Hintli üretici zamanla geliştirdikleri tekrar dağıtım yapan stokçular, toptancılar ve perakendecilerden oluşan üçlü dağıtım ve satış sistemini kullanmaktadır. Örneğin Hindistan'ın genelinde çalışan bir firmanın 40-80 arasında stok ürün dağıtımcısı olabilir. Bu stokçular 100-450 arasında toptancıya mal satarlar. Sonunda bu tekrar dağıtım stokçular ve toptancılar 250.000-750.000 arasında perakendeciyle iş yapacaklardır. Bu stokçular büyüklü küçüklü birçok perakendeciye ulaşabilirler ve yönetim şekline göre genellikle 75 ile 500 arasında satış elemanı çalıştırırlar. Toptancılık düşük maliyet, yüksek iş hacmi ve %4-5'den başlayan kar payıyla kazançlı bir işdir. Yapılan araştırmalara göre çoğu aile şirketi olan 12 milyonun üstünde perakende satış yeri vardır. Kentsel bölgelerde daha girişimci perakendeciler kredi ve evlere servis imkanı sağlamaktadırlar. Alışveriş merkezlerinin perakendecilik sektörüne etkisi nedeniyle şimdilerde büyük perakende noktalarında indirimler ve doğrudan teslim gündeme gelmiştir.

Son yıllarda pazardaki rekabet yüzünden firmalar müşterilere en hızlı şekilde ulaşmanın yollarını aramışlardır. Bağımsız lojistik ve dağıtım acenteleri bu sorunu çözmede yardımcı olmuştur ve çoğu

şirket artık dağıtım ve lojistikte dış kaynak kullanmaktadır.

Çoğu tüketim ürünü ticareti yapan firma ve ilaç firmaları dağıtım için gümrükleme ve nakliye şirketlerini kullanmaktadır. Bu şirketlerin genellikle her eyalette depoları vardır. Eyaletler arasında vergi yapısı değişiklikler gösterdiği için aynı ürün karşımıza farklı fiyatlarla çıkabilir. Depo kiralalarının çok pahalı olmasından dolayı bu şirketler gittikçe daha çok kullanılmaktadır.

Hindistan'ın iki sahilinde 11 tanesi büyük olmak üzere 139 tane çalışan limana mevcuttur. Batı sahilindeki Mumbai ile Marmagao ve doğu yakasındaki Vishakhapatnam ile Chennai limanları yükleme kapasitelerine göre en önemli limanlardır. Ülkenin finansal merkezi olan Mumbai uluslararası taşımacılıkta çok büyük öneme sahiptir.

Hindistan'ın büyük ölçeği nedeniyle bölgesel yaklaşımı göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Hindistan'da lokal bir varlık göstermek tavsiye edilmektedir. Şirketin bunu karşılayacak bir şubesi yoksa bir acente, dağıtıcı veya bir temsilci de kullanılabilir. Hindistan'ın büyük ve çeşitlilik gösteren bir ülke olduğu, 30'dan fazla dil konuşulduğunu düşünülürse burada bölgesel yaklaşım iyi bir fikir olacaktır. Satılacak ürün eğer geniş bir pazara hitap ediyorsa bölgesel temsilci ve distribütör kullanmak önerilmektedir.

Distribütör veya acente değerlendirilirken Hint firmalarının tanınmışlığını, finansal kaynaklarını, yatırım yapma isteklerini ve kabiliyetlerini, pazarlama güçlerini, bölgesel hakimiyetlerini, iş uzmanlıklarını ve kredibilitelerini araştırmak gerekir. İdeal bir distribütör çok iyi bankacılık ilişkilerinin yanı sıra ürünleri ve hizmetleri pazarlayacak kapasiteye sahip olmalıdır. Acente ya da distribütörün beklenen işi yapabilmesi için modern bir altyapı, depo, atölye, eğitilmiş çalışan gibi olanaklara sahip olmalıdır.

Hintli firmalar bazen o kadar çok firmayı temsil ederler ki, yeni pazarlara açılmak için vakit veya ilgileri çok az olur. Daha önce yaptıkları bağlantıların dışına çıkmazlar. Kısa vadede bundan olumlu sonuçlar alınabilse de çoğunlukla asıl kazanç henüz gelişmemiş alanlardadır. Bu nedenle firmanın kabiliyetini, iş yapma isteğini yeni ağlara açılma çabasını bağlantılarını ve iş çevresini objektif bir şekilde ölçmek önem arz etmektedir.

Potansiyel temsilcilerin vereceği yabancı müşteri listesi iyice incelenmelidir. Bu liste eski ve hükmü kalmamış olabilir. Diğer yandan bu liste hala geçerliyse distribütör ya da acente yeni bir ilişkiyi kaldıracak zaman, finansman, idareci ve lojistik bulamayabilir.

Distribütör veya acentelerin ürünlerin tanıtımını yaptıklarından emin olunmalıdır. Bazen distribütörler ve acenteler nitelikli çalışanları, geniş dağıtım ağları, ülke çapında varlıkları olduğu imajını vererek kendilerini profesyonel olarak yansıtmaktadırlar. Firmaların son seçimlerini yaparken tüm etkenleri düşünmeleri gerekmektedir.

Hindistan'da küçük distribütörler esnek dağıtım stratejisini uygulamak için bazen daha ideal olabilmektedir. Hindistan acentelere veya distribütörlere lojistik sorunlar çıkartacak kadar büyük bir ülkedir. Tüketicilerin yaşadığı bir bölgede yerleşik olan küçük bir distribütör yerel pazar hakkındaki bilgisiyle bazen daha avantajlı olabilir. İyi ürün bilgisi iyi olan ve pazarlama yeteneği olan küçük bir distribütör, pazarlamayı bir alt şirketine bırakan büyük bir distribütörden bazen daha yararlı olabilmektedir.

Tüketici Tercihleri

Tüketim Malları Satışları

	2005a	2006a	2007a	2008b	2009b	2010c	2011c	2012c	2013c	2014c
Perakende Satışlar (Milyar Rupı)	14.668	16.346	18.141	20.525	22.548	24.854	27.590	30.731	34.229	38.061
Perakende Satışlar (Milyar US\$)	332,6	360,8	438,7	471,8a	467,6	546,2	620,0	706,5	805,4	917,1
Perakende Satışlar Hacim Büyümesi (%)	5,9	5,0	4,3	4,4	-0,3	1,2	5,0	5,9	5,9	5,4
Perakende Satışlar Değer (US\$) Büyümesi (%)	13,5	8,5	21,6	7,5a	-0,9	16,8	13,5	13,9	14,0	13,9
Gıda Dışı Perakende Satışlar (Milyar US\$)	104,6	116,0	144,1	152,2	147,4	169,3	187,4	208,0	230,7	255,3
Gıda Perakende Satışları (Milyar US\$)	228,0	244,7	294,7	319,6a	320,2	376,9	432,6	498,5	574,7	661,8

a Gerçekleşen b EIU tahmini c EIU öngörüsü

Kaynak: The Economist Intelligence Unit India Consumer Goods Report November 2009

Reklam ve Promosyon

Yıllar içinde Hindistan ekonomisi satıcı değil alıcı odaklı olmuştur. Ekonomideki artan rekabet reklam yapmayı önemli hale getirmiştir. Sınırsız rekabet sayesinde medya katlanarak gelişmiştir fakat önceleri yükselişte olan reklam bütçeleri küresel ekonomik durgunluk yüzünden azaltılmaktadır. 2008 yılında reklam sektörü bir önceki yıla göre %17 büyüyerek 4,31 milyar dolara yükselmiştir. 2008 yılının ikinci yarısındaki yavaşlama nedeniyle reklam sektöründeki büyüme daha düşük seviyede gerçekleşmiştir.

Önceki iki yılda sektördeki büyüme %22 düzeylerinde gerçekleşmiştir. Hindistan reklam sektörü i 7,8 milyar dolarlık Hint medya ve eğlence sektörünün parçasıdır ve 2010 yılında medya ve eğlence sektörünün 18,6 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşması beklenmektedir.

Her çeşit medya reklam vermeye müsaittir. Reklamcılıkta en büyük payı basılı reklam elinde tutmaktadır. Reklamcılık pazarını basılı reklamlar ve televizyon %88 ile domine etmektedir. 2008 yılında %45 büyüyerek 75,6 milyon dolara ulaşan internet reklamcılığı da kendini göstermiştir.

Kırsal kesimde pazar payı almak marka bilinçlendirilmesi ve dağıtım ağının genişletilmesi ile mümkündür. Kırsal pazar en çok görsel basının etkisi altındadır, çünkü geniş coğrafya ve altyapı eksikliği diğer basının buralara ulaşmasını engellemektedir.

Hindistan'da çok ve çeşitli sayıda günlük gazeteye sahiptir. Yazılı basın kentli yetişkinlerin %70'ine ulaşabilmektedir. Kırsal kesimdeki gazete okuyucusu sayısı da kenttekilere yaklaşmıştır. Yazılı basın neredeyse tamamıyla özel sektörün elindedir.

Reklam vermek için uydu ve kablolu TV kanalları da kullanılabilir. Devlet televizyonu olan Doordarshan nüfusun yaklaşık %90'ına erişebilmektedir. Ek olarak 100'ün üzerinde uluslararası kanallar uydu ve kablolu TV'de bulunmaktadır. Tele market kullanımı artmasıyla hem abone sayısında artış hem de abonelik gelirlerinde artış beklenmektedir.

Radyo ülkede en ucuz ve geleneksel eğlence biçimidir. Bu araca devletin sahip olduğu All India Radio (AIR) hakimdir ve nüfusun %90'ına ulaşır. AIR'nin hâkimiyeti devletin 338 tane özel kanalın 91 il ve ilçede FM yayını yapmasına izin vermesiyle zedelenmiştir ayrıca uydu ve internet bu pazarı vurmaktadır.

Çoğu büyük ve ünlü uluslararası reklamcılık firmaları Hindistan'daki yerel reklamcılarla iş birliği halindedir. Hindistan'daki reklamcılık teknolojik olarak gelişmiştir.

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Etiketleme Hindistan'a ihraç edilen ürünler için çok önemlidir. Etiketlerde İngilizce yaygın olarak kullanılmaktadır. Tüm paketler ve konteynerler taşıdığı mallar hakkında açıklama bulundurmalıdır. Hindistan gümrükleri bu konuda katıdır ve perakende pazarına girmeden ya da doğrudan tüketim için satılmadan önce ithal mallarında yasalarla belirlenen açıklamaların bulunmasına çok önem vermektedir.

Ticaret Bakanlığı tüm paketli ürünlerin etiketlerinde şunların olmasını şart koşmuştur:

- İthalatçının adı ve adresi.
- Paketlenen ürünün genel veya yaygın adı.
- Standart ağırlık ve ölçü birimine göre net miktar. Tüm ağırlık ve ölçü birimleri metrik olacaktır. Eğer bu ölçüler başka bir birimde verildiyse denk olduğu ölçü ithalatçı tarafından belirtilmelidir.
- Ticari malın ne zaman üretildiği, paketlenildiği ve ithal edildiğini gösteren ay ve yıl.
- Ticari malın son alıcısına satılabilecek perakende en yüksek fiyatı. Buna tüm vergiler, yük taşıma masrafları, dağıtıcılara verilen komisyonlar, reklam giderleri, dağıtım, paketleme vb. dahildir.

Mallar gümrükten çekilmeden önce yukarıda belirtilen koşullar sağlanmalıdır. Hammaddeler, parçalar, dökme mallar gibi ürünler bu etiketleme kurallarına tabi olmayıp, başka süreçlerden geçerler.

Paketlenmiş gıda ürünlerinin etiketlerinde ise aşağıdaki bilgiler yazılmalıdır:

- İsim, ticari adı ya da açıklama.
- Ağırlık ve hacmine göre azalacak şekilde sıralanmış ürünün bileşenleri.
- Üreticinin, paketleyenin ve ithalatçının adı ve tam adresi. Eğer gıda maddesi Hindistan dışında üretilip Hindistan'da paketleniyse ithal edilen ülkenin adı.
- İçeriğin net ağırlığı, sayısı ya da hacmi.
- Belirgin parti ya da kod numarası.
- Üretim ve paketlenme ay ve yılı.
- Son kullanma ay ve yılı.
- En yüksek perakende satış fiyatı.

Ayrıca etiket uygun hallerde aşağıdakileri de içeriğinde bulundurmalıdır:

- Işınlanma sebebi ve ışınlanmış gıdanın lisans numarası.
- Harici eklenen renklendirici malzemeler.
- Vegetaryen olmayanlar için hazırlanan gıdalarda: Tamamında ya da bir kısmında kanatlı etleri, deniz veya tatlı su balığı, yumurta ya da herhangi bir hayvansal ürünün-süt ve süt ürünleri hariç- içeren ürünler paketin dışında rahatlıkla görünecek bir şekilde kahverengi bir kare içinde kahverengi bir daire sembolü taşımalıdır.
- Vegetaryen olanlar için gıdalar: Dışarıdan rahatlıkla görünecek bir şekilde yeşil bir kare içine yeşil daire sembolü bulundurmalıdır.

Tüm açıklamalar:

- İngilizce ya da Hintçe olarak paketten ayrılmayacak bir biçimde ya da
- İthal edilen paketi kapsayan ek bir paket üstünde ya da
- Paketin üstünde basılı olmalıdır ya da
- Gümrükte rahatlıkla ayırt edilecek şekilde paketten ayrılmayacak şekilde bir bant ya da bir kartla belirtilmelidir.

2001'de Ticaret Bakanlığının tebliğine göre ithal edilen tüm gıdaların ithal edildikleri tarihte raf ömürlerinin en az %60'ının kalmış olması lazımdır. Raf ömrü, etiket üzerinde görülen üretim tarihi ve son kullanım tarihi ile hesaplanabilir.

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Doğrudan Satış: Doğrudan satış Hindistan'da en hızlı büyüyen işkoludur. Doğrudan satış iş hacmi 2007/2008 mali yılında 807 milyon dolardır ve 2012'de 2,5 milyar dolara kadar çıkması beklenmektedir.

İstihdamın yetersiz olduğu Hindistan'da doğrudan satışın büyük bir potansiyeli vardır. Çok uluslu şirketleri, Hindistan'ın serbestleşen ekonomisindeki fırsatları çabucak fark etmişlerdir.

Doğrudan satış sektöründe hali hazırda 1,3 milyondan fazla insan çalışmaktadır. 250-300 ürün kategorisinde 2100 değişik biçimde çalışan yaklaşık 800.000 aktif doğrudan satış yöneticisi vardır. Ürün kategorileri kozmetik, mutfak gereçleri, eğitim, ev bakımı, sigortacılık ve doğal ürünler gibi geniş bir yelpazeye sahiptir.

Doğrudan satış endüstrisinde reklam eksikliği yüzünden ürünlere daha hızlı ve daha kolay ulaşım sağlamak için bazı doğrudan satış şirketleri büyük perakende mağazalarında büfeler ve yaşam merkezleri açmışlardır. Pazarlamacının tüm ürün yelpazesini sunduğu büyük mağazalar olan yaşam merkezlerinde amaç mal satmak olmayıp, amaç tüketicilerin gelip markayı test etmeleri ve distribütörlerin işlerini yürütüp eğitim almalarıdır. Marka bilinirliğini artırmak için bazı doğrudan satış şirketleri büyük alışveriş merkezlerinde tanıtım ve satış için geçici büfeler açmaktadırlar. Bu stratejiler personel temini sağlamaya, marka bilinirliği yaratmaya ve neyi nereden alacağı hakkında bilgi olmayan tüketicilere ulaşmaya yardımcı olmaktadır.

Satış Faktörleri ve Teknikleri: İlk bakışta Hindistan'daki alım gücünün çoğunluğunun şehirlerde olduğu görünmektedir. Buna karşın Hindistan nüfusunun çoğu 627.000'den fazla köye dağılmış bir şekilde kırsal alanda yaşamaktadır. Geri kalanlar ise 300 tanesinin 100.000 den fazla nüfusunun olduğu 3.700 kentte yaşamaktadırlar. Gerçek Hindistan'ın köylerde yaşadığı söylenebilir. Hintli ve yabancılardan oluşan tüm pazarlamacılar, Hindistan'ın kırsal kesiminin pazar potansiyeline yönelmeleri sayesinde kazançlı çıkmışlardır.

Yapılan araştırmalara göre Hindistan'ın kırsal kesim pazarları okuryazarlık ve harcanabilir gelir arttıkça daha da gelişmektedir. Medya sayesinde tüketim alışkanlıkları son zamanlarda çok değişmiştir. Kırsal kesimdeki Hintliler önceden yabancı oldukları markalara artık talepte bulunmaktadır. Marka bilinirliğinin artmasıyla yabancı şirketler marka isimlerini ticari marka dairesine kaydettirmeye başlamışlardır. Bu konuda daha fazla bilgi için <http://patentoffice.nic.in> adresi ziyaret edilebilir.

Kırsal bölgelerde altyapı eksikliği dağıtımı zorlaştırırken aynı zamanda bazı ürünlerde talebi de azaltmaktadır. Satış tekniklerinin başarılı olması için dağıtım kapsamı çok önemlidir. Hindistan dünyada en çok perakende satış noktasına sahip ülkedir fakat bunlar çok küçük ve dağınıktır. Önümüzdeki yıllar içinde çok sayıda alışveriş merkezi açılacaktır.

25 yaşın altında 500 milyon insanın yaşadığı hızlı gelişen nüfusuyla Hindistan sınırsız fırsatlar sunmaktadır fakat yerli ve yabancı çoğu şirket çoğu ürün kategorisinde nüfusun sadece bir kısmının potansiyel tüketici olduğunu keşfetmiştir. Çoğu şirket Hindistan pazarının sunduğu ürüne yönelik tüketici tepkilerinde hayal kırıklığına uğramıştır. Hindistan'ın gelişen orta sınıfının 150-200 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir, fakat bazı ürünleri batılı orta sınıfa sunar gibi sunmamak gerekmektedir. Bir diğer hata ise evrensel markaları evrensel fiyatlara satmaya çalışmak olmuştur. Satış stratejisi geliştirirken diğer pazarlardan alıp Hindistan'a uydurmak yerine buranın özelliklerine ve içinde bulunduğu duruma göre mal pazarlamak daha etkili olacaktır. Son bir hata da Hindistan'ın yetersiz altyapısını ve lojistiğini gözde almadan etkisiz dağıtım ağıyla pazara girmektir.

Başarılı satış stratejisi olanlar, yerel rekabetle başa çıkabilecektir. Bu rekabet çoğu ürünü ve hizmeti kapsadığından hafife alınmamalıdır. Şirketler tüketici ihtiyaçlarını ve sunacakları hizmet düzeyini çok iyi karşılamalıdır. Varlıklı orta sınıf parasının çoğunu lüks mallar yerine temel ihtiyaçlarına harcamaktadırlar.

Hindistan pazarında satış yapmak yeni giren şirketler için zor ve karmaşık olabilir. Başlangıç ve gelişen pazar fırsatları doğru hesaplanıp, yerel rekabet hafife alınmazsa pazara giriş daha kolay olabilir.

Fiyatlandırma: Strateji geliştirirken ve ürün fiyatlandırması yaparken Amerikan dolarını Hint rupisine basitçe çevirmenin çoğu kez işe yaramadığını dikkate almak lazımdır. Aynı zamanda Hindistan'da belirli bir üründe henüz girilmemiş gizli bir potansiyel pazar olduğu varsayımıyla hareket eden yabancı firmalar da çoğunlukla düşük satış hacmi ile karşılaşmaktadırlar. Hintli müşteriler fiyatlara karşı çok duyarlıdır. Mesela bir Amerikan buzdolabı üreticisi Hint markalarından %40 daha pahalıya satmaya çalıştığından pek fazla satış yapamamıştır.

Eğer ürün kalite bakımından kolayca taklit edilebiliyorsa Hintli girişimciler bu fırsatı kaçırmazlar. Ürün ithalat vergilerini düşürmek, diğer yerel maliyetleri düşürmek ve pazarda sabit bir yer edinmek için çoğu şirket ürün montaj atölyeleri kurmuştur.

Fiyatlandırmada paketleme de önemlidir. Çoğu tüketim malı tedarikçisi ekonomik boy paketler yapmak yerine küçük paketler yapmayı daha yararlı bulmaktadır.

Bazı Hintli tüketiciler kalite farkından haberdar olmalarına ve dünya standartlarında ürünleri tercih etmelerine rağmen çoğu tüketici fiyat nedeniyle kaliteden vazgeçebilmektedir. Örneğin, Doğu Asya, Avrupa ve Kuzey Amerika'da lazerli ve mürekkep püskürten yazıcılar nokta vuruşlu yazıcıların yerini almıştır fakat Hindistan'da çoğu yazışmalarda bu yazıcı hala kullanılmaktadır. Bu eski teknolojinin ekonomik olması kullanım süresini artırmıştır.

Hindistan'da pazarlık alıcı ve satıcı arasındaki en sıradan işlemdir. Genellikle dayanıklı tüketim mallarında festival mevsimi gelince satıcılar fiyat listesinde alıcıların ilgisini çekmek için indirim yaparlar. Tüketiciler arasında eski malı verip yenisini almak oldukça yaygındır. Fiyatlandırma stratejisinde bu etkenler gözde alınmalıdır.

...pazarının moda kategorisindeki geleneksel bir şey de fiyatlar ve fiyatların bazıları özellikle aksesuar marketi için çok yüksektir. Lüks markalı ürünleri alabilecek varlıklı Hint kesimi de vardır. Fakat genelde tüketim eğilimi diğer ülkelerden çok farklıdır. Hızla büyüyen orta sınıf gelir grubu orta fiyatlı ürünlerin oluştuğu bir pazarın doğmasına sebep olmuştur fakat fahiş ithalat vergileri yüzünden bazı eşyalar orta gelirlili tüketiciler için pahalı olabilmektedir.

Elektronik Ticaret: Geleneksel satış tekniklerine ek olarak internetten satış da önem kazanmaktadır. Hindistan İnternet ve Cep Telefonu Derneğine (IAMAI) göre 2007 yılında 46 milyon olan internet kullanıcısı sayısı 2008 yılında 50 milyona çıkmıştır. İnternet erişimindeki ucuzlama sayesinde internet kullanıcı sayısında artış oldukça, Hindistan e-perakendeciliğinde de gelişme olmuştur. Derneğin son verilerine göre 2008 yılında e-ticaret iş hacmi 2,3 milyar dolar olmuştur. Ayda 440.000'in üstünde B2C işlemi yapılmaktadır. Ürün satın almanın yanında seyahat rezervasyonları, oteller, internet bankacılığı, fatura ödeme, hisse senedi ticareti ve iş aramaları en çok kullanılan işlemlerdir.

B2C işlemlerinde en çok demiryolu ve havayolu için e-bilet işlemleri yapılmaktadır. Kitap, video, çiçek, mücevher, saat ve elbise gibi hediyelik eşyalar en çok internet alışverişinin yapıldığı diğer alanlardır. E-ticaretle satılan diğer ürünler mp3 çalar gibi tüketici elektronikleri, dijital kamera, DVD oynatıcılar ve diğer ev gereçleridir.

E-ticaretin gelişmesinde en büyük etken geniş bantlı kullanıcıların artmasıdır. Hindistan Telekom Düzenleme Kurumu'nun (TRAI) üç aylık göstergelerine göre internet kullanıcılarının sayısının artması beklenmektedir çünkü telekom sektöründeki rekabet nedeniyle geniş bantların fiyatları düşmektedir. TRAI 2010 yılı sonunda internet aboneleri sayısının 18 milyona çıkarken geniş bant kullanıcı sayısının 9 milyona çıkması hedefini koymuştur. TRAI geniş bant kullanım ücretlerinin çevirmeli bağlantı kullanım ücretine kadar düşüğüne dikkat çekmiştir. Geniş bantla olan talebin artmasıyla servis sağlayıcıları kapasitelerini artırmaktadırlar. Buna karşın kısa vadede geniş bant sağlamak hala bir problemdir.

Endüstri uzmanları B2B ticaretinin yakın zamanda hızla ve istikrarlı bir biçimde artacağına inanmaktadırlar, çünkü büyük bir ihtiyaç vardır.

Kamu Alımları

Hindistan'ın kamu tedarik çalışmaları ve süreçleri şeffaf ve standardı olmaması nedeniyle yabancı tedarikçileri engelleyebilmektedir. Yerel tedarikçiler için özel fiyat ve kalite tercih hakları çoğunlukla kaldırılmıştır. Müzakerelerin hiçbir gelişme olmadan aylarca bürokrasiye takılması alışılmış bir durumdur.

Hindistan bürokrasisini, Hindistan kültür ve geleneklerini bilen yerel temsilciler ile çalışmak kamu ile iş yapmak konusunda faydalı olabilir.

Hindistan savunma sanayi ürünlerinde ihracat için büyük potansiyeli olan bir ülkedir. 2001 Kasım ayında Hindistan Hükümeti savunma sanayisindeki acente açma yasağını kaldırmıştır. Savunma sanayi firmalarının Hindistan'da bir acente ya da temsilcilik açması pazara giriş ve tutunma açısından çok faydalı olabilir. Hindistan'da böyle bir temsilcilik açmak için Hint hükümetinden izin alma süreci bazen çok uzun sürebilmektedir. Hindistan hükümetinin savunma ekipmanları almak için ihale süreci çok karışık ve yavaş olabilmektedir. Bu konuda en başarılı firmalar süreç devam ederken sabırla bekleyen ve temsilcileri ya da resmi makamlardaki tanıdıkları vasıtasıyla gelişmelerden haberdar olan firmalardır. Hindistan'ın kamu ihale duyurularına <http://www.tenders.gov.in> sitesinden ulaşabilirsiniz.

► İşadamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar

Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler

İş görüşmelerinde, ilk tanışmada kartvizit mutlaka bulunmalıdır. Kartvizitin herhangi bir Hint diline tercüme edilmesine gerek olmayıp, İngilizce olması yeterlidir. İş ilişkilerinde bir Hintli aracı kullanmak faydalı olacaktır. Toplantılarda Hintli bir meslektaşını götürmek ya da Hint bürokrasisini çok iyi bilen birinin ücret karşılığı istihdam edilerek bürokrasideki işleri takibinin sağlanması mümkündür.

Hindistan'da dışarıdan gelen bilgi ve yeni kavramlar hakim olan dini inanış ve sosyal yapı ile çelişmediği sürece kabul görmektedir. Kast sistemi Hint toplumunu etkileyen faktörlerin başında gelmektedir. Hindistan'daki iş hacminin büyük bir çoğunluğu aile kaynaklıdır. Aile şirketlerinde kardeşlerle görüşme yapılmış olsa da en son kararı ailenin en büyüğü verecektir.

Hindistan'da her şey tartışılabilir. En uygun ve gerçekçi fiyata ulaşabilmek için farklı sınıflardan birçok firmayla görüşmek yararlı olacaktır. Hindistan orta düzeyde kolektif bir kültüre sahip olup, kişilerin kararlarının aile, grup ve sosyal yapı ile çelişmemesine özen gösterilmektedir. Kuvvetli ve birbirini tutan bir sosyal yapıya sahip oldukları için, hayat hakkında fazla endişelenmezler çünkü toplumdaki herkes kendi yerini ve çalışma koşullarını kabul etmektedir.

Çalışanlar organizasyonda önemli bir rol oynamaktadır. Hint hiyerarşisinde patron olan kişi otorite bakımından en üst düzeyde kabul edilmektedir. Talimatların uygulanmasında ve sonuçlarının tam olarak kimin sorumluluğunda olması gerektiğini başlangıçta belirtmekte fayda vardır. Çalışanlara, talimatların ve açıklamaların yazılı olarak verilmeli ve sizin adınıza dağıtımının yapılması sağlanmalıdır. Bu sayede bilgilendirmenin yapıldığını bir kez daha teyit edilmiş ve kendilerine reddetme şansı verilmemiş olunur.

Bu kültürde üniversite mezuniyetine ve derecesine büyük saygı gösterilir. Hintliler doğrudan "hayır" demekten hoşlanmamaktadır. "Hayır" kelimesi Hindistan'da yanlış anlamlara çekilebileceği için kaçamak cevaplar nezaket kuralları içinde hoş karşılanmaktadır. Eğer bir davet alırsanız "Hayır, yapamam" gibi doğrudan cevaplar yerine "Deneyeceğim" veya "Bakalım" gibi belirsiz cevaplar verilmesi daha uygun düşmektedir.

Şirkette patron konumunda iseniz, varlığınıza çok önem verilecek ve görüşmeler de en üst seviyede devam edecektir. Hindistan'daki katı iş kültüründen dolayı ast olan bir kişi ancak ast olan personelle görüşebilir.

Pasaport ve Vize İşlemleri

Hindistan'a gidecek Türk vatandaşlarının, Hindistan'a giriş yaparken geçerli bir pasaport taşımaları ve ikamet ettikleri ülkedeki Hindistan temsilciliklerinden vize almış olmaları gerekmektedir. Vizeler; turist, iş, öğrenci, transit vizesi olarak alınabilmektedir. Turizm amaçlı ziyaretler için genellikle 3 ya da 6 ay süreli vize verilmektedir. Verilecek vizenin geçerlilik süresi Hindistan'a varıldığında değil verilmiş tarihinden itibaren başlamaktadır. Seyahat planlarınızı buna göre yapmanızda yarar vardır.

Ticari amaçla ziyaret yapmak isteyenler, Hindistan diplomatik temsilciliklerinden bir yıl geçerliliği olan ve birden çok giriş yapabilecekleri toplam 120 günlük ticari vize alabilmektedirler. Ticari gezilerde Hintli firmalardan davetiye gerekmektedir. Bu davetiyede Hindistan'da ne kadar kalınacağı, ne tür iş yapılacağı belirtilmelidir.

Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

Tüm ülkede geçerli olan yukarıdaki resmi tatillerin haricinde eyaletlerin farklı dini ve resmi tatilleri vardır. Kullanılan takvime göre bu tatiller yıl içinde değişiklik gösterebilmektedir.

26 Ocak: Cumhuriyet Günü
15 Ağustos: Bağımsızlık Günü
2 Ekim: Mahatma Gandhi'nin Doğum Günü

Çalışma Saatleri

İş Çevreleri	Pazartesi-Cuma	09.30-17.30
Kamu Kurumları	Pazartesi-Cumartesi*	10.00-17.00
Bankalar	Pazartesi-Cuma	10.00-17.00
	Cumartesi	10.00-13.00

* Her ayın ikinci cumartesi günü tatildir.

Yerel Saat

Hindistan'da yaz saati uygulaması yoktur. Türkiye'den yazın 2,5, kışın ise 3,5 saat ileridedir.

Telefon Kodları

Hindistan'ın uluslararası telefon kodu 91'dir. Başlıca şehirlerin telefon kodları şöyledir:

Mumbai : 22
Kalküta : 33
Ahmedabad : 79
Bengalor : 80
Chennai : 44
Yeni Delhi : 11

Genel Değerlendirme ve Öngörüler

Hindistan 1,1 trilyon Dolar GSYİH ile dünyanın en büyük ekonomilerinden birisine sahiptir. Hindistan, 2009 yılında 163 milyar dolarlık ihracat, 251 milyar dolarlık da ithalat gerçekleştirmiştir. Kişi başına milli gelir 1000 dolar civarında iken satın alma gücü paritesine göre kişi başına gelir 3000 dolara yaklaşmaktadır. Kişi başına düşen milli gelir düşükse de Hindistan çok önem verilmesi gereken tüketim potansiyeli olan bir ülkedir. Hindistan'ı 1,2 milyar nüfuslu yoksul bir ülke olarak değil, ciddi bir satın alma gücüne sahip 200-300 milyon tüketicinin yaşadığı, istikrarlı bir makro ekonomik yapıya sahip ve gümrük vergileri ile miktar kısıtlamalarının her geçen gün azaldığı bir pazar olarak görmek, daha sağlıklı bir yaklaşımdır. 2008 yılının ikinci yarısından itibaren etkili olmaya başlayan küresel mali krizde en iyi performans gösteren ekonomiler arasında değerlendirilmekte olan Hindistan'ın, 2020 yılında GSYİH açısından dünyanın en büyük 10 ekonomisinden biri olması beklenmektedir. Diğer taraftan ülke 2010 yılında BRIC ülkeleri arasında Çin'den sonra GSYİH'nın en fazla arttığı ülke olmuştur.

Gelişmiş ülkelerde giderek pahalı hale gelen hizmetler sektörünün birçok alt dalı maliyet etkinliği açısından büyük avantajlar sunan Hindistan'a kaydırılmıştır. Ülkede bilişim sektörü o kadar ilerlemiştir

Kı çok sayıda ABD li şirketin munasebe işlerini günümüzde Hindistan' da yapır duruma gelmiştir. İmalat sanayinde de Çin ile yarışabilecek bir maliyet avantajının olması dünya piyasalarında Hindistan mallarının çoğalmasına yol açmaktadır. Tekstil, makine, otomotiv yan sanayi ve ilaç sanayinde Hindistan maliyet avantajının yanı sıra çok hızlı teknolojik gelişmelerle dünyada söz sahibi ülkeler arasına girmiştir.

Küresel ekonomik kriz Hindistan'ı da etkilemiştir. Buna karşın krize karşı Hindistan çoğu ülkeden daha iyi bir konumdadır. Krizden önceki 5 yılda ortalama %9 büyüyen Hindistan'ın önümüzdeki 3 yılda %5-6 aralığında büyüme oranlarını yakalaması beklenmektedir. Diğer çoğu Asya ülkesinin ekonomisi ihracata çok bağımlı konumdadır. Krizden dolayı dünya ticaretindeki daralma bu ülkeleri önemli şekilde etkilemiştir. İhracata çok bağımlı olmayan bir ülke olduğu için Hindistan'ın küresel ekonomik daraldan daha az etkilenmesi beklenmektedir.

Geleceğin küresel ekonomik düzeninde büyük tüketim potansiyeli ve güçlü üretim kapasitesiyle Hindistan'ın dünya ticaretinde belirleyici ve yönlendirici ülkelerin başında geleceği düşünülmektedir. Hindistan'ın dünyada bilişim teknolojilerinde lider ülkeler arasında olacağı ortadadır. Hindistan'da Avrupa Birliği'ndeki ortalama gelire yakın bir geliri olan ve neredeyse AB nüfusu kadar bir nüfusun olduğu bilinmektedir. Muazzam bir üretim ve nüfus yoğunluğunun yanı sıra böyle bir tüketim grubunun da olması dünya ticaretinde bir ülkeyi önemli ülkeler arasına sokmaktadır.

Ayrıca son zamanlarda Hintli çelik devi Mittal grubunun Arcelor'u satın alması ve Tata otomotiv grubunun bazı Avrupalı otomotiv şirketlerini satın alma çabaları gibi örnekler Hintli şirketlerin dünya piyasalarında ne denli etkin bir role soyunduğunu göstermektedir.

İki ülke arasında işbirliği yapılabilecek ve ortak yatırım yapılabilecek alanlar olarak aşağıdaki sektörler öne çıkmaktadır:

- Gıda işleme
- İlaç
- İnşaat ve Mühendislik
- Elektronik
- Gemi inşa ve deniz ulaştırması
- Demiryolları ve raylı taşımacılık
- Otomotiv
- Petrol ve doğalgaz arama ve istihraç
- Enerji üretimi (özellikle nükleer enerji ve yenilenebilir enerji)
- Uzay sanayii
- IT - Enformasyon Teknolojisi
- Turizm
- Sağlık
- Eğitim

► Tarım ve Gıda Ürünleri İhrac Potansiyelimiz

HİNDİSTAN TARIM ÜRÜNLERİ İHRACAT POTANSİYELİ DEĞERLENDİRMESİ

ZEYTİNYAĞI

Hindistan bitkisel yağ pazarında tüketiciler çok fazla fiyata duyarlı olarak hareket ettiğinden piyasada diğer bitkisel yağlara göre üç dört katı fiyata satılan zeytinyağının tüketimi düşük düzeylerde kalmaktadır. Öte yandan Uluslararası Zeytin Konseyi (UZK)'nin tanıtım programları için hedef ülkeler arasında yer alan Hindistan'da zeytinyağı ithalatının da son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir.

Hindistan toplam 3,1 milyar dolarlık bitkisel yağ ithalatıyla Çin'den sonra dünyada ikinci büyük ithalatçı konumundadır. İthalatının %83'ünü palm yağı oluşturmaktadır. İthalatında önem arz eden diğer ürünler ise %11'lik payıyla soya yağı %3'lük payıyla ayçiçek yağıdır. Ülkenin bitkisel yağ ithalatı daha çok ham yağ şeklinde yapılmakta olup, ürünler ülkedeki rafinasyon tesislerinde işlendikten sonra piyasaya arz edilmektedir. Palm yağı ise sabun üretiminin yanı sıra ülkede yoğun olarak tüketilen margarin çeşidi "vanaspati" adı verilen katı yağın üretiminde kullanılmaktadır. Palm yağı ithalatında Endonezya, soya ve ayçiçeği yağı ithalatında ise rekabetçi fiyatlarıyla Arjantin ön plana çıkmaktadır. 2008 yılında Hindistan'ın zeytinyağı ithalatı 3 bin ton karşılığı 11 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir. İthalatının %90'ını İtalya ve İspanya'dan gerçekleştirmektedir. Hindistan Türkiye'nin zeytinyağı ihracatında %1'lik payıyla 20. sırada yer almakta olup, bu ülkeye olan ihracatımız 2008 yılında %24 oranında artış, 2009 yılında ise %15,4 azalma göstermiştir.

Tüketiciler arasında zeytinyağının İtalyan veya Avrupa tarzı yemeklerde kullanılabileceği, Hint yemeklerinin ise vanaspati veya diğer bitkisel yağlarla pişirilmesi gerektiği düşüncesiyle gelişen yemek pişirme alışkanlıkları zeytinyağı tüketimini etkilemektedir. Ancak tüm dünyada olduğu gibi Hindistan pazarında da sağlıklı ürünlere olan ilginin artış göstermesi ve pazarda AB ortalamasında satın alma gücü bulunan 250-300 milyonluk bir tüketici kitlesi bulunması sebebiyle Türk zeytinyağı ihracatı açısından potansiyel olduğu görülmektedir. Bu anlamda henüz gelişmeye başlayan pazarda yer edinilebilmesi bakımından Türk zeytinyağının tanıtımına önem verilmesi pazarda yer edinebilmesi bakımından önemli görülmektedir.

BAKLİYAT

Hindistan dünyanın en büyük bakliyat ithalatçısı ülke konumundadır. Ülkenin tarım ürünleri ithalatında

bitkisel yağların ardından en önemli ithal kalemini bakliyat ürünleri oluşturmaktadır. Toplam 1,46 milyar dolarlık bakliyat ithalatının %50'si bezelye, %23'ü fasulye, %8'i nohut, %2'si mercimek, kalan kısmı ise diğer ve tohumluk bakliyat ürünlerinden oluşmaktadır. Pazar kaliteden çok fiyata endeksli bir pazar olması sebebiyle ithalatının büyük bölümünü rekabetçi fiyatlara sahip Kanada, Myanmar, ABD, Avustralya ve Tanzanya'dan yapmaktadır. Türkiye'nin bakliyat ihracatında Hindistan alt sıralarda yer almaktadır. Ancak ülkemiz açısından özellikle mercimek ihracatçılarımızın ilgi göstermesi durumunda Hindistan'ın iyi bir pazar konumuna gelmesi mümkün görülmektedir. 2007 yılında mevsimin kurak geçmesi nedeniyle mercimek üretimimiz önemli ölçüde azalmış ve ülkemiz mercimekte ilk kez net ithalatçı ülke konumuna gelmiştir. Ancak 2008 ve 2009 yıllarında iklim koşulları mercimek üretimi için oldukça iyi geçmiş ve ihracata elverişli önemli miktarlarda ürün oluşmuştur. Hindistan pazarına girişte diğer ülkelerden ziyade tek rakip ülke olarak Kanada görülmektedir. Öte yandan yakınlık avantajımız ve fiyatlarımızın da Kanada mercimek fiyatları düzeyinde oluşması nedeniyle Hindistanlı ithalatçıların ülkemiz mercimeklerini tercih etmeleri beklenmektedir.

ŞEKERLİ VE ÇİKOLATALI MAMULLER

Hindistan'ın şekerli ve çikolatalı mamuller ithalatının 2/3'ünü çikolatalı mamuller oluşturmaktadır. Çikolatalı ürünler ithalatında Singapur ve İngiltere başı çekmekte olup, Türkiye yaklaşık %1,3'lük payıyla 13'üncü sırada bulunmaktadır. Hindistan'ın şekerli mamul ticaretinde ise yaklaşık 10 milyon dolarlık ithalata karşılık, 36 milyon dolarlık ihracatıyla fazla verdiği görülmektedir. Şekerli ürün ithalatının yarıya yakını Çin'den gerçekleştirilmektedir.

Hindistan'da, perakende sektörünün gelişmesiyle birlikte ambalajlı gıda maddelerine olan talep de artış göstermektedir. Bu çerçevede 2009 yılında iç pazarda şekerli mamul satışlarının %10, çikolatalı mamul satışlarının da %22 oranında büyüdüğü tahmin edilmektedir. Çikolatalı ürünlerde, Cadbury India ve Nestlé India sırasıyla %58 ve %33'lük paylarıyla pazarı domine etmektedirler. Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation ise pazarda üçüncü konumda bulunmaktadır. Şekerli ürünlerde de Godrej Hershey Foods & Beverages ile birlikte Perfetti India ve Cadbury India pazarın %49'unu elinde bulundurmaktadır. Bu uluslararası şirketlerin yanı sıra Parle Products ve Ravalgaon Sugar Farms gibi yerel firmalar da kendi markalarıyla pazarda yer edinmiş durumdadır.

Hindistan'ın Türkiye'den önemli ölçüde bir ithalatı bulunmamakla birlikte şekerli mamuller grubunda jöleli şekerlerin, çikolata grubunda ise düşük fiyatlı kokolinlerin ihracat potansiyelinin bulunduğu düşünülmektedir. Son iki yılda Hindistan pazarında özellikle hammadde fiyatlarının artışıyla birlikte şekerli ve çikolatalı mamullerin birim fiyatlarında da artış yaşanmıştır. Şekerli ürünlerde, genel itibarıyla 0,5 rupi seviyesinde bulunan birim fiyat noktasının 1 rupi seviyesine yükselmiş olup, çikolatalı ürünlerde de yaklaşık üçte bir oranında fiyat artışı kaydedilmiştir. Üreticilerin ise bu fiyat artışlarını dengelemek amacıyla küçük ambalajlı ürünlere yönelerek fiyatlarını düşük tutmaya ve bu yöntemle daha fazla tüketiciye ulaşmaya çalıştıkları görülmektedir. Bu eğilimin göz önüne alınarak, ülkemiz açısından da küçük ambalajlı ve düşük fiyatlı ürünlerle pazara girilmesinin avantaj sağlayacağı düşünülmektedir.

SERT KABUKLU VE KURU MEYVELER

Hindistan'ın sert kabuklu meyve ithalatında kaju cevizi toplam 643 milyon dolarlık ithalatıyla en önemli üründür. Bu ürünü 228 milyon dolarlık ithalat rakamıyla badem izlemekte olup, ithalatının %85'ini ABD'den gerçekleştirilmektedir. Ülkemiz açısından potansiyel arz eden ürünlerden Antep fıstığı ithalatının ise büyük çoğunluğunu düşük kalitede ve düşük fiyatlı ürün arz eden Afganistan ve İran'dan gerçekleştirilmektedir. Hindistan'ın fındık ithalatı ise yok denecek kadar az düzeylerde bulunmaktadır. Kuru meyvelerde de durum sert kabuklu meyvelerde olduğundan farklı değildir. Ülkemizin dünya üretiminde önemli konumda bulunduğu bu ürünlerde Hindistan pazarının yeterince değerlendirilememesinin ana sebepleri arasında ürünlerimizin pazar talebine göre yüksek kalite ve fiyatta bulunması ve Hindistan'ın Afgan ürünlerine uyguladığı tavizler olarak görülmektedir. Öte yandan iyi tanıtıldığı takdirde Hindistan'ın başta şekerli ve çikolatalı mamuller olmak üzere gelişmekte olan gıda sanayi ürünlerine hammadde teşkil etmesi bakımından sert kabuklu ve kuru meyvelerde potansiyelin lehimize çevrilebileceği düşünülmektedir.

HAŞHAŞ TOHUMU

Hindistan dünya haşhaş tohumu ithalatında %11'lik payıyla üçüncü sırada yer almakta olup, ithalatının tamamını ülkemizden gerçekleştirilmektedir. Türkiye'nin ihracatında da Hindistan birinci sırada yer almaktadır. 2009 yılında ihracat değeri, bir önceki yıla göre %54 oranında artmıştır.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Bakliyat	0713	Bakliyat	2.075	0,07	276	20,8	100	43	0	0	Kanada%38,6 Myanmar%34,7 Avustralya%7,3 ABD%6,4 Tanzanya %4,1	0
Sert Kabuklu Meyveler	080250	Antep fıstığı	48,8	0	14	2,95	-100	-0,5	0	0	Afganistan %35 İran %34,8,7 ABD %25,5 Avusturalya%34,7	30
Kuru Meyveler	080420	Kuru ve yaş incir	37,6	0,03	185	9,1	100	18	0,0015	0,00105	Afganistan %99,3 İran %0,7	30
Şekerli ve Çikolatalı Mamuller	1806	Çikolatalı Mamuller	23,1	3	365	0,14	63	-10	0,2	1	Singapur %17,9 İngiltere %15,3 Malezya %12,3 Hollanda %8,9 BAE 8,6	30
Endüstriyel Bitkiler	120791	Haşhaş tohumu	30,6	37	52	10,77	3	23	4	14	Türkiye %100	20
Kuru Meyveler	080620	Kuru üzüm	13,4	0	418	1	0	-0,4	0	0	Afganistan %96,6 Çin% 2,5 Şili %0,2 ABD %0,2 Özbekistan %0,2	100
Zeytinyağı	1509	Zeytinyağı	10,5	0,61	64	0,18	-33	-4,6	0,2	0,1	İspanya %55,1 İtalya %35,4 Türkiye %6,6 Yunanistan %1,4 Almanya %0,4	saf: 45 diğer : 40
Kuru Meyveler	081310	Kuru kayısı	5,5	0,77	279	2,5	11,4	-43	0,1	0,11	Afganistan %94,6 Türkiye %5,1 Pakistan 0,4	30
Şekerli ve Çikolatalı Mamuller	1704	Şekerli Mamuller	10	0,21	256	0,12	9	0	0,01	0,04	Çin %41,7 Tayland %9,8 Malezya %6,8 ABD %6,0 Endonezya %5,1	30

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TUIK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 2 aylıktır.

Bakliyat

Hindistan dünyanın en büyük bakliyat ithalatçısı ülke konumundadır. Ülkenin tarım ürünleri ithalatında bitkisel yağların ardından en önemli ithal kalemini bakliyat ürünleri oluşturmaktadır. Toplam 1,46 milyar dolarlık bakliyat ithalatının %50'si bezelye, %23'ü fasulye, %8'i nohut, %2'si mercimek, kalan kısmı ise diğer ve tohumluk bakliyat ürünlerinden oluşmaktadır. Pazar kaliteden çok fiyata endeksli bir pazar olması sebebiyle ithalatının büyük bölümünü rekabetçi fiyatlara sahip Kanada, Myanmar, ABD, Avustralya ve Tanzanya'dan yapmaktadır. Türkiye'nin bakliyat ihracatında Hindistan alt sıralarda yer almaktadır. Ancak ülkemiz açısından özellikle mercimek ihracatçılarımızın ilgi göstermesi durumunda Hindistan'ın iyi bir pazar konumuna gelmesi mümkün görülmektedir. 2007 yılında mevsimin kurak geçmesi nedeniyle mercimek üretimimiz önemli ölçüde azalmış ve ülkemiz mercimekte ilk kez net ithalatçı ülke konumuna gelmiştir. Ancak 2008 ve 2009 yıllarında iklim koşulları mercimek üretimi için oldukça iyi geçmiş ve ihracata elverişli önemli miktarlarda ürün oluşmuştur. Hindistan pazarına girişte diğer ülkelerden ziyade tek rakip ülke olarak Kanada görülmektedir. Öte yandan yakınlık avantajımız ve fiyatlarımızın da Kanada mercimek fiyatları düzeyinde oluşması nedeniyle Hindistanlı ithalatçıların ülkemiz mercimeklerini tercih etmeleri beklenmektedir.

Endüstriyel Bitkiler

Haşhaş Tohumu

Hindistan dünya haşhaş tohumu ithalatında %11'lik payıyla üçüncü sırada yer almakta olup, ithalatının tamamını ülkemizden gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin ihracatında da Hindistan birinci sırada yer almaktadır. 2009 yılında ihracat değeri, bir önceki yıla göre %54 oranında artarken; 2010 yılında %3 artışla 37 milyon dolara yükselmiştir.

Sert Kabuklu Meyveler

Hindistan'ın sert kabuklu meyve ithalatında kaju cevizi toplam 643 milyon dolarlık ithalatıyla en önemli üründür. Bu ürünü 228 milyon dolarlık ithalat rakamıyla badem izlemekte olup, ithalatının %85'ini ABD'den gerçekleştirmektedir. Ülkemiz açısından potansiyel arz eden ürünlerden Antep fıstığı ithalatının ise büyük çoğunluğunu düşük kalitede ve düşük fiyatlı ürün arz eden Afganistan ve İran'dan gerçekleştirmektedir. Hindistan'ın fındık ithalatı ise yok denecek kadar az düzeylerde bulunmaktadır. Kuru meyvelerde de durum sert kabuklu meyvelerde olduğundan farklı değildir. Ülkemizin dünya üretiminde önemli konumda bulunduğu bu ürünlerde Hindistan pazarının yeterince değerlendirilememesinin ana sebepleri arasında ürünlerimizin pazar talebine göre yüksek kalite ve fiyatta bulunması ve Hindistan'ın Afgan ürünlerine uyguladığı tavizler olarak görülmektedir. Öte yandan iyi tanıtıldığı takdirde Hindistan'ın başta şekerli ve çikolatalı mamuller olmak üzere gelişmekte olan gıda sanayi ürünlerine hammadde teşkil etmesi bakımından sert kabuklu ve kuru meyvelerde potansiyelin lehimize çevrilebileceği düşünülmektedir.

Şekerli ve Çikolatalı Mamuller

Hindistan'ın şekerli ve çikolatalı mamuller ithalatının 2/3'ünü çikolatalı mamuller oluşturmaktadır. Çikolatalı ürünler ithalatında Singapur ve İngiltere başı çekmekte olup, Türkiye yaklaşık %1,3'lük payıyla 13'üncü sırada bulunmaktadır. Hindistan'ın şekerli mamul ticaretinde ise yaklaşık 10 milyon dolarlık ithalatına karşılık, 36 milyon dolarlık ihracatıyla fazla verdiği görülmektedir. Şekerli ürün ithalatının yarıya yakını Çin'den gerçekleştirmektedir. 2010 yılında Hindistan'a gerçekleştirdiğimiz ihracat %63 oranında artarak 3 milyon dolara ulaşmıştır.

Hindistan'da, perakende sektörünün gelişmesiyle birlikte ambalajlı gıda maddelerine olan talep de artış göstermektedir. Bu çerçevede iç pazarda şekerli mamul satışlarının %10, çikolatalı mamul satışlarının da %22 oranında büyüdüğü tahmin edilmektedir. Çikolatalı ürünlerde, Cadbury India ve Nestlé India sırasıyla %58 ve %33'lük paylarıyla pazarı domine etmektedirler. Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation ise pazarda üçüncü konumda bulunmaktadır. Şekerli ürünlerde de Godrej Hershey Foods & Beverages ile birlikte Perfetti India ve Cadbury India pazarın %49'unu elinde bulundurmaktadır. Bu uluslararası şirketlerin yanı sıra Parle Products ve Ravalgaon Sugar Farms gibi yerel firmalar da kendi markalarıyla pazarda yer edinmiş durumdadır.

Hindistan'ın Türkiye'den önemli ölçüde bir ithalatı bulunmamakla birlikte şekerli mamuller grubunda jöleli şekerlerin, çikolata grubunda ise düşük fiyatlı kokolinlerin ihracat potansiyelinin bulunduğu düşünülmektedir. Son iki yılda Hindistan pazarında özellikle hammadde fiyatlarının artışıyla birlikte şekerli ve çikolatalı mamullerin birim fiyatlarında da artış yaşanmıştır. Şekerli ürünlerde, genel itibarıyla 0,5 rupi seviyesinde bulunan birim fiyat noktasının 1 rupi seviyesine yükselmiş olup, çikolatalı ürünlerde de yaklaşık üçte bir oranında fiyat artışı kaydedilmiştir. Üreticilerin ise bu fiyat artışlarını dengelemek amacıyla küçük ambalajlı ürünlere yönelerek fiyatlarını düşük tutmaya ve bu yöntemle daha fazla tüketiciye ulaşmaya çalıştıkları görülmektedir. Bu eğilimin göz önüne alınarak, ülkemiz açısından da küçük ambalajlı ve düşük fiyatlı ürünlerle pazara girilmesinin avantaj sağlayacağı düşünülmektedir.

Zeytinyağı

Hindistan bitkisel yağ pazarında tüketiciler çok fazla fiyata duyarlı olarak hareket ettiğinden piyasada diğer bitkisel yağlara göre üç dört katı fiyata satılan zeytinyağının tüketimi düşük düzeylerde

arasında yer alan Hindistan'da zeytinyağı ithalatının da son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir.

Hindistan bitkisel yağ pazarında tüketiciler çok fazla fiyata duyarlı olarak hareket ettiğinden piyasada diğer bitkisel yağlara göre üç dört katı fiyata satılan zeytinyağının tüketimi düşük düzeylerde kalmaktadır. Öte yandan Uluslararası Zeytin Konseyi (UZK)'nın tanıtım programları için hedef ülkeler arasında yer alan Hindistan'da zeytinyağı ithalatının da son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir.

Hindistan toplam 3,1 milyar dolarlık bitkisel yağ ithalatıyla Çin'den sonra dünyada ikinci büyük ithalatçı konumundadır. İthalatının %83'ünü palm yağı oluşturmaktadır. İthalatında önem arz eden diğer ürünler ise %11'lik payıyla soya yağı %3'lük payıyla ayçiçek yağıdır. Ülkenin bitkisel yağ ithalatı daha çok ham yağ şeklinde yapılmakta olup, ürünler ülkedeki rafinasyon tesislerinde işlendikten sonra piyasaya arz edilmektedir. Palm yağı ise sabun üretiminin yanı sıra ülkede yoğun olarak tüketilen margarin çeşidi "vanaspati" adı verilen katı yağın üretiminde kullanılmaktadır. Palm yağı ithalatında Endonezya, soya ve ayçiçeği yağı ithalatında ise rekabetçi fiyatlarıyla Arjantin ön plana çıkmaktadır. 2009 yılında Hindistan'ın zeytinyağı ithalatı 10,5 milyon dolar civarında gerçekleşmiştir. İthalatının %90'ını İtalya ve İspanya'dan gerçekleştirmektedir. Hindistan Türkiye'nin zeytinyağı ihracatında %1'lik payıyla 20. sırada yer almakta olup, bu ülkeye olan ihracatımız 2008 yılında ise %24 oranında artış, 2009 yılında ise %15,4 azalma göstermiştir. 2010 yılında artış eğilimi devam etmiş ve %33'e ulaşmıştır.

Tüketiciler arasında zeytinyağının İtalyan veya Avrupa tarzı yemeklerde kullanılabilmesi, Hint yemeklerinin ise vanaspati veya diğer bitkisel yağlarla pişirilmesi gerektiği düşüncesiyle gelişen yemek pişirme alışkanlıkları zeytinyağı tüketimini etkilemektedir. Ancak tüm dünyada olduğu gibi Hindistan pazarında da sağlıklı ürünlere olan ilginin artış göstermesi ve pazarda AB ortalamasında satın alma gücü bulunan 250-300 milyonluk bir tüketici kitlesi bulunması sebebiyle Türk zeytinyağı ihracatı açısından potansiyel olduğu görülmektedir. Bu anlamda henüz gelişmeye başlayan pazarda yer edinilebilmesi bakımından Türk zeytinyağının tanıtımına önem verilmesi pazarda yer edinebilmesi bakımından önemli görülmektedir.

► Sanayi Ürünleri ve Hizmetler İhracat Potansiyelimiz

HİNDİSTAN SANAYİ ÜRÜNLERİ İHRACAT POTANSİYELİ DEĞERLENDİRMESİ

DEMİR ÇELİK VE DEMİR ÇELİKTE EŞYA (gtip: 7208,7216)

World Steel Association'dan alınan verilere göre; 2007 yılında Hindistan 53 milyon ton ham çelik üretimi ile dünya sıralamasında beşinci sıradadır. 2007 yılında yarı ve nihai mamul ihracatı 6,5 milyon ton iken ithalatı 7,7 milyon ton olmuştur. İthalatın 730 bin tonu uzun ürünler 5,9 milyon tonu yassı ürünlere aittir. Hindistan'ın 2007 yılı ham çelik tüketimi 55 milyon ton olup kişi başına düşen ham çelik tüketimi ise 47 kg olmuştur. Yıllık nihai mamul tüketimi 49,5 milyon ton, kişi başına düşen nihai mamul çelik tüketimi ise 42 kg'dır.

Demir çelik sektöründe son dönemde yaşanan ve göz önünde bulundurulması gereken önemli gelişmelerden biri de Hintli Arcelor Mittal firmasının Türkiye'deki faaliyetleridir. Hindistan'ın ve dünyanın önde gelen demir-çelik şirketi Arcelor Mittal, 2008 yılında Türkiye'nin en büyük çelik firmalarından olan Erdemir hisselerinin %24,99'luk hisselerini satın almıştır. Arcelor Mittal, aynı zamanda Türkiye'deki paslanmaz çelik şirketi Uginox Sanayi ve Ticaret AŞ'nin Primex'e ait %35 hissesini de satın alarak şirketin tam kontrolünü almıştır. Uginox, firması ağırlıklı olarak otomotiv ve beyaz eşya sektörüne paslanmaz çelik üretimi yapmaktadır. Arcelor Mittal firması, 2008 yılında 101 milyon tonluk ham çelik üretimiyle dünya sıralamasında ilk sıradadır.

Hindistan 2008 yılında 7208(demir/çelik sıcak hadde yassı mamulleri-genişlik 600mm. fazla) grubunda yer alan 3 milyar dolarlık ithalatın yaklaşık yarısı Çin ve G. Kore'den yapılmıştır. Ukrayna, Rusya ve Japonya diğer önemli tedarikçiler olmuştur. Türkiye bu sıralamada on üçüncü sırada yer almakta olup, pazardan aldığı pay %1,7'dir. 7208 ürün grubunda Hindistan'ın ithalatı 2008 yılında % 5 artış gösterirken, dünya ithalatındaki payı %3,62 olmuştur.

2009 yılında Türkiye'nin 7208 grubunda Hindistan'a ihracatı %36 artış göstermiştir. Bu grupta ihracatın en fazla olduğu ürün 720836 gtip'li yassı ürünler olmuştur.

Türkiye'nin demir çelik yassı mamul üretimi henüz iç talebi karşılamamaktadır. 2008 yılı itibariyle Türkiye'nin görünür yassı çelik tüketimi yaklaşık 10 milyon tondur. Yassı mamul ihtiyacın 4,1 milyon tonu yerli üretimden kalan 7,2 milyon tonu ithalat ile karşılanmıştır. Ancak son yıllarda Türk demir çelik sanayinde yassı mamul üretimine dönük yeni yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Özellikle 3,5 milyon ton/yıl yassı mamul üretim kapasitesine sahip İsdemir'in Ağustos 2009'da üretime geçmesiyle Türkiye'nin toplam yassı mamul üretim kapasitesi 11,3 milyon tona ulaşmıştır. Önümüzdeki yıllarda Türkiye'nin yassı mamul ihracat potansiyelinin artması beklenmektedir.

Hindistan, 2008 yılında 50 milyon dolar değerinde demir çelik profili (gtip:7216) ithalatı gerçekleştirmiştir. İthalatın yaklaşık %50'si Ukrayna ve Japonya'dan yapılmıştır. Çin, Almanya ve G. Afrika diğer önemli tedarikçiler olmuştur. 2008 yılından Hindistan'ın ithalatı bir önceki yıla göre %5 artmış ve dünya ithalatındaki payı %0,21 olmuştur. 2004-2008 döneminde Hindistan'ın profil ithalatı %13 oranında azalmış, aynı dönem Türkiye'nin Hindistan'a ihracatı yıllık ortalama %17 oranında artmıştır.

2009 yılında Türkiye'nin demir çelik profil ihracatı toplamda %42 oranında artarken; Hindistan'a olan ihracat %905 gibi çok büyük bir artış göstermiştir. Ancak bu artış eğilimi, 2009 yılında tersine dönmüş ve %68 düşüş görülmüştür.

Dünyanın hızlı gelişen ekonomileri içinde yer Hindistan pazarında Türkiye'nin özellikle inşaat demiri, demir çelik profil ve yassı ürünlerde ihracat potansiyeli yüksektir. Türkiye'nin bu ürünlerde pazar payını daha da artırma imkanı bulunmaktadır.

MÜTEAHHİTLİK ve İNŞAAT SEKTÖRÜ

Hindistan dünyada en hızlı büyüyen ekonomiler arasındadır. 2009 mali yılında %7,1 oranında büyüme kaydetmiştir. Önümüzdeki dönemde de Hindistan ekonomisinin üç-dört kat büyümesi beklenmektedir. Hindistan dünyadaki ekonomik krize rağmen büyüme yolundaki yapısı, güçlü demokratik profili ve büyüyen iç talebi ile yerli ve yabancı yatırımcılar için fırsatlarla doludur.

Dünyadaki ekonomik yavaşlamaya rağmen, Hindistan inşaat sektöründe çok büyük bir gerileme yaşanmamıştır. Sektör, tarım sektöründen sonra ikinci büyük istihdam alanıdır. Sektörde, 18 milyon kişi doğrudan, 14 milyon kişi dolaylı olmak üzere toplam 32 milyon kişi istihdam edilmektedir. Müteahhitlik sektörünün 2008-09 mali yılında (1/4/2008-31/3/2009) %6,7 oranında büyüdüğü belirtilmektedir. Geçen on yıllık sürede sektörün daha çok fiziksel alt yapı hizmetlerine odaklandığı görülmektedir. Ekonomik büyümenin açık bir göstergesi olarak giderek artan inşaat faaliyetleri, ulaştırma, sulama, konut, kentsel gelişim alanlarında olmuştur.

11. Kalkınma Planı, (2007-08, 2011-12 mali yıllarını içermektedir) çerçevesinde inşaat sektöründeki yıllık talebin %8,9 oranında büyümesi ve sektörün 2,5 milyon kişiye ilave iş olanağı sağlaması öngörülmektedir. Alt yapıdaki gelişme gibi, diğer madencilik alt yapısı, otoyol sanayisi, limanlar, demiryolları, hava alanları, enerji sistemleri, sulama ve tarım sistemleri, telekomünikasyon, hastaneler, okullar, ofis ve diğer binalar, kentsel alt yapı, su kanalizasyon ve kırsal alt yapı gibi alanlara da müteahhitlik sektöründeki gelişmelerin yansıtıldığı görülmektedir.

Müteahhitlik sektöründeki yatırımlar; Hindistan GSYİH'nin %11'ini ve gayrisafi sabit sermaye oluşumunun (GFCF) ise % 50'sini oluşturmaktadır. Müteahhitlik sektörü; altyapı çalışmaları, sanayiye ait inşaat faaliyetleri ve konut-ticari yapılar olmak üzere üç alandaki çalışmaları kapsamaktadır.

Hindistan'ın kaliteli dünya standartlarında konut talebi giderek artmaktadır. Konut kredilerindeki ve kredi vergi oranlarındaki indirimler dolayısıyla talebin artmaya devam etmesi beklenmektedir. Hindistan hükümeti 2005-06 mali yılından başlamak üzere 7 yıllık dönemde, 63 şehirde 24.804 milyon doları tutarında kentsel altyapı geliştirme projesi başlatmıştır. Hindistan'ın en büyük perakende firması Pantaloon, önümüzdeki yıllarda 7.620.000 m2 üzerinde yatırım yapmayı planlamaktadır. 2009 yılında emlak sektöründe toplamda 117 milyar dolar civarında yatırım yapılması tahmin edilmektedir.

Sanayiye ait inşaat faaliyetleri, 2005-2007 arasında sektördeki yatırımlar ile iki kat artmıştır. Önümüzdeki yıllarda da petrol ve gaz, çelik, çimento, petrol kimya, gübre alanlarında yatırımların artması beklenmektedir. Hindistan'ın karayolu ağı dünyadaki ikinci büyük ağıdır. Ülkenin birçok bölgesinde yol, köprü, üst geçit, su, kanalizasyon, atık sistemleri gibi pek çok alanda altyapı çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Birçok şehirde hızlı raylı ulaşım ve demiryolu ulaşım sistemi planlanmaktadır.

11. Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde alt yapı sektörüne 320 milyar ABD Doları yatırım yapılması öngörülmektedir. Hindistan Alt Yapı Sektör Komite Başkanlığına bazı temel sektörlerle aşağıdaki gibi yatırım yapılması öngörülmektedir.

- Modernizasyon, otoyol ve geliştirme için 45 milyar ABD Doları,
- Sivil havacılık için 8 milyar ABD Doları,
- Limanlar için 10 milyar ABD Doları,
- Demiryolları için 62 milyar ABD Doları,

Hindistan Maliye Bakanlığı'na açıklanan 2009-10 yılı geçici bütçe rakamlarına göre önümüzdeki beş yıl içinde 500-600 milyar doları demiryolu, hava alanları, limanlar, üst geçit vb. alt yapı alanlarına yatırım yapılması öngörülmektedir.

Maliye Bakanlığı "2010 COMMON WEALTH" oyunları için yalnızca Delhi'de dünya standartlarında altyapı yatırımlarının devamı için 1 Nisan 2009- 31 Mart 2010 bütçesinde 714 milyon dolar harcama öngörmektedir. Yatırımlar metro hizmetleri, 17 adet üst geçit, yeni spor stadyumları, eski stadyumların yenilenmesi, vb. alanları kapsamaktadır.

Altyapı projeleri için hükümet-kamu özel sektör ortaklıkları (PPPs) şeklinde çok çeşitli projeler uygulanmaktadır. Yatırımcıları teşvik etmeye yönelik bu projelerden bazıları:

- Yap-İşlet-devret (BOT),
- Yap-Sahip Ol-İşlet-Devret (BOOT),
- Yap-Sahip Ol-Kiralama-Devret (BOLT),
- Tasarla-Yap-Finanse Et-İşlet (DBFO),

sistemleridir.

Müteahhitlik ve alt yapı hizmetlerinde özellikle demiryolu, havalimanları ve benzeri alanlarda bu modeller tercih edilmektedir.

Diğer taraftan, Özel Ekonomik Bölge (SEZs) uygulamalarına başladığından bu yana Hindistan'da 150 SEZs onaylanmıştır. Ticaret ve Sanayi Bakanlığı, SEZs yatırımlarının 2009 yılında 22,22 milyar dolara ulaşmasını öngörmektedir.

Hindistan'da yoğun iş saatlerinde %12 oranında enerji yokluğu yaşanmaktadır. 2012 yılına kadar enerji, üretim, iletim, dağıtım, alanlarına 113.000 MW ek kapasite ile 200 milyar dolar yatırım yapılması tahmin edilmektedir.

Sektördeki büyümeye bağlı olarak çimento, demir-çelik, boya, kimya vb. birçok inşaat malzemesi

sektörüne de rayda sağlaması beklenmektedir. Sektöre bağlı imalat sektörünün yıllık toplam büyüklüğü 39,53 milyar, inşaat malzemeleri pazarı 21,61 milyar dolardır.

Hindistan alt yapı çalışmaları ve buna bağlı olarak inşaat sektörünün hızlanmasıyla birlikte Türk firmaları için potansiyel arz etmeye devam edecektir.

İŞLENMİŞ DOĞAL TAŞLAR (gtip: 6802)

Doğal taşların başlıca kullanım alanı inşaat sektörüdür. Bu nedenle Hindistan inşaat sektörünün gelişimi, doğal taş alımında kilit rol oynamaktadır. İnşaat sektörü, küresel ekonomik krizin etkisiyle 2008-2009 döneminde dünya genelinde daralma gösterse de Hindistan inşaat sektöründe büyük bir gerileme yaşanmamıştır. Hindistan hükümeti tarafından açıklanan yapılması planlanan altyapı çalışmaları, konut ve ticari yapı inşaat faaliyetleri önümüzdeki dönemlerde bu bölgenin hem Türk müteahhitlik firmaları için hem de doğal taş gibi inşaat malzemeleri ihracatı yapan firmalar için önemli bir pazar olacağını düşündürmektedir.

Hindistan 2008 yılında 84 milyon dolarlık işlenmiş doğal taş ithalatı yapmıştır ve dünya ithalatındaki payı %0,79'dur. İthalatta Çin(%23,3), Umman(%16)ve İtalya(%14,2) ilk üç sırayı paylaşmıştır. Türkiye, %7,8'lik pazar payı ile beşinci sırada yer almaktadır.

Türkiye'nin 2009 yılında Hindistan'a gerçekleştirdiği işlenmiş doğal taş ihracatı aynı kalmıştır.. İhracatta öne çıkan ürünler 680291 gtip numarasında yer alan işlenmiş/yontulmuş mermer-traverten-su mermeri grubu olmuştur.

Türkiye'nin doğal taş üretimi konusunda dünya ticaretindeki önemi, hızlı büyüyen Hindistan ekonomisi, kalabalık nüfusu ve konut talebi, yapılması planlanan altyapı çalışmaları düşünüldüğünde Hindistan pazarının önemini sürdüreceği düşünülmektedir.

BLOK MERMER VE TRAVERTEN(gtip:2515)

Hindistan 2008 yılında 86 milyon dolarlık ham-blok doğal taş ithalatı yapmıştır ve dünya ithalatındaki payı %4,63'dür. Hindistan'ın ithalatında İtalya, Türkiye ve Mısır ilk üç sırayı paylaşmıştır. Türkiye'nin Pazar payı %36'dır.

Türkiye'nin 2008 yılında Hindistan'a gerçekleştirdiği ham-blok doğal taş ihracatı %18 artarak 29 milyon dolara ulaşmıştır. İhracatta öne çıkan ürünler 251511 gtip numarasında yer alan ham-blok mermer-traverten-su mermeri grubu olmuştur.

METALİK CEVHERLER (gtip: 2602, 2603, 2610)

Hindistan doğal kaynaklar bakımından çok zengin bir ülke değildir. Bu yüzden doğal kaynak ihtiyacı fazladır. Hindistan'daki en önemli madenler kömür, demir ve boksittir. Hindistan'ın geniş demir ve boksit rezervlerine ilaveten önemli miktarda mika, manganez, dolomit, kireç taşı, kromit, manyezit, apatit ve fosforit üretimi vardır.

Metalik cevherler arasında yer alan krom, özellikle metalürji, kimya, refrakter ve döküm sanayilerinin ana hammaddesidir. Endüstride yaygın olarak kullanılan bakırın başlıca kullanım alanları, elektrik-elektronik, inşaat, ulaşım, kimya, kuyumculuk ve boya sektörleridir. Manganez cevherinin %90-95'lik bölümü demir çelik sanayinde geri kalan bölümü de kimya sanayinde kullanılmaktadır. Metalik cevherler sanayinin ana girdisidir. Bu özellikleri nedeniyle dünyada metalik cevherlere olan talep, her zaman yüksek olmuştur. Dünya talebi hızla artarken, arz sınırlı kaldığı için metalik cevher fiyatları hızla artmıştır. Ancak 2008 yılında yaşanan global ekonomik kriz madencilik sektörünü de etkilemiştir. Türkiye'nin maden ihracatında önemli yer tutan bakır, çinko, alüminyum, kurşun, nikel ve kalay gibi metalik madenlerin değeri, yarıya yakın düşerek 3-4 yıl önceki fiyatlara gerilemiş, ama 2009 yılının ikinci yarısında tüm metal cevherleri fiyatları tekrar artmıştır. Türkiye dünya krom üretiminde %6'lık payı ile dikkat çekmektedir. Türkiye'nin bilinen rezerv miktarı 25 milyon tondur.

Hindistan, dünya krom cevheri ithalatında %0,73'lük pay ile 11. sırada yer alırken krom cevheri ihracatında dördüncü sıradadır. Kromit cevheri üretiminde dünyadaki önemli üreticilerden biri olan Hindistan, Güney Afrika gibi dünya krom piyasasında söz sahibidir.

Hindistan'ın toplam krom cevheri ve konsantreleri ithalatı, 2008 yılında 29 milyon dolar olmuştur. İthalat yapılan ülkeler, Umman, Türkiye, G. Afrika ve BAE'dir. Türkiye'nin Hindistan'a gerçekleştirdiği krom cevheri ihracatı, 2009 yılında bir önceki yıla göre azalma göstererek 1 milyon dolara gerilemiştir. Hindistan krom cevheri konusunda önemli bir üretici olmasına rağmen dünyadan gerçekleştirdiği ithalat artmaya devam etmektedir. Paslanmaz çelik sektörlerindeki gelişmeler ve Türkiye'nin krom cevheri üretim kapasitesi göz önünde alındığında Hindistan'ın uzun vadede ülkemiz için potansiyel arz etmeye devam edeceği düşünülmektedir.

Hindistan, dünya manganez cevheri ithalatında %6,17'lik pay ile 3. sırada yer almaktadır. Hindistan'ın ithalatı 2004-2008 yılları arasında ortalama %101'lik artış gösterirken, 2007-2008 döneminde %436 artış görülmüştür. Hindistan'ın önemli miktarda ithalat yaptığı ülkeler G. Afrika, Avustralya ve Gabon olurken; Türkiye bu sıralamada %0,9'luk pazar payı yedinci sırada yer almıştır.

Hindistan, dünya bakır cevheri ve konsantreleri ithalatında %12,21'lik pay ile 3. sırada yer almaktadır. Hindistan'ın ithalatı 2007-2008 döneminde %1 azalma göstermesine rağmen 4,3 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Hindistan'ın önemli miktarda ithalat yaptığı ülkeler ve pazar payları Şili(%36,5), Avustralya(%19,8), Brezilya(%7,7), Endonezya(%6,6) ve Peru(%5,9)olarak sıralanmaktadır. Türkiye bu sıralamada %0,7'luk pazar payı on üçüncü sırada yer almıştır. 2009 yılında Türkiye, Hindistan'a 13milyon dolarlık bakır cevheri ihracatı yapmıştır.

OTOMOTİV ANA VE YAN SANAYİ (Ana sanayi GTİP: 8701, 8702, 8703, 8704, 8705, 8709) (Yan sanayi GTİP: 4011, 4012, 4013, 40169930, 40169952, 681310, 7007, 700910, 8407, 8408, 8409, 841330,

841581, 841582, 841583, 842123, 842131, 8482, 8483, 8484, 8507, 8511, 8512, 8706, 8707, 8708, 940120)

Hindistan otomotiv sektörü kısa süre öncesine kadar gelişimini engelleyen sıkı kurallara bağlı idi. 1990'larda sektördeki devlet denetimi kalkmış ve otomobil üreticilerine faaliyetlerini geliştirme imkanı doğmuştur. Hükümet, sektördeki istikrarlı büyümeyi artırmak için son yıllarda iki defa tüketim vergilerini indirmiştir. Genel anlamda tarifeler yüksek olmakla birlikte; yönetim araştırma ve geliştirme gibi uzun dönemli büyümeye yönelik faaliyetler için vergilendirmede kolaylıklar sağlamaktadır. Bu gelişmeler ile hükümet ülkeye yatırım çekmek konusundaki tavrını belirlemiştir. Hindistan'ın büyük şehirlerindeki yoğun kirlilik sorununu takip eden hükümet, Avrupa'daki emisyon düzenlemelerini benimsemek üzere çalışmalarda bulunmuş ve alternatif yakıt geliştirme konusunu desteklemiştir. Bu bağlamda, Euro IV kurallarına benzer Bharat Safha IV emisyon kuralları ülkenin bazı şehirlerinde Nisan 2010 itibarıyla uygulanmaya başlayacaktır. Yönetim ayrıca otomotiv sektörü için 10 yıllık bir plan başlatmıştır. Adı "Otomotiv Eylem Planı (Automotive Mission Plan) 2006-2016" olan bu programın amacı Hindistan'ın küresel bir otomotiv merkezi olmasına yardımcı olmaktır. Bu planın hedefi Hindistan otomotiv sektörü için 2016 yılında 145 milyar dolarla mevcut rakamı beşe katlamaktır.

Üretim

Güçlü bir araç pazarı ve karlı bir ihracat üssü olarak Hindistan'ın potansiyeli, 1990'lı yıllarda yerel ortaklar ile ülkeye girmiş ve sayıları giderek artmakta olan uluslararası araç üreticilerinin dikkatini çekmektedir. Otomotiv sektöründeki de regülasyon sonrasında yabancı üreticilerin büyük çoğunluğu yüzde yüz iştirakler yoluyla ülkede faaliyet göstermektedir. Üretim büyük kısmı yerel üreticilerin elinde olsa da Güney Koreli otomobil üreticisi Hyundai üst sıralara yükselmiştir. Bu eğilimin önümüzdeki birkaç yıl içerisinde daha da belirgin hale gelmesi beklenmektedir.

Hindistan'da araç üretimi son yıllarda oldukça artarak toplam üretim 2003-2007 yılları arasında %89 oranında yükselmiştir. Aynı süreçte Hyundai, General Motors (GM), Honda ve Toyota gibi ana yabancı oyuncular ülkede önemli üretim faaliyetlerine başlamıştır. Ancak, bölgesel ve küresel otomotiv pazarlarındaki taleplerdeki ciddi düşüşe bağlı olarak 2008 yılında üretim oranı önemli ölçüde azalmıştır. 2008'de patlak veren küresel mali kriz pazarda faaliyet gösteren hem yerli hem de yabancı otomobil üreticilerini vurmuştur. Maruti, Tata Motors, Toyota ve Ashok Leyland gibi otomobil üreticileri tesislerini kapatmış ve yatırım planlarını erteleyerek üretimi azaltmıştır.

Hafif ve ağır ticari araç pazarları, finansmanındaki kısıtlamalardan dolayı 2008 yılında ani düşüslere tanık olmuştur; bu da üretimde kesintiye yol açmıştır. Ancak, ağır ticari araçların 2009'da düzelmesi beklenirse de Tata Nano gibi binek otomobil pazarındaki yeni ürünler Hindistan ve küresel ekonomiler istikrara ulaştıkça 2009 yılında satışları önemli ölçüde artıracaktır.

Hyundai (i10 ve i20), Maruti (A-Star), Nissan ve General Motors (Spark) gibi orijinal ekipman üreticilerinin Hindistan'daki yatırım stratejilerinde ihracat kilit öneme sahiptir.

Hindistan'da üretilen otomobil markaları ve 2008 yılındaki pazar payları; Maruti %53,5, Hyundai %18,8, Tata %12,3, Honda %4, Ford %3,9, Chevrolet %2,2, Renault %1,4, Skoda %1,3, Hindistan Motors %0,7, Toyota %0,4 olarak sıralanmıştır.

Hindistan'da hafif ticari araçlar üreten firmalar ve 2008 yılındaki pazar payları; Tata %42,7, Mahindra&Mahindra %35,2, Toyota %10, Chevrolet %3,5, Force Motors %3,4, Piaggio %2,2, Maruti %1,4, Eicher Motor %0,9, Sonalika %0,7, Hindustan Motors %0 olarak sıralanmıştır.

Hindistan'da kamyonet üreten firmalar 2008 yılında sektördeki pazar payları; Tata %60, Ashok Leyland %27,5, Eicher Motor %7,2, Swaraj Mazda %3,7, Asia Motor %0,9, Volvo %0,6, Mercedes-Benz %0,1, Scania %0,1 olarak sıralanmıştır.

Araç sayısı ve yoğunluğu

Hindistan'da binek otomobile sahip olanların oranı, 1000 kişiye yedi araba düşecek şekilde dünya ortalamasına göre en düşük seviyededir. İki ve üç tekerlekli araçların süregelen popülerliği bu yüzdendir. Ancak bu durumun, ülkede birçok otomobil üreticisinin aile arabası sınıfıyla ilgilenmesi sonucu ekonomik krizle azalan satışlara rağmen değişeceği yönündedir. Ekonomik kriz göz ardı edilirse uzun vadede artan net gelirler, ULC (çok düşük maliyetli) sınıfında yeni çıkan ürünler ve gelişmiş altyapı araba sayısında artışa yön verecektir.

Araç satışları

Hindistan'daki yeni motorlu araç piyasası milenyumuna girildiğinden beri büyük değişiklik göstermiştir. Hafif araç satışları 2003/04 mali yılında 1 milyon adedi geçmiştir. Kademeli olarak artan gelir seviyesi, daha çok artan finansman olanağı ve gelişen altyapı tüketici talebini yükseltmiştir. Satışların istikrarlı bir hızla artacağı tahmin edilmektedir. Bunun yanı sıra, ticari araç satışları da yükselmiştir. Ancak kısa süre önce piyasanın büyümeye devam etmesine rağmen, enflasyon baskıları faiz oranlarını ve yaşam masraflarını yükselttiğinden bu büyümede yavaşlama görülmüştür. Tata Nano model aracın üretim sahasının Batı Bengal'den Gucarat'a kaydırılması kararının ardından bu modelin tam üretiminin geciktirilmesiyle çok düşük masraflı Tata Nano modelinin tanıtımından sonra gelecek satış patlamasında erteleme olmuştur. 2008 yılının sonlarında Hindistan pazarı küresel durgunluktan etkilenmiş ve 2009'da tüm sınıflardaki satışların düşeceği öngörülmüştür. Nano modelinin yılın ikinci yarısından itibaren A-sınıfı satışları artıracığı beklenmektedir.

Yedek parça tedarikçileri

Hindistan'da araç talebi ve otomobil üreticileri tarafından yapılan yatırımlar arttıkça yedek parça endüstrisi de büyümektedir. Yerli firmalar, ülkede sağlam bir yer edinmeye çalışan yabancı satıcılarla kurdukları ilişki sayesinde, gelişmeye devam etmektedir. Ülkede büyük çapta gerçekleşen oto yedek parça satışının potansiyeli ve düşük üretim maliyeti, daha fazla kar edebilme imkanı sunduğundan yabancı orijinal ekipman üreticilerini cezp etmektedir. Ancak, 2008'in son çeyreğinde başlayan küresel

mali krizle birlikte otomotiv sektöründeki durgunluğun bir sonucu olarak tedarikçiler de baskı altına girmiştir. Birçok araç üreticisi üretim planlarını durdurmaya ve genişleme planlarını frenlemeye devam ettiğinden yakın zamanda bir büyüme dönemi beklenmemektedir. Tata Motors'un tedarikçileri için bu durum, Nano projesinin Singur'dan Sanand'a transferiyle daha da kızışmıştır. Singur'da yatırım yapmış olan 55 satıcı, kayıplarının büyük bir bölümü Tata tarafından karşılanacak olsa da, arazi ve inşaat masrafları nedeniyle neredeyse 7 milyar Rupı zarar etmiştir.

Araç Vergilendirme (İthalat Vergileri ve Kısıtlamaları dahil)

- Hindistan'a ithal edilen tüm ürünlere eğitim vergisi uygulanmakta olup; gümrük vergilerinin toplamının %3'ü oranında belirlenmektedir.
- Küçük binek otomobillerinin tüketim vergisi Nisan 2008'de %14 oranına düşürülmüştür. Otobüs ve şasilerde tüketim vergisi %16'dan %12'ye düşürülürken, hibrid otomobillerdeki tüketim vergisi ise %24'ten %14'e indirilmiştir. Çeliğin gümrük vergisi ise %5'ten sifıra indirilmiştir.
- Başka bir yerde montaj edilmek üzere demonte parçalardan oluşan (CKD) parçaların ithalatındaki toplam efektif vergi %44 iken bir kısmı montajlı ama tam mamul haline gelmemiş parçaların(SKD) ve tamamen monte edilmiş (CBU) parçaların oran yaklaşık %164'tür.
- Çoğu otomotiv parçasındaki temel gümrük vergisi %10 oranındadır.
- Gümrük ve Dolaylı Vergiler İdaresi, CBU ile aynı oranlarda vergilendirilen CKD/SKD kitleri üretim için girdi olarak sayıldığından bunların toplam ek vergi için kredi alabileceğine karar vermiştir. Ancak, eğer kitler yedi temel parçanın hepsini; yani ara montaj parçalarını (motor, vites kutusu, şasi, iletim, gövde, süspansiyon sistemi, ön/arka aks) içeriyorsa bu kitlelere gümrük vergileri açısından tamamlanmış motorlu araç muamelesi yapılmaktadır.
- Hükümetin, yakıt verimliliği Hindistan'da satılan binek otomobillerinkinden %90 daha az olan arabalara "çok yakıt tüketen" vergisi de eklemeyi düşündüğü söylenmektedir. Bu ek vergi %8 oranında olabilir, bu tür araçlara uygulanan %24'lük orana eklenebilir ve ayrıca %5'lik bir oran daha ilave edilebilir. İthalat vergileri, araca bağlı olarak değişkenlik gösterir, ancak genelde yüksektir. Hükümetin politikası, yerli üretime destek olmak için hammadde üstündeki vergi oranlarını düşürmek yönünde olmuştur.

Hindistan'ın oto ana sanayi ithalatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %59 artarak 516 milyon dolar olmuştur. İthalat yapılan önemli ülkeler; Almanya, Japonya, Güney Kore ve Slovakya'dır. Türkiye Hindistan'ın oto ana sanayi ithalatında çok gerilerde otuz üçüncü sırada yer almıştır.

Hindistan'ın oto ana sanayi ithalatında ürün bazında ilk sırada binek otomobiller yer almaktadır. Binek otomobil ithalatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %56 artarak 389 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat yapılan önemli ülkeler Almanya, Japonya ve Güney Kore'dir. Türkiye'nin Hindistan'a olan oto ana sanayi ihracatı 2009 yılında 630 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. İhraç edilen önemli ürünler toplu taşıma araçları ve traktörler olmuştur.

Hindistan'ı oto yan sanayi ithalatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %48 artarak 6,7 milyar dolar olmuştur. İthalat yapılan önemli ülkeler; Güney Kore, Almanya, Çin ve Japonya'dır. Türkiye, Hindistan'ın dünyadan oto yan sanayi ithalatında on beşinci sıradadır. Hindistan'ın en fazla ithal ettiği yan sanayi ürünleri arasında motor parçaları, dişliler-dişli sistemleri, dizel motor aksam ve parçaları, kara taşıtları için motorlar ve transmisyon milleri yer almaktadır.

Türkiye'den Hindistan'a olan oto yan sanayi ihracatı 2009 yılında bir önceki yıla göre %96 oranında artarak 55 milyon dolar olmuştur. İhracatın en fazla olduğu ürünler; dizel-yarı dizel motorlar, motor parçaları olmuştur. 2009 yılında oto yan sanayi ürünleri ihracatı on bir aylık değerlere göre azalma göstermiştir. Hindistan'a ihracatımızın fazla olduğu 8708 grubunda en önemli rakiplerimiz ve pazar payları G. Kore(%30,4), Japonya(%19,7), Çek Cumh.(%7,6), Çin(%6,9) ve Almanya(%6,7) olarak sıralanmıştır. 8409 grubunda yer alan içten yanmalı motor ve parçaları ithalatında ise Hindistan pazarındaki en önemli rakiplerimiz ve pazar payları ABD(%14,6), Almanya(%13,5), G. Kore(%10,7), Çin(%8,1) ve Japonya(%8) olarak sıralanmıştır.

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM (gtip: 5101, 5208, 5209, 6109,6203)

Hindistan'da tekstil ve hazır giyim sektörü, ekonominin ve ihracatın en önemli sanayileri arasındadır. Sektör, emek-yoğun özelliği nedeniyle, istihdama da önemli katkı sağlamakta; 35 milyon kişiyi (tekstil sektöründe 29 milyon, konfeksiyon sektöründe 6 milyon kişi) doğrudan, yan sanayiler yoluyla, 56 milyon kişiyi de dolaylı olarak istihdam etmektedir. Sektör istihdam açısından, tarımdan sonra, ikinci büyük sektör konumundadır. Sektörün, 2009 yılına kadar, 12 milyon kişiye daha iş sağlayacağı tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, 2005 yılında kaldırılan kotalardan dolayı, Hindistan'ın ihracatının 2010 yılında 50 milyar dolara ulaşması, iç piyasaya satışların da 50 milyar doları bulması beklenilmektedir.

Sektör; hazır giyim, pamuklu/sunî ve sentetik elyaftan tekstil, sunî ve filament iplik, yünlüler, ipek, el dokumacılığı, el işleri ve jüt sanayileri gibi muhtelif alt sektörlerden oluşmaktadır. Ülkede, büyük ölçekli işletmelerin yanı sıra çok sayıda küçük ölçekli işletme de bulunmaktadır. Bu firmalar özellikle tabii (pamuklu ve yünlü) iplik, ipek, el dokumacılığı ve el işleri/işlemeciliği alanlarında üretim yapmaktadır.

Hindistan, ucuz işgücü ve bol hammadde konusunda önemli bir avantaja sahiptir. Tekstil sanayinin temel girdileri olan yün, pamuk ve ipek üretiminde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır. Yıllık yün üretimi 50 bin ton olup; dünyada, beş çeşit ipek üretilen tek ülkedir ve ikinci büyük ipek üreticisidir. Yılda yaklaşık 4 milyon ton üretimle, Çin ve ABD'den sonra üçüncü büyük pamuk üreticisi ve ikinci büyük pamuk ipliği üreticisidir. Suni ve sentetik iplik sanayinde de dünyanın ikinci büyük üreticisidir. Jüt üretiminde ise ilk sırada yer almaktadır.

Hindistan'da büyük miktarda pamuk üretilmesine rağmen, üretim kalitesi tekstil sanayi için yeterli olmadığından dolayı pamuk ithalatı yapılmaktadır. Üretim girdilerinden enerji, rakip ülkelere göre oldukça pahalıdır ve işgücü verimliliği düşüktür. Teknoloji, özellikle iplik sanayinde, oldukça geri, altyapı eski ve yetersizdir.

Tekstil-hazır giyim sanayi, Hindistan'ın, uluslararası piyasada rekabet edebildiği bir kaç sektörden biridir. Ülke, 2005 yılında kotaların kaldırılmasıyla, Çin'in, diğer tekstil-hazır giyim ihracatçısı ülkelerin

aleyhine olmak üzere, ihracatını arttırmaya devam etmiştir. Ayrıca, Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne katılmasına dair protokoldeki koruma maddesine (safe guard clause) istinaden, ABD ve AB'nin Çin'e karşı başlattıkları kota uygulaması da Hindistan'ın ihracatını daha fazla arttırmasına yol açmıştır.

Hindistan'ın Türkiye'ye karşı, pamuklu iplik, dokuma ve spor giyim alanlarında rekabet üstünlüğü gözlenirken; suni ve sentetik iplikler ve bu ipliklerden mamul ürünlerde Türkiye daha avantajlı görülmektedir. Sarar, Crispino, Damat Tween gibi bazı Türk markaları seçkin mağazalarda yer almaktadır.

Hindistan'ın gtip 61 ve 62'de yer alan hazır giyim ithalatı 2008 yılında 137 milyon dolar olmuştur. Bu gruptaki örme giyim eşyalarında en büyük en büyük tedarikçi %36,4'lük pazar payına sahip olan Çin'dir. Çin, 2007-2008 döneminde Hindistan'a olan ihracatını %46 oranında arttırmıştır. Bu ülkeyi sırasıyla İngiltere, Hong Kong, İtalya ve Fransa takip etmektedir. Bu ülkelere göre ihracat artış hızı düşük kalan Türkiye, %0,9'lük pazar payı ile Hindistan'ın ithalatında on üçüncü sırada yer almıştır.

2008 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği örme tekstil ürünleri arasında en önemli pay 6109 grubunda yer alan tişört, fanila ve iç giyim eşyalarına aittir. 2008 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı %5,9 oranında azalırken, Hindistan'a yapılan ihracat %14 azalmıştır. 2009 yılında azalma devam etmiştir. Hindistan 2008 yılında gtip 6109 olan ürünleri Çin, Hong Kong ve İtalya'dan ithal etmiştir.

Hindistan'ın dokuma hazır giyim ithalatı(gtip:62) 2008 yılında %30 oranında artarak 87 milyon dolar olurken; en önemli payı 23 milyon dolarla Çin almıştır. Bu ülkeyi İtalya, Nepal, İngiltere, Hong Kong ve Fransa izlemiştir. Türkiye bu grupta %1,3'lük pay ile on altıncı sırada yer almıştır.

2009 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği dokuma hazır giyim ürünleri arasında en önemli pay 6203 grubunda yer alan erkek takım elbiselerine aittir. Hindistan 2008 yılında bu ürünleri ağırlıklı olarak İtalya, Çin ve Nepal'den ithal etmiştir. Hindistan'ın ithalatı 2007-2008 döneminde %20 artarken; Türkiye'nin ihracatı %32 azalmıştır. 2009 yılında düşüş devam etmiştir.

Hindistan'ın yün iplik-kumaş ve pamuklu iplik-kumaş ürünleri (gtip: 51 ve52) ithalatı 2008 yılı itibarıyla 1 milyar dolar olup, bunun yaklaşık %70'ini pamuklu iplik ve kumaşlar, %30'unu ise yünlü iplik ve kumaşlar oluşturmuştur. Pamuklu ürünlerin tedarikinde Çin, ABD, Mısır ve Pakistan ön sıralarda yer alırken, yünlü iplik ve kumaşların tedarikinde ise Avustralya, Yeni Zelanda, Çin ve G. Afrika başlarda bulunmaktadır.

2008 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği pamuklu ve yünlü iplik- kumaş ürünleri arasında 5209 grubunda yer alan denim kumaşı ve 5208 grubunda yer alan pamuklu kumaşlar önemli paya sahiptir. 5209 grubunda Hindistan'ın ithalat yaptığı ülkeler başlıca ülkeler Çin, Pakistan ve %19,8'lik payı ile Türkiye'dir. 5208 grubunda Hindistan'ın ithalat yaptığı başlıca ülkeler Çin, Hong Kong, İtalya ve Romanya olup; Türkiye %3,6'lık pazar payı ile altıncı sırada yer almıştır.

Tekstil sanayi, Hindistan'ın, uluslararası piyasalarda güçlü olduğu sektörler arasında yer aldığı için her türlü iplik ve kumaşa ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle Türk firmalarının Hindistan pazarında tüm tekstil, hazır giyim giydilerinde ve tekstil ve hazır giyim ürünlerinde ihracat potansiyeli olduğu düşünülmektedir.

MADEN İŞLEME MAKİNELERİ (gtip: 8474)

Hindistan 2008 yılında 8474 grubunda 599 milyon dolarlık maden işleme makineleri ithalatı yapmıştır. İthalatta öne çıkan ürün grupları metal cevherlerini kırma/öğütme mahsus makineler, toprak, taş, cevher vb. ayıran, yıkayan makinenin parçalarıdır. Hindistan 2008 yılında 190 milyon dolar değerinde kırma-öğütme makineleri ve 174 milyon dolar değerinde toprak, maden, cevher taşıma, ayırma, seçme makineleri ithal etmiştir. Hindistan'ın maden işleme makinesi ithalatı 2008 yılında bir önceki seneye göre %53 artmıştır. Hindistan'ın en fazla maden makinesi ithal ettiği ülkeler ve pazar payları Almanya %24, Çin %21,8, İngiltere %15,7, İtalya %6,1'dir.

Türkiye Hindistan pazarına 2009 yılında 1 milyon dolar değerinde toprak, maden, cevher taşıma, ayırma, seçme makineleri ihraç etmiştir. 2009 yılında Türkiye Hindistan'a en fazla maden işleme makinesi ihraç eden ülkeler arasında pazardan %0,4 gibi oldukça düşük bir pay almıştır..

BEYAZ EŞYA (gtip: 8422, 8450)

Hindistan, 2008 yılında 190 milyon dolarlık beyaz eşya ithalatı gerçekleştirmiştir. İthalatta öne çıkan tedarikçi ülkeler, Çin, G. Kore ve Türkiye olmuştur. Hindistan'ın beyaz eşya ithalatında öne çıkan ürünlerden bazıları ve ithalat değerleri; mikro dalga fırınlar-40 milyon dolar, buzdolapları-23 milyon dolar, çamaşır makineleri-24 milyon doları, fırınlar ve ocaklar-21 milyon dolar olarak sıralanabilir.

2009 yılında Türkiye'nin Hindistan'a gerçekleştirdiği beyaz eşya ihracatında öne çıkan ürünler 8422(yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makineler) ve 8450(çamaşır makineleri) olmuştur.

2009 yılında Türkiye Hindistan'a ihraç ettiği çamaşır makineleri arasında ilk sırayı kapasitesi=<10 kg olan otomatik çamaşır yıkama makineleri almıştır. Bu grupta Hindistan'ın en önemli tedarikçileri ve pazar payları Çin(%69,5), Türkiye(%9,1), İtalya(%8,6) Tayland(%4), G. Kore(%2,3) olarak sıralanmıştır. İkinci önemli tedarikçi konumunda olan Türkiye, 2009 yılı verilerine göre Hindistan'a olan ihracatını arttırmıştır.

8422 grubunda Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği en önemli ürün ev tipi bulaşık yıkama makineleri olmuştur. Türkiye'nin ihracat değeri 2007-2008 yılları arasında %48 artarken, Hindistan'ın dünyadan ithalatı %56 artış göstermiştir. 2009 yılında ihracatta artış eğilimi devam etmiştir. 2008 yılında Hindistan'ın bulaşık yıkama makinesi ithal ettiği önemli ülkeler ve pazar payları Almanya(%23,2), İtalya(%19,8), Fransa(%6,1), Avusturya(%5,9), İsviçre(%5,9) olarak sıralanmıştır.

Hindistan'ın artan nüfusu ve gençleri ekonomisiyle Asya'nın yeni yazarı olmaya adaydır. Ekonomisinin büyümesi beraberinde refah düzeyinin yükselmesi ve kişi başı gelirin artmasına yardımcı olacaktır. Türkiye'nin Avrupa'ya beyaz eşya ihracatındaki başarısı da göz önüne alındığında uzun vadede Hindistan'ın potansiyel pazar olacağı düşünülmektedir.

TAKIM TEZGAHLARI

Takım tezgahları, metalleri çeşitli yollarla işleyen ve imalat sanayinin ana girdilerinden birini oluşturan makine ve ekipmanlardır. Sektörün ürünleri başlıca iki kategoriye ayrılmaktadır:

- i) Talaşlı İşleme Tezgahları.
- ii) Metal Şekillendirme Tezgahları.

Talaşlı işleme tezgahları arasında yer alan başlıca ürünler: Lazer, foton, ultrasonik, elektro-erozyon yöntemiyle maddeleri aşındırarak işleyen makineler; metal işleme merkezleri, tek ve çok istasyonlu tezgahlar; torna tezgahları; delme, freze, rayba tezgahları; bileme, taşlama, cilama tezgahları; dişli, yiv vb. açma ve testere ve broş tezgahlarıdır.

Metal şekillendirme tezgahları ise: Metalleri kesme, dövme, katlama, kavislendirme vb yoluyla işleyen makine ve presler; çubuk, profil, boru tel çekme tezgahları, vida, civata, tel işleme makineleridir.

Diğer tezgahlar: Taş, beton, seramik, soğuk cam, beton işleyen makineler, testereler cilama vb. makineleri; ağaç, mantar, seramik, sert plastik ve kauçuk işleyen makineler (testereler, kalıp-freze makineleri, parlatma-taşlama makineleri, bükme-birleştirme makineleri, delik açma-zıvanalama makineleri, yarma-dilme-yapraklama makineleri); takım tezgahlarının aksam ve parçalarıdır.

Metal şekillendirme-kesme makine ve presleri (gtip: 8462)

Hindistan 2007 yılında 404 milyon dolar değerinde, 2008 yılında ise 623 milyon dolar değerinde "metal şekillendirme-kesme makine ve presleri" ithalatı yapmıştır. 2008 yılında ithalat %54 artmıştır. İthalatta ilk beş ülke Japonya, Almanya, Çin, İtalya ve G. Kore olarak sıralanmıştır.

Türkiye söz konusu üründe 2009 yılında Hindistan'a 2 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. İhracat değeri 2008-2009 döneminde %16 artmıştır..

ATEŞE DAYANIKLI ÇİMENTOLAR, HARÇLAR (gtip: 3816)

2008 yılında Hindistan 51 milyon dolarlık refrakter çimento ithalatı yapmıştır. Hindistan'ın dünya ithalatındaki payı %2,4'tür. 2007-2008 döneminde Hindistan'ın ithalatı %54 oranında artarken aynı dönemde Türkiye'den yapılan ihracat %63 oranında artmıştır. 2008 yılında Hindistan'ın refrakter çimento ithal ettiği başlıca ülkeler Avusturya, Çin, İtalya ve ABD olmuştur. Türkiye bu sıralamada %7,6'lık pazar payı ile beşinci sırada yer almıştır. 2008 yılında Türkiye'nin Hindistan'a refrakter çimento ihracatı 3 milyon dolar olurken; 2009 yılında ihracat bir önceki yılın aynı dönemine göre artmıştır.

POMPA KOMPRESÖR (gtip: 8413)

Pompa kompresör sektörü içinde yer alan sıvılar için pompalarda (gtip:8413) 2008 verileri ile Hindistan'ın toplam ithalatı 713 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Hindistan'ın pompa ve kompresör ithalatı sürekli bir artış eğilimindedir. Söz konusu ürüne ait ithalat değeri 2004-2008 yılları arasında ortalama %70, 2007-2008 döneminde ise %30 artış göstermiştir.

Türkiye'den Hindistan'a yaptığı pompa ihracatı 2008-2009 döneminde %41 oranında azalırken; Hindistan'ın aynı dönemde dünyadan yaptığı ithalat artmıştır. 8413 grubunda Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ürünler; beton pompaları, yağ dağıtım pompaları ve bu pompaların parçalarıdır.

Pazara hakim ülkelere bakıldığında sıvı pompaları için %10'luk pay ile Çin ilk sırada yer almaktadır. ABD, S. Arabistan, BAE ve İran diğer önemli ihracatçılarıdır. Türkiye ise sıvı pompaları için sektörde %0,52 pay ile 28. sırada yer almaktadır.

TEKSTİL MAKİNELERİ (gtip:8446, 8451)

Hindistan 2007 yılında 264 milyon dolar değerinde, 2008 yılında ise 230 milyon dolar değerinde dokuma tezgahı ithalatı yapmıştır. 2008 yılında ithalat %13 artmıştır. İthalatta ilk beş ülke ve pazar payları; Belçika(%26,2), Japonya(%16,3), İtalya(%14,6), Almanya (%14,5) ve İsviçre (%12) olarak sıralanmıştır.

Türkiye söz konusu üründe 2009 yılında Hindistan'a 5milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. İhracat değeri 2004-2008 döneminde ortalama %13'lik azalma gösterirken, 2008-2009 döneminde %4 artmıştır.

Türkiye'nin, 2009 yılında Hindistan'a ihraç ettiği tekstil makineleri arasında 8451(dokuma maddelerini yıkama, kurutma, ütüleme makine ve cihazları) gtip nolu ürünler bulunmaktadır. Bu ürün grubunda ihracatın fazla olduğu ürünler 845140 grubunda yer alan yıkama-ağartma makineleridir. Bu ürün grubunda Hindistan'a ihracatımız, 2008-2009 döneminde %6 artmıştır. Hindistan'ın başlıca yıkama-ağartma makineleri tedarikçileri ve pazar payları Almanya(%30,4), İtalya(%21,8), İsviçre (%13,3), Çin(%9,5), ve ABD(%3,2) olarak sıralanmıştır.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uygulu Gümrük Oranları
Maden ve Mineraller	2603	Bakır cevheri ve konsantreleri	3.032	39	483	12,21	200	-30	0	20	Şili(%36,5), Avusturalya(%19,8) Brezilya(%7,7), Endonezya (%6,6), Peru(%5,9)	MFN(%2)
Maden ve Mineraller	2610	Krom cevherleri ve konsantreleri	10	2,6	471	0,73	60	-65	0,6	0,5	Umman(%63,6), Türkiye(%15,3), Afrika(%12,4), BAE(%6,4), İran%0,8)	G. MFN(%2)
Demir Çelik	7208	Demir çelik yassı ürünler	2.430	10,2	598	3,62	-81	-20	0	0	Çin(%32,8), Kore(%13,4), Ukrayna(%9,2), Rusya(%7,3), Japonya(%5)	G. MFN(%5)
Demir Çelik	7216	Demir/alaşimsız çelikten profil	47	6,7	985	0,21	34	-10	1,8	0,2	Ukrayna(%34,1), Japonya(%22,2), Çin(%9,8), Almanya(%6,3), Afrika(%6,2)	G. MFN(%5)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8708	Kara taşıtları için aksam ve parçalar	2.129	11	2.673	0,82	-39	-12	1,4	1,7	G. Kore(%30,4), Japonya(%19,7), Cumh.(%7,6), Çin(%6,9), Almanya(%6,7)	Çek MFN(%10)
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	503	27	1.032	0,93	80	-13	2,6	5	ABD(%14,6), Almanya(%13,5), G. Kore(%10,7), Çin(%8,1), Japonya(%8)	MFN(%7,5)
Pompa ve Kompresör	8413	Sıvılar için pompalar	575	2	269	1,27	12	21	0,2	0,5	Çin(%10), ABD(%7,8), S.Arabistan(%7,3), BAE(%6,2), İran(%4,4)	MFN(%7,5-10)
Takım Tezgahları	8462	Metal şekillendirme-kesme makine ve presleri	459	4,8	230	5,33	4	-27	0,5	0,4	Japonya(%29,7), Almanya(%11,3), Çin(%9,6), İtalya(%9,6), Kore(%7,2)	G. MFN(%7,5)
İş ve Maden Makineleri	8474	Maden işleme makineleri	433	0,6	255	2,79	-40	-28	0	0,06	Almanya(%24), Çin(%21,8), İngiltere(%15,7), İtalya(%6,1), Fransa(%5,1)	MFN(%7,5)
Beyaz Eşya	8422	Bulaşık makineleri	248	3,8	396	1,2	90	-23	0,1	0,1	Almanya(%23,2), İtalya(%19,8), Fransa(%6,1).	MFN(%5-7,5-10)

											Avusturya(%5,9), İsviçre(%5,9)		
Beyaz Eşya	8450	Çamaşır yıkama makineleri	57	3,6	713	0,41	-28	2	0,4	0,3	Çin(%69,5), Türkiye(%9,1), İtalya(%8,6), Tayland(%4), Kore(%2,3)	G.	MFN(%7,5-10)
Tekstil Makineleri	8451	Dokuma maddelerini yıkama, kurutma, ütüleme makine ve cihazları	141	5,1	128	4,12	11	-47	0,7	1,2	Almanya(%30,4), İtalya(%21,8), (%13,3), Çin(%9,5),	İsviçre ABD(%3,2)	MFN(%7,5-10)
Tekstil Makineleri	8446	Dokuma tezgahları (makineleri)	181	9	31	12,28	125	-22	1,2	2,7	Belçika(%26,2), Japonya(%16,3), İtalya(%14,6), Almanya(%14,5), İsviçre(%12)		MFN(%7,5)
Kumaş	5101	Yün	183	4	21	7,98	100	-32	0,8	0,7	Avusturya(%56,2), Zelanda (%10,5), Afrika (%7,2), İngiltere(%4), Arjantin(%2,1)	Yeni G.	MFN(%15)
Kumaş	5208	Pamuklu kumaş	101	2	271	1,02	0	-27	0,2	0,2	Çin(%62,3), Kong(%9,1), İtalya(%4,4), Romanya(%3,7), Pakistan(%3,6)	Hong	MFN(%10, 1500-200 INR/kg'dan az ise 9-37-27-23-5 INR/m2'den az ise %10)
Kumaş	5209	Pamuklu kumaş	63	13	484	1,06	-7	-39	3,3	2,5	Çin(%28,2), Pakistan(%21,1), Türkiye(%19,8), İtalya(%16,1), Kong(%4,9)	Hong	MFN(%10, t 32-25-30-38 INR/m2'den a %10, 150 INR/kg'dan az ise%10)
Hazır Giyim	6203	Erkek takım elbiseleri	18	0,65	1.286	0,07	141	-32	0,1	0,1	İtalya(%24,5), Çin(%20,2), Nepal(%12,8), İngiltere(%5), İsviçre(%4,3)		MFN(1100-720-145-815-440-320-755285-13 INR/parça'dan az ise %10)
Hazır Giyim	6109	Tiştirtiler fanila, diğer iç giyim eşyası	9	0,32	2.760	0,04	1	2200	0,1	0,1	Çin(%36,4), Kong(%9,2), İtalya(%8,5), İngiltere(%5,7), Fransa(%5)	Hong	MFN(45-50 INR/parça'dan az ise %10)
Doğal Taşlar	2515	Blok mermer ve traverten	104	38	726	4,63	31	22	5	3	İtalya(%47,4), Türkiye(%36), Mısır(%3), İran(%2,8), İspanya(%2,5)		MFN(%10)
Doğal Taşlar	6802	İşlenmiş mermer ve traverten	73	5,7	813	0,79	14	-13	0,8	0,7	Çin(%23,3), Umman(%16), İtalya(%14,2), Mısır(%9,7), Türkiye(%7,8)		MFN(%10)
İnşaat											Avusturya(%18), Çin(%16,8),		

Malzemeleri	2010	Ateşe dayanıklı çimento	45	4,2	31	2,4	11	-14	0,5	0,9	İtalya(%9), ABD(%7,9), Türkiye(%7,6)	MİGİN(%7,5)
-------------	------	-------------------------	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----	--	-------------

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TÜİK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 2 aylıktır.

Beyaz Eşya

Hindistan, 2008 yılında 190 milyon dolarlık beyaz eşya ithalatı gerçekleştirmiştir. İthalatta öne çıkan tedarikçi ülkeler, Çin, G. Kore ve Türkiye olmuştur. Hindistan'ın beyaz eşya ithalatında öne çıkan ürünlerden bazıları ve ithalat değerleri; mikro dalga fırınlar-40 milyon dolar, buzdolapları-23 milyon dolar, çamaşır makineleri-24 milyon doları, fırınlar ve ocaklar-21 milyon dolar olarak sıralanabilir.

2009 yılında Türkiye'nin Hindistan'a gerçekleştirdiği beyaz eşya ihracatında öne çıkan ürünler 8422(yıkama, temizleme, kurutma, doldurma vb. işler için makineler) ve 8450(çamaşır makineleri) olmuştur.

2010 yılında Türkiye Hindistan'a ihraç ettiği çamaşır makineleri arasında ilk sırayı kapasitesi=<10 kg olan otomatik çamaşır yıkama makineleri almıştır. Bu grupta Hindistan'ın en önemli tedarikçileri ve pazar payları Çin(%69,5), Türkiye(%9,1), İtalya(%8,6) Tayland(%4), G. Kore(%2,3) olarak sıralanmıştır. İkinci önemli tedarikçi konumunda olan Türkiye, 2009 yılı verilerine göre Hindistan'a olan ihracatını artırmıştır.

8422 grubunda Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği en önemli ürün ev tipi bulaşık yıkama makineleri olmuştur. Türkiye'nin ihracat değeri 2009-2010 yılları arasında %90 artarken, Hindistan'ın dünyadan ithalatı %23 azalma göstermiştir. 2009 yılında Hindistan'ın bulaşık yıkama makinesi ithal ettiği önemli ülkeler ve pazar payları Almanya(%23,2), İtalya(%19,8), Fransa(%6,1), Avusturya(%5,9), İsviçre(%5,9) olarak sıralanmıştır.

Hindistan artan nüfusu ve gelişen ekonomisiyle Asya'nın yeni yıldızı olmaya aday ülkedir. Ekonominin büyümesi beraberinde refah düzeyinin yükselmesi ve kişi başı gelirin artmasına yardımcı olacaktır. Türkiye'nin Avrupa'ya beyaz eşya ihracatındaki başarısı da göz önüne alındığında uzun vadede Hindistan'ın potansiyel pazar olacağı düşünülmektedir.

Demir Çelik

World Steel Association'dan alınan verilere göre; 2009 yılında Hindistan 62 milyon ton ham çelik üretimi ile dünya sıralamasında dördüncü sıradadır. 2009 yılında yarı ve nihai mamul ihracatı 5,5 milyon ton iken ithalatı 8,2 milyon ton olmuştur. İthalatın yaklaşık %80'i yassı ürünlere aittir. Hindistan'ın ham çelik tüketimi 55 milyon ton olup kişi başına düşen ham çelik tüketimi ise 47 kg olmuştur. Yıllık nihai mamul tüketimi 49,5 milyon ton, kişi başına düşen nihai mamul çelik tüketimi ise 42 kg'dır.

Demir çelik sektöründe son dönemde yaşanan ve göz önünde bulundurulması gereken önemli gelişmelerden biri de Hintli Arcelor Mittal firmasının Türkiye'deki faaliyetleridir. Hindistan'ın ve dünyanın önde gelen demir-çelik şirketi Arcelor Mittal, 2008 yılında Türkiye'nin en büyük çelik firmalarından olan Erdemir hisselerinin %24,99'lük hisselerini satın almıştır. Arcelor Mittal, aynı zamanda Türkiye'deki paslanmaz çelik şirketi Uginox Sanayi ve Ticaret AŞ'nin Primex'e ait %35 hissesini de satın alarak şirketin tam kontrolünü almıştır. Uginox, firması ağırlıklı olarak otomotiv ve beyaz eşya sektörüne paslanmaz çelik üretimi yapmaktadır. Arcelor Mittal firması, 2008 yılında 101 milyon tonluk ham çelik üretimiyle dünya sıralamasında ilk sıradadır.

Hindistan 2009 yılında 7208(demir/çelik sıcak hadde yassı mamulleri-genişlik 600mm. fazla) grubunda yer alan 2,4 milyar dolarlık ithalatın yaklaşık yarısı Çin ve G. Kore'den yapılmıştır. Ukrayna, Rusya ve Japonya diğer önemli tedarikçiler olmuştur. Türkiye bu sıralamada on üçüncü sırada yer almakta olup, pazardan aldığı pay %1,7'dir. 7208 ürün grubunda Hindistan'ın ithalatı 2009 yılında %20 azalma gösterirken, dünya ithalatındaki payı %3,62 olmuştur. 2009 yılında Türkiye'nin 7208 grubunda Hindistan'a ihracatı %36 artış gösterirken, 2010 yılında %81 azalma görülmüştür. Bu grupta ihracatın en fazla olduğu ürün 720836 gtip'li yassı ürünler olmuştur.

Türkiye'nin demir çelik yassı mamul üretimi henüz iç talebi karşılamamaktadır. 2008 yılı itibariyle Türkiye'nin görünür yassı çelik tüketimi yaklaşık 10 milyon tondur. Yassı mamul ihtiyacın 4,1 milyon tonu yerli üretimden kalan 7,2 milyon tonu ithalat ile karşılanmıştır. Ancak son yıllarda Türk demir çelik sanayinde yassı mamul üretimine dönük yeni yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Özellikle 3,5 milyon ton/yıl yassı mamul üretim kapasitesine sahip İsdemir'in Ağustos 2009'da üretime geçmesiyle Türkiye'nin toplam yassı mamul üretim kapasitesi 11,3 milyon tona ulaşmıştır. Önümüzdeki yıllarda Türkiye'nin yassı mamul ihracat potansiyelinin artması beklenmektedir.

Hindistan, 2009 yılında 47 milyon dolar değerinde demir çelik profili (gtip:7216) ithalatı gerçekleştirmiştir. İthalatın yaklaşık %50'si Ukrayna ve Japonya'dan yapılmıştır. Çin, Almanya ve G. Afrika diğer önemli tedarikçiler olmuştur. 2009 yılından Hindistan'ın ithalatı bir önceki yıla göre %10 azalmış ve dünya ithalatındaki payı %0,21 olmuştur. 2004-2008 döneminde Hindistan'ın profil ithalatı %13 oranında azalmış, aynı dönem Türkiye'nin Hindistan'a ihracatı yıllık ortalama %17 oranında artmıştır.

2010 yılında Türkiye'nin demir çelik profil ihracatı toplamda %42 oranında artarken; Hindistan'a olan ihracat %905 gibi çok büyük bir artış göstermiştir. 2010 yılında Hindistan'a olan ihracatımız %34 oranında artmıştır.

Dünyanın hızlı gelişen ekonomileri içinde yer Hindistan pazarında Türkiye'nin özellikle inşaat demiri, demir çelik profil ve yassı ürünlerde ihracat potansiyeli yüksektir. Türkiye'nin bu ürünlerde pazar payını daha da artırma imkanı bulunmaktadır.

Doğal Taşlar

İşlenmiş Mermer ve Traverten (gtip: 6802)

Doğal taşların başlıca kullanım alanı inşaat sektörüdür. Bu nedenle Hindistan inşaat sektörünün gelişimi, doğal taş alımında kilit rol oynamaktadır. İnşaat sektörü, küresel ekonomik krizin etkisiyle 2008-2009 döneminde dünya genelinde daralma gösterse de Hindistan inşaat sektöründe büyük bir gerileme yaşanmamıştır. Hindistan hükümeti tarafından açıklanan yapılması planlanan altyapı çalışmaları, konut ve ticari yapı inşaat faaliyetleri önümüzdeki dönemlerde bu bölgenin hem Türk müteahhitlik firmaları için hem de doğal taş gibi inşaat malzemeleri ihracatı yapan firmalar için önemli bir pazar olacağını düşündürmektedir.

Hindistan 2009 yılında 73 milyon dolarlık işlenmiş doğal taş ithalatı yapmıştır ve dünya ithalatındaki payı %0,79'dur. İthalatta Çin(%23,3), Umman(%16)ve İtalya(%14,2) ilk üç sırayı paylaşmıştır. Türkiye, %7,8'lik pazar payı ile beşinci sırada yer almaktadır.

Türkiye'nin 2009 yılında Hindistan'a gerçekleştirdiği işlenmiş doğal taş ihracatı değerini korurken, 2010 yılında %14 artış görülmüştür. İhracatta öne çıkan ürünler 680291 gtip numarasında yer alan işlenmiş/yontulmuş mermer-traverten-su mermeri grubu olmuştur.

Türkiye'nin doğal taş üretimi konusunda dünya ticaretindeki önemi, hızlı büyüyen Hindistan ekonomisi, kalabalık nüfusu ve konut talebi, yapılması planlanan altyapı çalışmaları düşünüldüğünde Hindistan pazarının önemini sürdüreceği düşünülmektedir.

Blok Mermer Ve Traverten(Gtip:2515)

Hindistan 2009 yılında 104 milyon dolarlık ham-blok doğal taş ithalatı yapmıştır ve dünya ithalatındaki payı %4,63'dür. Hindistan'ın ithalatında İtalya, Türkiye ve Mısır ilk üç sırayı paylaşmıştır. Türkiye'nin pazar payı %36'dır.

Türkiye'nin 2010 yılında Hindistan'a gerçekleştirdiği ham-blok doğal taş ihracatı %14 artmıştır. İhracatta öne çıkan ürünler 251511 gtip numarasında yer alan ham-blok mermer-traverten-su mermeri grubu olmuştur.

Hazır Giyim

Hindistan'da tekstil ve hazır giyim sektörü, ekonominin ve ihracatın en önemli sanayileri arasındadır. Sektör, emek-yoğun özelliği nedeniyle, istihdamda da önemli katkı sağlamakta; 35 milyon kişiyi (tekstil sektöründe 29 milyon, konfeksiyon sektöründe 6 milyon kişi) doğrudan, yan sanayiler yoluyla, 56 milyon kişiyi de dolaylı olarak istihdam etmektedir. Sektör istihdam açısından, tarımdan sonra, ikinci büyük sektör konumundadır. Sektörün, 2010 yılına kadar, 12 milyon kişiye daha iş sağlayacağı tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, 2005 yılında kaldırılan kotalardan dolayı, Hindistan'ın ihracatının 2010 yılında 50 milyar dolara ulaşması, iç piyasaya satışların da 50 milyar doları bulması beklenilmektedir.

Sektör; hazır giyim, pamuklu/sunî ve sentetik elyaftan tekstil, sunî ve filament iplik, yünlüler, ipek, el dokumacılığı, el işleri ve jüt sanayileri gibi muhtelif alt sektörlerden oluşmaktadır. Ülkede, büyük ölçekli işletmelerin yanı sıra çok sayıda küçük ölçekli işletme de bulunmaktadır. Bu firmalar özellikle tabii (pamuklu ve yünlü) iplik, ipek, el dokumacılığı ve el işleri/işlemeciliği alanlarında üretim yapmaktadır.

Hindistan, ucuz işgücü ve bol hammadde konusunda önemli bir avantaja sahiptir. Tekstil sanayinin temel girdileri olan yün, pamuk ve ipek üretiminde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır. Yıllık yün üretimi 50 bin ton olup; dünyada, beş çeşit ipek üretilen tek ülkedir ve ikinci büyük ipek üreticisidir. Yılda yaklaşık 4 milyon ton üretimle, Çin ve ABD'den sonra üçüncü büyük pamuk üreticisi ve ikinci büyük pamuk ipliği üreticisidir. Suni ve sentetik iplik sanayinde de dünyanın ikinci büyük üreticisidir. Jüt üretiminde ise ilk sırada yer almaktadır.

Hindistan'da büyük miktarda pamuk üretilmesine rağmen, üretim kalitesi tekstil sanayi için yeterli olmadığından dolayı pamuk ithalatı yapılmaktadır. Üretim girdilerinden enerji, rakip ülkelere göre oldukça pahalıdır ve işgücü verimliliği düşüktür. Teknoloji, özellikle iplik sanayinde, oldukça geri, altyapı eski ve yetersizdir.

Tekstil-hazır giyim sanayi, Hindistan'ın, uluslararası piyasada rekabet edebildiği bir kaç sektörden biridir. Ülke, 2005 yılında kotaların kaldırılmasıyla, Çin'in, diğer tekstil-hazır giyim ihracatçısı ülkelerin aleyhine olmak üzere, ihracatını arttırmaya devam etmiştir. Ayrıca, Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne katılmasına dair protokoldeki koruma maddesine (safe guard clause) istinaden, ABD ve AB'nin Çin'e karşı başlattıkları kota uygulaması da Hindistan'ın ihracatını daha fazla arttırmaya yol açmıştır.

Hindistan'ın Türkiye'ye karşı, pamuklu iplik, dokuma ve spor giyim alanlarında rekabet üstünlüğü gözlenirken; suni ve sentetik iplikler ve bu ipliklerden mamul ürünlerde Türkiye daha avantajlı görülmektedir. Sarar, Crispino, Damat Tween gibi bazı Türk markaları seçkin mağazalarda yer almaktadır.

Hindistan'ın gtip 61 ve 62'de yer alan hazır giyim ithalatı 2008 yılında 137 milyon dolar olmuştur. Bu gruptaki örme giyim eşyalarında en büyük en büyük tedarikçi %36,4'lük pazar payına sahip olan Çin'dir. Çin, 2007-2008 döneminde Hindistan'a olan ihracatını %46 oranında artırmıştır. Bu ülkeyi sırasıyla İngiltere, Hong Kong, İtalya ve Fransa takip etmektedir. Bu ülkelere göre ihracat artış hızı düşük kalan Türkiye, %0,9'lük pazar payı ile Hindistan'ın ithalatında on üçüncü sırada yer almıştır.

2008 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği örme tekstil ürünleri arasında en önemli pay 6109 grubunda yer alan tişört, fanila ve iç giyim eşyalarına aittir. 2008 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı %5,9 oranında azalırken, Hindistan'a yapılan ihracat %14 azalmıştır. 2009 yılında azalma devam etmiştir. Hindistan 2008 yılında gtip 6109 olan ürünleri Çin, Hong Kong ve İtalya'dan ithal etmiştir.

Hindistan'ın dokuma hazır giyim ithalatı(gtip:62) 2008 yılında %30 oranında artarak 87 milyon dolar olurken; en önemli payı 23 milyon dolarla Çin almıştır. Bu ülkeyi İtalya, Nepal, İngiltere, Hong Kong ve Fransa izlemiştir. Türkiye bu grupta %1,3'lük pay ile on altıncı sırada yer almıştır.

2009 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihrac ettiği dokuma hazır giyim ürünleri arasında en önemli pay 6203 grubunda yer alan erkek takım elbiselerine aittir. Hindistan 2008 yılında bu ürünleri ağırlıklı olarak İtalya, Çin ve Nepal'den ithal etmiştir. Hindistan'ın ithalatı 2007-2008 döneminde %20 artarken; Türkiye'nin ihracatı %32 azalmıştır. 2009 yılında düşüş devam etmiştir.

Hindistan'ın yün iplik-kumaş ve pamuklu iplik-kumaş ürünleri (gtip: 51 ve52) ithalatı 2008 yılı itibarıyla 1 milyar dolar olup, bunun yaklaşık %70'ini pamuklu iplik ve kumaşlar, %30'unu ise yünlü iplik ve kumaşlar oluşturmuştur. Pamuklu ürünlerin tedarikinde Çin, ABD, Mısır ve Pakistan ön sıralarda yer alırken, yünlü iplik ve kumaşların tedarikinde ise Avustralya, Yeni Zelanda, Çin ve G. Afrika başlarda bulunmaktadır.

2008 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihrac ettiği pamuklu ve yünlü iplik- kumaş ürünleri arasında 5209 grubunda yer alan denim kumaşı ve 5208 grubunda yer alan pamuklu kumaşlar önemli paya sahiptir. 5209 grubunda Hindistan'ın ithalat yaptığı ülkeler başlıca ülkeler Çin, Pakistan ve %19,8'lik payı ile Türkiye'dir. 5208 grubunda Hindistan'ın ithalat yaptığı başlıca ülkeler Çin, Hong Kong, İtalya ve Romanya olup; Türkiye %3,6'lık pazar payı ile altıncı sırada yer almıştır.

Tekstil sanayi, Hindistan'ın, uluslararası piyasalarda güçlü olduğu sektörler arasında yer aldığı için her türlü iplik ve kumaşa ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle Türk firmalarının Hindistan pazarında tüm tekstil, hazır giyim girdilerinde ve tekstil ve hazır giyim ürünlerinde ihracat potansiyeli olduğu düşünülmektedir.

İnşaat Malzemeleri

Ateşe Dayanıklı Çimentolar, Harçlar

2009 yılında Hindistan 45milyon dolarlık refrakter çimento ithalatı yapmıştır. Hindistan'ın dünya ithalatındaki payı %2,4'tür. 2008-2009 döneminde Hindistan'ın ithalatı %14 oranında azalırken, 2010-2011 yılları arasında Türkiye'den yapılan ihracat %11 oranında artmıştır. 2009 yılında Hindistan'ın refrakter çimento ithal ettiği başlıca ülkeler Avusturya, Çin, İtalya ve ABD olmuştur. Türkiye bu sıralamada %7,6'lık pazar payı ile beşinci sırada yer almıştır. 2010 yılında Türkiye'nin Hindistan'a refrakter çimento ihracatı 4,2 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

İş ve Maden Makineleri

Hindistan 2009 yılında 8474 grubunda 433 milyon dolarlık maden işleme makineleri ithalatı yapmıştır. İthalatta öne çıkan ükrayn grupları metal cevherlerini kırma/öğütmeye mahsus makineler, toprak, taş, cevher vb. ayıran, yürüyen makinelerin parçalarıdır. Hindistan'ın maden işleme makinesi ithalatı, 2009 yılında bir önceki seneye göre %28 azalmıştır. Hindistan'ın en fazla maden makinesi ithal ettiği ülkeler ve pazar payları Almanya %24, Çin %21,8, İngiltere %15,7, İtalya %6,1'dir.

Türkiye Hindistan pazarına 2010 yılında 600 bin dolar değerinde toprak, maden, cevher taşıma, ayırma, seçme makineleri ihrac etmiştir. 2010 yılında Türkiye Hindistan'a en fazla maden işleme makinesi ihrac eden ülkeler arasında pazardan %0,4 gibi oldukça düşük bir pay almıştır.

Maden ve Mineraller

Metalik Cevherler (gtip: 2603, 2610)

Hindistan doğal kaynaklar bakımından çok zengin bir ülke değildir. Bu yüzden doğal kaynak ihtiyacı fazladır. Hindistan'daki en önemli madenler kömür, demir ve boksittir. Hindistan'ın geniş demir ve boksit rezervlerine ilaveten önemli miktarda mika, manganez, dolomit, kireç taşı, kromit, manyezit, apatit ve fosforit üretimi vardır.

Metalik cevherler arasında yer alan krom, özellikle metalürji, kimya, refrakter ve döküm sanayilerinin ana hammaddesidir. Endüstride yaygın olarak kullanılan bakırın başlıca kullanım alanları, elektrik-elektronik, inşaat, ulaşım, kimya, kuyumculuk ve boya sektörleridir. Manganez cevherinin %90-95'lik bölümü demir çelik sanayinde geri kalan bölümü de kimya sanayinde kullanılmaktadır. Metalik cevherler sanayinin ana girdisidir. Bu özellikleri nedeniyle dünyada metalik cevherlere olan talep, her zaman yüksek olmuştur. Dünya talebi hızla artarken, arz sınırlı kaldığı için metalik cevher fiyatları hızla artmıştır. Ancak 2008 yılında yaşanan global ekonomik kriz madencilik sektörünü de etkilemiştir. Türkiye'nin maden ihracatında önemli yer tutan bakır, çinko, alüminyum, kurşun, nikel ve kalay gibi metalik madenlerin değeri, yarıya yakın düşerek 3-4 yıl önceki fiyatlara gerilemiş, ama 2009 yılının ikinci yarısında tüm metal cevherleri fiyatları tekrar artmıştır. Türkiye dünya krom üretiminde %6'lık payı ile dikkat çekmektedir. Türkiye'nin bilinen rezerv miktarı 25 milyon tondur.

Hindistan, dünya krom cevheri ithalatında %0,73'lük pay ile 11. sırada yer alırken krom cevheri ihracatında dördüncü sıradadır. Kromit cevheri üretiminde dünyadaki önemli üreticilerden biri olan Hindistan, Güney Afrika gibi dünya krom piyasasında söz sahibidir.

Hindistan'ın toplam krom cevheri ve konsantreleri ithalatı, 2009 yılında 10 milyon dolar olmuştur.

...krom cevheri ihracatı, 2009 yılında bir önceki yıla göre %60 oranında artarak 10 milyon dolara ulaşmıştır. Hindistan krom cevheri konusunda önemli bir üretici olmasına rağmen dünyadan gerçekleştirdiği ithalat artmaya devam etmektedir. Paslanmaz çelik sektörlerindeki gelişmeler ve Türkiye'nin krom cevheri üretim kapasitesi göz önünde alındığında Hindistan'ın uzun vadede ülkemiz için potansiyel arz etmeye devam edeceği düşünülmektedir.

Hindistan, dünya bakır cevheri ve konsantreleri ithalatında %12,21'lik pay ile 3. sırada yer almaktadır. Hindistan'ın ithalatı 2008-2009 döneminde %30 azalma göstermesine rağmen 3 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. Hindistan'ın önemli miktarda ithalat yaptığı ülkeler ve pazar payları Şili(%36,5), Avustralya(%19,8), Brezilya(%7,7), Endonezya(%6,6) ve Peru(%5,9)olarak sıralanmaktadır. Türkiye bu sıralamada %0,7'luk pazar payı on üçüncü sırada yer almıştır. 2009 yılında Türkiye, Hindistan'a 13milyon dolarlık bakır cevheri ihracatı gerçekleştirirken, 2010 yılında %200 gibi büyük bir artışla 39 milyon dolarlık ihracat yapılmıştır.

Müteahhitlik Hizmetleri

Hindistan dünyada en hızlı büyüyen ekonomiler arasındadır. 2009 mali yılında %7,1 oranında büyüme kaydetmiştir. Önümüzdeki dönemde de Hindistan ekonomisinin üç-dört kat büyümesi beklenmektedir. Hindistan dünyadaki ekonomik krize rağmen büyüme yolundaki yapısı, güçlü demokratik profili ve büyüyen iç talebi ile yerli ve yabancı yatırımcılar için fırsatlarla doludur.

Dünyadaki ekonomik yavaşlamaya rağmen, Hindistan inşaat sektöründe çok büyük bir gerileme yaşanmamıştır. Sektör, tarım sektöründen sonra ikinci büyük istihdam alanıdır. Sektörde, 18 milyon kişi doğrudan, 14 milyon kişi dolaylı olmak üzere toplam 32 milyon kişi istihdam edilmektedir. Müteahhitlik sektörünün 2008-09 mali yılında (1/4/2008-31/3/2009) %6,7 oranında büyüdüğü belirtilmektedir. Geçen on yıllık sürede sektörün daha çok fiziksel alt yapı hizmetlerine odaklandığı görülmektedir. Ekonomik büyümenin açık bir göstergesi olarak giderek artan inşaat faaliyetleri, ulaştırma, sulama, konut, kentsel gelişim alanlarında olmuştur.

11. Kalkınma Planı, (2007-08, 2011-12 mali yıllarını içermektedir) çerçevesinde inşaat sektöründeki yıllık talebin %8,9 oranında büyümesi ve sektörün 2,5 milyon kişiye ilave iş olanağı sağlaması öngörülmektedir. Alt yapıdaki gelişme gibi, diğer madencilik alt yapısı, otoyol sanayisi, limanlar, demiryolları, hava alanları, enerji sistemleri, sulama ve tarım sistemleri, telekomünikasyon, hastaneler, okullar, ofis ve diğer binalar, kentsel alt yapı, su kanalizasyon ve kırsal alt yapı gibi alanlara da müteahhitlik sektöründeki gelişmelerin yansdığı görülmektedir.

Müteahhitlik sektöründeki yatırımlar; Hindistan GSYİH`nin %11'ini ve gayrisafi sabit sermaye oluşumunun (GFCF) ise % 50`sini oluşturmaktadır. Müteahhitlik sektörü; altyapı çalışmaları, sanayiye ait inşaat faaliyetleri ve konut-ticari yapılar olmak üzere üç alandaki çalışmaları kapsamaktadır.

Hindistan'ın kaliteli dünya standartlarında konut talebi giderek artmaktadır. Konut kredilerindeki ve kredi vergi oranlarındaki indirimler dolayısıyla talebin artmaya devam etmesi beklenmektedir. Hindistan hükümeti 2005-06 mali yılından başlamak üzere 7 yıllık dönemde, 63 şehirde 24.804 milyon doları tutarında kentsel altyapı geliştirme projesi başlatmıştır. Hindistan'ın en büyük perakende firması Pantaloon, önümüzdeki yıllarda 7.620.000 m2 üzerinde yatırım yapmayı planlamaktadır. 2009 yılında emlak sektöründe toplamda 117 milyar dolar civarında yatırım yapılması tahmin edilmektedir.

Sanayiye ait inşaat faaliyetleri, 2005-2007 arasında sektördeki yatırımlar ile iki kat artmıştır. Önümüzdeki yıllarda da petrol ve gaz, çelik, çimento, petrol kimya, gübre alanlarında yatırımların artması beklenmektedir. Hindistan'ın karayolu ağı dünyadaki ikinci büyük ağıdır. Ülkenin birçok bölgesinde yol, köprü, üst geçit, su, kanalizasyon, atık sistemleri gibi pek çok alanda altyapı çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Birçok şehirde hızlı raylı ulaşım ve demiryolu ulaşım sistemi planlanmaktadır.

11. Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde alt yapı sektörüne 320 milyar ABD Doları yatırım yapılması öngörülmektedir. Hindistan Alt Yapı Sektör Komite Başkanlığınca bazı temel sektörlerle aşağıdaki gibi yatırım yapılması öngörülmektedir.

- Modernizasyon, otoyol ve geliştirme için 45 milyar ABD Doları,
- Sivil havacılık için 8 milyar ABD Doları,
- Limanlar için 10 milyar ABD Doları,
- Demiryolları için 62 milyar ABD Doları,

Hindistan Maliye Bakanlığı'na açıklanan 2009-10 yılı geçici bütçe rakamlarına göre önümüzdeki beş yıl içinde 500-600 milyar doları demiryolu, hava alanları, limanlar, üst geçit vb. alt yapı alanlarına yatırım yapılması öngörülmektedir.

Maliye Bakanlığı "2010 COMMON WEALTH" oyunları için yalnızca Delhi`de dünya standartlarında altyapı yatırımlarının devamı için 1 Nisan 2009- 31 Mart 2010 bütçesinde 714 milyon dolar harcama öngörmektedir. Yatırımlar metro hizmetleri, 17 adet üst geçit, yeni spor stadyumları, eski stadyumların yenilenmesi, vb. alanları kapsamaktadır.

Altyapı projeleri için hükümet-kamu özel sektör ortaklıkları (PPPs) şeklinde çok çeşitli projeler uygulanmaktadır. Yatırımcıları teşvik etmeye yönelik bu projelerden bazıları:

- Yap-İşlet-devret (BOT),
- Yap-Sahip Ol-İşlet-Devret (BOOT),
- Yap-Sahip Ol-Kiralama-Devret (BOLT),
- Tasarla-Yap-Finanse Et-İşlet (DBFO),

sistemleridir.

Müteahhitlik ve alt yapı hizmetlerinde özellikle demiryolu, havalimanları ve benzeri alanlarda bu modeller tercih edilmektedir.

Diğer taraftan, Özel Ekonomik Bölge (SEZs) uygulamalarına başladığından bu yana Hindistan'da 150 SEZs onaylanmıştır. Ticaret ve Sanayi Bakanlığı, SEZs yatırımlarının 2009 yılında 22,22 milyar dolara ulaşmasını öngörmektedir.

Hindistan`da yoğun iş saatlerinde %12 oranında enerji yokluğu yaşanmaktadır. 2012 yılına kadar enerji, üretim, iletim, dağıtım, alanlarına 113.000 MW ek kapasite ile 200 milyar dolar yatırım yapılması tahmin edilmektedir.

Sektördeki büyümeye bağlı olarak çimento, demir-çelik, boya, kimya vb. birçok inşaat malzemesi sektörüne de fayda sağlaması beklenmektedir. Sektöre bağlı imalat sektörünün yıllık toplam büyüklüğü 39,53 milyar, inşaat malzemeleri pazarı 21,61 milyar dolardır.

Hindistan alt yapı çalışmaları ve buna bağlı olarak inşaat sektörünün hızlanmasıyla birlikte Türk firmaları için potansiyel arz etmeye devam edecektir.

Otomotiv Ana ve Yan Sanayi

Hindistan otomotiv sektörü kısa süre öncesine kadar gelişimini engelleyen sıkı kurallara bağlı idi. 1990'larda sektördeki devlet denetimi kalkmış ve otomobil üreticilerine faaliyetlerini geliştirme imkanı doğmuştur. Hükümet, sektördeki istikrarlı büyümeyi artırmak için son yıllarda iki defa tüketim vergilerini indirmiştir. Genel anlamda tarifeler yüksek olmakla birlikte; yönetim araştırma ve geliştirme gibi uzun dönemli büyümeye yönelik faaliyetler için vergilendirmede kolaylıklar sağlamaktadır. Bu gelişmeler ile hükümet ülkeye yatırım çekmek konusundaki tavrını belirlemiştir. Hindistan'ın büyük şehirlerindeki yoğun kirlilik sorununu takip eden hükümet, Avrupa'daki emisyon düzenlemelerini benimsemek üzere çalışmalarda bulunmuş ve alternatif yakıt geliştirme konusunu desteklemiştir. Bu bağlamda, Euro IV kurallarına benzer Bharat Safha IV emisyon kuralları ülkenin bazı şehirlerinde Nisan 2010 itibarıyla uygulanmaya başlayacaktır. Yönetim ayrıca otomotiv sektörü için 10 yıllık bir plan başlatmıştır. Adı "Otomotiv Eylem Planı (Automotive Mission Plan) 2006-2016" olan bu programın amacı Hindistan'ın küresel bir otomotiv merkezi olmasına yardımcı olmaktır. Bu planın hedefi Hindistan otomotiv sektörü için 2016 yılında 145 milyar dolarla mevcut rakamı beşe katlamaktır.

Üretim

Güçlü bir araç pazarı ve karlı bir ihracat üssü olarak Hindistan'ın potansiyeli, 1990'lı yıllarda yerel ortaklar ile ülkeye girmiş ve sayıları giderek artmakta olan uluslararası araç üreticilerinin dikkatini çekmektedir. Otomotiv sektöründeki de regülasyon sonrasında yabancı üreticilerin büyük çoğunluğu yüzde yüz iştirakler yoluyla ülkede faaliyet göstermektedir. Üretim büyük kısmı yerel üreticilerin elinde olsa da Güney Koreli otomobil üreticisi Hyundai üst sıralara yükselmiştir. Bu eğilimin önümüzdeki birkaç yıl içerisinde daha da belirgin hale gelmesi beklenmektedir.

Hindistan'da araç üretimi son yıllarda oldukça artarak toplam üretim 2005-2009 yılları arasında %74 oranında yükselmiştir. Aynı süreçte Hyundai, General Motors (GM), Honda ve Toyota gibi ana yabancı oyuncular ülkede önemli üretim faaliyetlerine başlamıştır. Ancak, bölgesel ve küresel otomotiv pazarlarındaki taleplerdeki ciddi düşüşe bağlı olarak 2008 yılında üretim oranı önemli ölçüde azalmıştır. 2008'de patlak veren küresel mali kriz pazarda faaliyet gösteren hem yerli hem de yabancı otomobil üreticilerini vurmuştur. Maruti, Tata Motors, Toyota ve Ashok Leyland gibi otomobil üreticileri tesislerini kapatmış ve yatırım planlarını ertelerek üretimi azaltmıştır.

Hafif ve ağır ticari araç pazarları, finansmanındaki kısıtlamalardan dolayı 2008 yılında ani düşüşlere tanık olmuştur; bu da üretimde kesintiye yol açmıştır. Ancak, hükümetin aldığı tedbirler sonucu 2009 yılında araç talebi ve üretimi yeniden canlanmıştır. Araç üretimi 2008 yılında %8,5 artarken, 2009 yılında %16,6 oranında artmıştır.

Hyundai (i10 ve i20), Maruti (A-Star), Nissan ve General Motors (Spark) gibi orijinal ekipman üreticilerinin Hindistan'daki yatırım stratejilerinde ihracat kilit öneme sahiptir.

Hindistan'da üretilen otomobil markaları ve 2009 yılındaki pazar payları; Maruti %55,8, Hyundai %19,2, Tata%11,4, Honda %4,1, Ford %3,6, Chevrolet %2, Renault %1,5, Skoda %1 , Hindistan Motors %0,7, Toyota %0,5olarak sıralanmıştır.

Hindistan'da hafif ticari araçlar üreten firmalar ve 2009 yılındaki pazar payları; Tata %41,9, Mahindra&Mahindra%40,9, Toyota %8, Chevrolet %2,5, Force Motors %2,7, Piaggio %1,9, , Maruti %0,9, Eicher Motor %0,9, Sonalika %0,3, Hindustan Motors %0 olarak sıralanmıştır.

Hindistan'da kamyonet üreten firmalar 2009 yılında sektördeki pazar payları; Tata %63,2, Ashok Leyland%20,8, Eicher Motor %8,8, Swaraj Mazda %2,5, Asia Motor %1,5, Volvo %0,7, Mercedes-Benz %0,1, KamAZ %0,2 olarak sıralanmıştır.

Araç sayısı ve yoğunluğu

Hindistan'da binek otomobile sahip olanların oranı, 1000 kişiye yedi araba düşecek şekilde dünya ortalamasına göre en düşük seviyededir. İki ve üç tekerlekli araçların süregelen popülerliği bu yüzdendir. Ancak bu durumun, ülkede birçok otomobil üreticisinin aile arabası sınıfıyla ilgilenmesi uzun vadede artan net gelirler, ULÇ (çok düşük maliyetli) sınıfında yeni çıkan ürünler ve gelişmiş altyapı araba sayısında artışa yön verecektir.

Hindistan'daki yeni motorlu araç piyasası milenyumla girildiğinden beri büyük değişiklik göstermiştir. Hafif araç satışları 2003/04 mali yılında 1 milyon adedi geçmiştir. Kademeli olarak artan gelir seviyesi, daha çok artan finansman olanağı ve gelişen altyapı tüketici talebini yükseltmiştir. Satışların istikrarlı bir hızla artacağı tahmin edilmektedir. Bunun yanı sıra, ticari araç satışları da yükselmiştir. Ancak kısa süre önce piyasanın büyüme devam etmesine rağmen, enflasyon baskıları faiz oranlarını ve yaşam masraflarını yükselttiğinden bu büyümede yavaşlama görülmüştür. Tata Nano model aracın üretim sahasının Batı Bengal'den Gucarat'a kaydırılması kararının ardından bu modelin tam üretiminin geciktirilmesiyle çok düşük masraflı Tata Nano modelinin tanıtımından sonra gelecek satış patlamasında erteleme olmuştur. 2008 yılının sonlarında Hindistan pazarı küresel durgunluktan etkilenmiş ve 2009'da tüm sınıflardaki satışların düşeceği öngörülmüştür. Nano modelinin yılın ikinci yarısından itibaren A-sınıfı satışları artıracığı beklenmektedir.

Yedek parça tedarikçileri

Hindistan'da araç talebi ve otomobil üreticileri tarafından yapılan yatırımlar arttıkça yedek parça endüstrisi de büyümektedir. Yerli firmalar, ülkede sağlam bir yer edinmeye çalışan yabancı satıcılarla kurdukları ilişki sayesinde, gelişmeye devam etmektedir. Ülkede büyük çapta gerçekleşen oto yedek parça satışının potansiyeli ve düşük üretim maliyeti, daha fazla kar edebilme imkanı sunduğundan yabancı orijinal ekipman üreticilerini cezpt etmektedir. Ancak, 2008'in son çeyreğinde başlayan küresel mali krizle birlikte otomotiv sektöründeki durgunluğun bir sonucu olarak tedarikçiler de baskı altına girmiştir. Birçok araç üreticisi üretim planlarını durdurmaya ve genişleme planlarını frenlemeye devam ettiğinden yakın zamanda bir büyüme dönemi beklenmemektedir. Tata Motors'un tedarikçileri için bu durum, Nano projesinin Singur'dan Sanand'a transferiyle daha da kızışmıştır. Singur'da yatırım yapmış olan 55 satıcı, kayıplarının büyük bir bölümü Tata tarafından karşılanacak olsa da, arazi ve inşaat masrafları nedeniyle neredeyse 7 milyar Rupı zarar etmiştir.

Araç Vergilendirme (İthalat Vergileri ve Kısıtlamaları dahil)

- Hindistan'a ithal edilen tüm ürünlere eğitim vergisi uygulanmakta olup; gümrük vergilerinin toplamının %3'ü oranında belirlenmektedir.
- Küçük binek otomobillerinin tüketim vergisi Nisan 2008'de %14 oranına düşürülmüştür. Otobüs ve şasilerde tüketim vergisi %16'dan %12'ye düşürülürken, hibrid otomobillerdeki tüketim vergisi ise %24'ten %14'e indirilmiştir. Çeliğin gümrük vergisi ise %5'ten sifıra indirilmiştir.
- Başka bir yerde montaj edilmek üzere demonte parçalardan oluşan (CKD) parçaların ithalatındaki toplam efektif vergi %44 iken bir kısmı montajlı ama tam mamul haline gelmemiş parçaların(SKD) ve tamamen monte edilmiş (CBU) parçaların oran yaklaşık %164'tür.
- Çoğu otomotiv parçasındaki temel gümrük vergisi %10 oranındadır.
- Gümrük ve Dolaylı Vergiler İdaresi, CBU ile aynı oranlarda vergilendirilen CKD/SKD kitleleri üretim için girdi olarak sayıldığından bunların toplam ek vergi için kredi alabileceğine karar vermiştir. Ancak, eğer kitleler yedi temel parçanın hepsini; yani ara montaj parçalarını (motor, vites kutusu, şasi, iletim, gövde, süspansiyon sistemi, ön/arka aks) içeriyorsa bu kitlelere gümrük vergileri açısından tamamlanmış motorlu araç muamelesi yapılmaktadır.
- Hükümetin, yakıt verimliliği Hindistan'da satılan binek otomobillerinininkinden %90 daha az olan arabalara "çok yakıt tüketen" vergisi de eklemeyi düşündüğü söylenmektedir. Bu ek vergi %8 oranında olabilir, bu tür araçlara uygulanan %24'lük orana eklenebilir ve ayrıca %5'lik bir oran daha ilave edilebilir. İthalat vergileri, araca bağlı olarak değişkenlik gösterir, ancak genelde yüksektir. Hükümetin politikası, yerli üretime destek olmak için hammadde üstündeki vergi oranlarını düşürmek yönünde olmuştur.

Hindistan'ın oto ana sanayi ithalatı 2009 yılında bir önceki yıla göre %59 artarak 516 milyon dolar olmuştur. İthalat yapılan önemli ülkeler; Almanya, Japonya, Güney Kore ve Slovakya'dır. Türkiye Hindistan'ın oto ana sanayi ithalatında çok gerilerde otuz üçüncü sırada yer almıştır.

Hindistan'ın oto ana sanayi ithalatında ürün bazında ilk sırada binek otomobiller yer almaktadır. Binek otomobil ithalatı 2008 yılında bir önceki yıla göre %56 artarak 389 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat yapılan önemli ülkeler Almanya, Japonya ve Güney Kore'dir. Türkiye'nin Hindistan'a olan oto ana sanayi ihracatı 2009 yılında 630 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. İhraç edilen önemli ürünler toplu taşıma araçları ve traktörler olmuştur.

Hindistan'ı oto yan sanayi ithalatı 2009 yılında bir önceki yıla göre genel olarak azalış eğiliminde olmuştur. İthalat yapılan önemli ülkeler; Güney Kore, Almanya, Çin ve Japonya'dır. Türkiye, Hindistan'ın dünyadan oto yan sanayi ithalatında on beşinci sıradadır. Hindistan'ın en fazla ithal ettiği yan sanayi ürünleri arasında motor parçaları, dişliler-dişli sistemleri, dizel motor aksam ve parçaları, kara taşıtları için motorlar ve transmisyon milleri yer almaktadır.

Türkiye'den Hindistan'a olan oto yan sanayi ihracatı 2009 yılında bir önceki yıla göre %96 oranında, 2010 yılında %10 oranında artmıştır. İhracatın en fazla olduğu ürünler; dizel-yarı dizel motorlar, motor parçaları olmuştur. 2009 yılında oto yan sanayi ürünleri ihracatı on bir aylık değerlere göre azalma göstermiştir. Hindistan'a ihracatımızın fazla olduğu 8708 grubunda en önemli rakiplerimiz ve pazar payları G. Kore(%30,4), Japonya(%19,7), Çek Cumh.(%7,6), Çin(%6,9) ve Almanya(%6,7) olarak sıralanmıştır. 8409 grubunda yer alan içten yanmalı motor ve parçaları ithalatında ise Hindistan pazarındaki en önemli rakiplerimiz ve pazar payları ABD(%14,6), Almanya(%13,5), G. Kore(%10,7), Çin(%8,1) ve Japonya(%8) olarak sıralanmıştır.

Pompa ve Kompresörler

Pompa kompresör sektörü içinde yer alan sıvılar için pompalarda(gtıp:8413) 2009 verileri ile Hindistan'ın toplam ithalatı 575 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Hindistan'ın pompa ve kompresör

İthalatı sadece bir ürün çözümlenmiştir. 2008 yılında dünya ile İthalat değeri 2008-2009 y.manı arasında %21 oranında artış göstermiştir.

Türkiye'den Hindistan'a yaptığı pompa ihracatı 2009-2010 döneminde %21 oranında artarken, Hindistan'ın aynı dönemde dünyadan yaptığı ithalat artmıştır. 8413 grubunda Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ürünler; beton pompaları, yağ dağıtım pompaları ve bu pompaların parçalarıdır.

Pazara hakim ülkelere bakıldığında sıvı pompaları için %10'luk pay ile Çin ilk sırada yer almaktadır. ABD, S. Arabistan, BAE ve İran diğer önemli ihracatçılardır. Türkiye ise sıvı pompaları için sektörde %0,52 pay ile 28. sırada yer almaktadır.

Takım Tezgahları

Takım tezgahları, metalleri çeşitli yollarla işleyen ve imalat sanayinin ana girdilerinden birini oluşturan makine ve ekipmanlardır. Sektörün ürünleri başlıca iki kategoriye ayrılmaktadır:

- i) Talaşlı İşleme Tezgahları.
- ii) Metal Şekillendirme Tezgahları.

Talaşlı işleme tezgahları arasında yer alan başlıca ürünler: Lazer, foton, ultrasonik, elektro-erozyon yöntemiyle maddeleri aşındırarak işleyen makineler; metal işleme merkezleri, tek ve çok istasyonlu tezgahlar; torna tezgahları; delme, freze, rayba tezgahları; bileme, taşlama, cilama tezgahları; dişli, yiv vb. açma ve testere ve broş tezgahlarıdır.

Metal şekillendirme tezgahları ise: Metalleri kesme, dövme, katlama, kavislendirme vb yoluyla işleyen makine ve presler; çubuk, profil, boru tel çekme tezgahları, vida, civata, tel işleme makineleridir.

Diğer tezgahlar: Taş, beton, seramik, soğuk cam, beton işleyen makineler, testereler cilama vb. makineleri; ağaç, mantar, seramik, sert plastik ve kauçuk işleyen makineler (testereler, kalıp-freze makineleri, parlatma-taşlama makineleri, bükme-birleştirme makineleri, delik açma-zıvanalama makineleri, yarma-dilme-yapraklama makineleri); takım tezgahlarının aksam ve parçalarıdır.

Metal şekillendirme-kesme makine ve presleri (gtip: 8462)

Hindistan 2008 yılında 623 milyon dolar değerinde, 2009 yılında ise 459 milyon dolar değerinde "metal şekillendirme-kesme makine ve presleri" ithalatı yapmıştır. 2000 yılında ithalat %27 azalmıştır. İthalatta ilk beş ülke Japonya, Almanya, Çin, İtalya ve G. Kore olarak sıralanmıştır.

Türkiye söz konusu üründe 2010 yılında Hindistan'a 4,8 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. İhracat değeri 2009-2010 döneminde %4 artmıştır.

Tekstil Makineleri

Hindistan 2008 yılında 230 milyon dolar değerinde, 2009 yılında ise 181 milyon dolar değerinde dokuma tezgahı ithalatı yapmıştır. 2009 yılında ithalat %22 azalmıştır. İthalatta ilk beş ülke ve pazar payları; Belçika(%26,2), Japonya(%16,3), İtalya(%14,6), Almanya (%14,5) ve İsviçre (%12) olarak sıralanmıştır.

Türkiye söz konusu üründe 2010 yılında Hindistan'a 9 milyon dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. İhracat değeri 2008-2009 döneminde ortalama %4'lük artış gösterirken, 2009-2010 döneminde %125 artmıştır.

Türkiye'nin, 2010 yılında Hindistan'a ihraç ettiği tekstil makineleri arasında 8451(dokuma maddelerini yıkama, kurutma, ütöleme makine ve cihazları) gtip nolu ürünler bulunmaktadır. Bu ürün grubunda ihracatın fazla olduğu ürünler 845140 grubunda yer alan yıkama-ağartma makineleridir. Bu ürün grubunda Hindistan'a ihracatımız, 2009-2010 döneminde %11 artmıştır. Hindistan'ın başlıca yıkama-ağartma makineleri tedarikçileri ve pazar payları Almanya(%30,4), İtalya(%21,8), İsviçre (%13,3), Çin(%9,5), ve ABD(%3,2) olarak sıralanmıştır.

Tekstil ve Hazır Giyim Yan Sanayi

Hindistan'da tekstil ve hazır giyim sektörü, ekonominin ve ihracatın en önemli sanayileri arasındadır. Sektör, emek-yoğun özelliği nedeniyle, istihdama da önemli katkı sağlamakta; 35 milyon kişiyi (tekstil sektöründe 29 milyon, konfeksiyon sektöründe 6 milyon kişi) doğrudan, yan sanayiler yoluyla, 56 milyon kişiyi de dolaylı olarak istihdam etmektedir. Sektör istihdam açısından, tarımdan sonra, ikinci büyük sektör konumundadır. Sektörün, 2010 yılına kadar, 12 milyon kişiye daha iş sağlayacağı tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, 2005 yılında kaldırılan kotalardan dolayı, Hindistan'ın ihracatının 2010 yılında 50 milyar dolara ulaşması, iç piyasaya satışların da 50 milyar doları bulması beklenilmektedir.

Sektör; hazır giyim, pamuklu/sunî ve sentetik elyaftan tekstil, sunî ve filament iplik, yünüler, ipek, el dokumacılığı, el işleri ve jüt sanayileri gibi muhtelif alt sektörlerden oluşmaktadır. Ülkede, büyük ölçekli işletmelerin yanı sıra çok sayıda küçük ölçekli işletme de bulunmaktadır. Bu firmalar özellikle tabii (pamuklu ve yünü) iplik, ipek, el dokumacılığı ve el işleri/işlemeciliği alanlarında üretim yapmaktadır.

Hindistan, ucuz işgücü ve bol hammadde konusunda önemli bir avantaja sahiptir. Tekstil sanayinin temel girdileri olan yün, pamuk ve ipek üretiminde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer

arımaktadır. Yıllık yün üretimini 50 bin ton olup; dünyada, beş çeşit ipek üretimi tek ülkedir ve ikinci büyük ipek üreticisidir. Yılda yaklaşık 4 milyon ton üretimle, Çin ve ABD'den sonra üçüncü büyük pamuk üreticisi ve ikinci büyük pamuk ipliği üreticisidir. Suni ve sentetik iplik sanayinde de dünyanın ikinci büyük üreticisidir. Jüt üretiminde ise ilk sırada yer almaktadır.

Hindistan'da büyük miktarda pamuk üretilmesine rağmen, üretim kalitesi tekstil sanayi için yeterli olmadığından dolayı pamuk ithalatı yapılmaktadır. Üretim girdilerinden enerji, rakip ülkelere göre oldukça pahalıdır ve işgücü verimliliği düşüktür. Teknoloji, özellikle iplik sanayinde, oldukça geri, altyapı eski ve yetersizdir.

Tekstil-hazır giyim sanayi, Hindistan'ın, uluslararası piyasada rekabet edebildiği bir kaç sektörden biridir. Ülke, 2005 yılında kotaların kaldırılmasıyla, Çin'in, diğer tekstil-hazır giyim ihracatçısı ülkelerin aleyhine olmak üzere, ihracatını arttırmaya devam etmiştir. Ayrıca, Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne katılmasına dair protokoldeki koruma maddesine (safe guard clause) istinaden, ABD ve AB'nin Çin'e karşı başlattıkları kota uygulaması da Hindistan'ın ihracatını daha fazla arttırmasına yol açmıştır.

Hindistan'ın Türkiye'ye karşı, pamuklu iplik, dokuma ve spor giyim alanlarında rekabet üstünlüğü gözlenirken; suni ve sentetik iplikler ve bu ipliklerden mamul ürünlerde Türkiye daha avantajlı görülmektedir. Sarar, Crispino, Damat Tween gibi bazı Türk markaları seçkin mağazalarda yer almaktadır.

Hindistan'ın gtip 61 ve 62'de yer alan hazır giyim ithalatı 2009 yılında 112 milyon dolar olmuştur. Bu gruptaki örme giyim eşyalarında en büyük en büyük tedarikçi %36,4'lük pazar payına sahip olan Çin'dir. Çin'in, 2008-2009 döneminde Hindistan'a olan ihracatı ortalama %20 oranında azalmıştır. Bu ülkeyi sırasıyla İngiltere, Hong Kong, İtalya ve Fransa takip etmektedir. Bu ülkelere göre ihracat artış hızı düşük kalan Türkiye, %0,9'lük pazar payı ile Hindistan'ın ithalatında on üçüncü sırada yer almıştır.

2010 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği örme tekstil ürünleri arasında en önemli pay 6109 grubunda yer alan tişört, fanila ve iç giyim eşyalarına aittir. 2008 yılında Türkiye'nin toplam ihracatı %5,9 oranında azalırken, Hindistan'a yapılan ihracat %14 azalmıştır. 2009 yılında azalma devam etmiş, 2010 yılında ise %138 gibi büyük bir artış görülmüştür. Hindistan 2009 yılında gtip 6109 olan ürünleri Çin, Hong Kong ve İtalya'dan ithal etmiştir.

Hindistan'ın dokuma hazır giyim ithalatı(gtip:62) 2008 yılında %30 oranında artarak 87 milyon dolar olurken; en önemli payı 23 milyon dolarla Çin almıştır. Bu ülkeyi İtalya, Nepal, İngiltere, Hong Kong ve Fransa izlemiştir. Türkiye bu grupta %1,3'lük pay ile on altıncı sırada yer almıştır.

2010 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği dokuma hazır giyim ürünleri arasında en önemli pay 6203 grubunda yer alan erkek takım elbiselerine aittir. Hindistan 2009 yılında bu ürünleri ağırlıklı olarak İtalya, Çin ve Nepal'dan ithal etmiştir. Hindistan'ın ithalatı 2008-2009 döneminde %32 azalırken; Türkiye'nin ihracatı 2010 yılında %141 artmıştır.

Hindistan'ın yün iplik-kumaş ve pamuklu iplik-kumaş ürünleri (gtip: 51 ve52) ithalatı 2008 yılı itibarıyla 1 milyar dolar olup, bunun yaklaşık %70'ini pamuklu iplik ve kumaşlar, %30'unu ise yünlü iplik ve kumaşlar oluşturmuştur. Pamuklu ürünlerin tedarikinde Çin, ABD, Mısır ve Pakistan ön sıralarda yer alırken, yünlü iplik ve kumaşların tedarikinde ise Avustralya, Yeni Zelanda, Çin ve G. Afrika başlarda bulunmaktadır.

2010 yılında Türkiye'nin Hindistan'a ihraç ettiği pamuklu ve yünlü iplik- kumaş ürünleri arasında 5209 grubunda yer alan denim kumaşı ve 5208 grubunda yer alan pamuklu kumaşlar önemli paya sahiptir. 5209 grubunda Hindistan'ın ithalat yaptığı ülkeler başlıca ülkeler Çin, Pakistan ve %19,8'lik payı ile Türkiye'dir. 5208 grubunda Hindistan'ın ithalat yaptığı başlıca ülkeler Çin, Hong Kong, İtalya ve Romanya olup; Türkiye %3,6'lık pazar payı ile altıncı sırada yer almıştır.

Tekstil sanayi, Hindistan'ın, uluslararası piyasalarda güçlü olduğu sektörler arasında yer aldığı için her türlü iplik ve kumaşa ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle Türk firmalarının Hindistan pazarında tüm tekstil, hazır giyim girdilerinde ve tekstil ve hazır giyim ürünlerinde ihracat potansiyeli olduğu düşünülmektedir.

Hindistan - Düzenlenen Önemli Fuarlar

Milli Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

INDIA STONEMART (Jaipur - Ocak/Her Yıl)

Doğal Taş, Traverten, Granit, Fayans, Seramik, Mermer
Web Sitesi : <http://http://www.stonemart-india.com/>

Bireysel Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

Annapoorna - World of Food India - International Exhibition and Conference for the Food Industry (Mumbai - Nisan/İki Yılda Bir)

Gıda ve İçecek Teknolojileri
Web Sitesi : <http://www.koelnmesse.de>

Convergence India - Broadcast Show for New Generation Communications (Yeni Delhi - Mayıs/Her Yıl)

Bilgi Teknolojisi, İletişim
Web Sitesi : <http://www.exhibitionsindia.com>

Excon (Banglore - Kasım/İki Yılda Bir)
Yapı Teknolojileri ve Makineleri, İç İnşaat
Web Sitesi : <http://www.excon.in>

Imtex (Bangalore - Eylül/Her Yıl)
Metal İşleme Makinaları
Web Sitesi : <http://www.imtma.in>

PVC 2011 (Mumbai - Mayıs/Her Yıl)
Pompa, Kompresör, vana, valf
Web Sitesi : <http://http://pvconline.in/index.php>

SMM India - shipbuilding, machinery & marine technology - Shipbuilding Trade Fair (Mumbai - Nisan/Her Yıl)
Gemi İnşaa Sanayi
Web Sitesi : <http://www.smm-india.com>

Techtextil India-International Trade Fair for Technical Textiles and Nonwovens (Mumbai - Ekim/Her Yıl)
Tekstil
Web Sitesi : <http://www.messefrankfurtindia.in>