

दिनांक 29 अगस्त, 2012 को उत्तर दिए जाने के लिए

चीन के साथ व्यापार घाटा

1864. श्री ए. इलावरासनः क्या वाणिज्य और उद्योग मंत्री यह बताने की कृपा करेंगे कि:

- (क) क्या चीन के साथ व्यापार घाटा वर्ष 2006-07 में 9.1 बिलियन डॉलर और 2008-09 में 23.1 बिलियन डॉलर से बढ़कर वर्ष 2011-12 में लगभग 40 बिलियन डॉलर हो गया है;
- (ख) यदि हाँ, तो तत्संबंधी ब्यौरा क्या है;
- (ग) क्या सरकार ने चीन के साथ बढ़ते व्यापार घाटे को पूरा करने और वाहन के पुर्जों, औषधियों, सिले-सिलाए वस्त्रों जैसे अधिकाधिक महंगे उत्पादों के साथ चीन के बाजार में प्रवेश करने के लिए एक रणनीति दस्तावेज तैयार किया है क्योंकि चीन में उत्पादों की लागत बढ़ रही है और पूर्ण रूप से तैयार होकर चीन के बाजार में प्रवेश करने का यह सही अवसर है; और
- (घ) यदि हाँ, तो इस संबंध में क्या कदम उठाए गए हैं?

उत्तर

वाणिज्य एवं उद्योग मंत्रालय में राज्य मंत्री (श्री ज्योतिरादित्य माठ सिंधिया)

(क) और (ख) : जी, हाँ । वर्ष 2006-07 से चीन के साथ आयात-निर्यात और व्यापार घाटे का ब्यौरा नीचे दिया गया है:-

तालिका 1. भारत एवं चीन के बीच व्यापार घाटा संबंधी आंकड़े

वर्ष	आयात	निर्यात	मूल्य: यूएसडी मिलियन में व्यापार घाटा
2006-07	17,475.03	8,321.86	9,153.17
2007-08	27,146.41	10,871.34	16,275.07
2008-09	32,497.02	9,353.50	23,143.52
2009-10	30,824.02	11,617.88	19,206.14
2010-11	43,479.76	15,520.60	27,959.16
2011-12(अ)*	57,554.44	17,902.98	39,651.46

(अ) * - अनंतिम (स्रोत: डीजीसीआई एंड एस)

(ग) और (घ) : व्यापार घाटे को कम करने की दृष्टि से विनिर्मित वस्तुओं पर जोर देते हुए व्यापार वस्तु समूह का विविधीकरण करने के प्रयास किए जा रहे हैं । हम चीन के बाजारों में विभिन्न तरीकों से गैस-टैरिफ बाधाओं से निपटने के लिए बाजार पहुंच संबंधी मुद्दों पर भी कार्य कर रहे हैं । आर्थिक संबंध, व्यापार, विज्ञान तथा प्रौद्योगिकी विषय पर मंत्रीस्तरीय भारत-चीन संयुक्त दल है, जो व्यापार से जुड़े मुद्दों पर नियमित रूप से विचार करता है । चीन की कम्पनियों के साथ संबंधों में वृद्धि करने तथा चीन के बाजार में भारतीय उत्पादों का प्रदर्शन करने के लिए चीन में प्रमुख व्यापार मेलों में भागीदारी करने के लिए भारतीय निर्यातकों को प्रोत्साहित किया जाता है । व्यापार मेलों में भारतीय निर्यातकों के भाग लेने से वह चीन के आयातकों को प्रमुख भारतीय उत्पादों के बारे में जानकारी देते हैं । बाजार पहुंच पहल (एमएआई) बाजार विकास सहायता (एमडीए) जैसी स्कीमों के जरिए व्यापार-सह-व्यापार संबंधों को प्रोत्साहित किया जाता है ।

.....