RESEARCH HUB – International Multidisciplinary Research Journal (RHIMRJ)
Research Paper
Available online at: www.rhimrj.co.in

भारतीय विदेशी व्यापार पर विश्व व्यापार संगठन का प्रभाव

Dr Pramod Kumar Dhayal

Associate Professor, S.R.R.M Government College, Jhunjhunu, Rajasthan

Abstract:
विश्व व्यापार संगठन तीन प्रमुख अंतरराष्ट्रीय संगठनों में से एक है (अन्य अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष और विश्व बैंक हैं) जिस पर दुनिया की आर्थिक व्यवस्था टिकी हुई है। यह व्यापार के लिए नए बाजार खोलने और अंतर्राष्ट्रीय व्यापार को बढ़ावा देने के लिए व्यापार बाधाओं को कम करने के लिए सबसे शक्तिशाली संस्था के रूप में उभरा है। विवादों के निपटारे में, विकासशील देशों के उत्थान में, बातचीत करने में, या अन्य संगठनों के साथ सहयोग बनाने में इसकी भूमिका, वैश्विक व्यापार प्रणाली के कामकाज के लिए बहुत महत्वपूर्ण रही है। हालाँकि आगे कई चुनौतियाँ हैं, डब्ल्यूटीओ उनके समाधान की दिशा में लगातार काम कर रहा है। अब समय आ गया है जब विश्व व्यापार संगठन को 'मुक्त व्यापार' के बजाय 'निष्पक्ष व्यापार' पर अधिक ध्यान केंद्रित करना चाहिए और विकासशील देशों के लिए अधिक अवसर पैदा करना चाहिए ताकि वे विकसित राष्ट्रों के बराबर आ सकें। तभी इन चुनौतियों से पार पाया जा सकेगा। हम यह कह सकते है कि विश्व व्यापार संगठन का भारतीय विदेश व्यापार पर सकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। भविष्य में और अधिक लाभ मिलने की संभावनाएं होगी जब हम अपने आप को अंतर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा का सामना करने के लिए सक्षम हो जायेंगे। देश के अंदर सभी सुविधाएं उपलब्ध हैं केवल उनका सही उपयोग करना है तथा ऊर्जा या बिजली के उत्पादन में सुधार करने की आवश्यकता है। यदि ऐसा करने में हम सफल रहे तो संकल्प सत्य सिद्ध होगा कि 21वीं सदी हमारी है।

Keywords: विश्व व्यापार संगठन, भारत, विदेशी, आयात निर्यात।

शोध विस्तार :– प्राचीन काल में भारत का विदेशी व्यापार बहुत ही उन्नत दशा में था। यहां के व्यापारी जलयानों के माध्यम से दूर–दूर के देशों में व्यापार हेतु जाते थे। विदेशों में भारत एक वैभवशाली राष्ट्र के रूप में जाना जाता था। विदेशी लोग इसे 'सोने की चिड़िया' के नाम से पुकारते थे। सुदूरवर्ती देशों से भी व्यापारी यहां अपनी वस्तुओं को बचने आते थे। बड़े–बड़े जहाजी बेड़ों के साथ भारतीय व्यापारी पश्चिम एशिया तथा यूरोपीय देशों में व्यापार हेतु जाया करते थे। हमारे देश में निर्मित ढाका की मलमल विश्व प्रसिद्ध थी। भारत की निर्यात की प्रमुख वस्तुओं में धातु का सामान, सूती कपड़ा, हाथी दाँत से बनी वस्तुएँ, रंग, इत्र, कलात्मक वस्तुएँ तथा मसाले आदि थे। इसके अतिरिक्त अरब, फारस तथा यूरोप में यहां से लोहा तथा इस्पात भी भेजा जाता था। इस विदेशी व्यापार से ढेर सारा सोना भारत आया। भारत के वैभव एवं सम्पन्नता से आकर्षित होकर तमाम विदेशी यात्री भारत आये। भारत पर विदेशी आक्रमण होने का प्रमुख कारण यहां की अकूत धन–सम्पत्ति तथा सम्पन्नता थी। यहां के मुस्लिम शासकों ने भी विदेशी व्यापार पर पर्याप्त ध्यान दिया तथा उसको प्रोत्साहित किया। तत्कालीन विदेशी व्यापार की विशेषता यह थी कि भारत का सदा ही निर्यात आधिक्य रहता था। मुगल काल में विदेशी व्यापार में वृद्धि के उद्देश्य से थल मार्गो का निर्माण किया गया। यहां की सम्पन्नता से आकर्षित होकर ही पुर्तगाली तथा अंग्रेज व्यापारी भारत आए और धीरे–धीरे यहां के स्थानीय शासकों की कमजोरियों का फायदा उठाते हुए देश पर अपना प्रभुत्व जमा लिया। इस तरह भारत ब्रिटिश शासन का एक उपनिवेश बन कर रह गया।[1]

ब्रिटिश शासन के अधीन भारत के विदेशी व्यापर का ढ़ाँचा ही बदल गया। अपनी राजनैतिक शक्ति के आधार पर इंग्लैण्ड ने भारत के साथ विदेशी व्यापार की शोषणयुक्त दोहरी नीति अपनाई जिसके अनुसार ब्रिटेन में निर्मित वस्तुएँ तो भारत में स्वतंत्रतापूर्वक बिक सकती थीं परंतु सही सुविधा भारत के लिए नहीं थी। इस तरह, भारत के निर्यात को हतोत्साहित किया गया। धीरे–धीरे भारत के उद्योग धंधे नष्ट होते गए। भारत ब्रिटेन में बनी वस्तुओं का प्रमुख ग्राहक बन गया। इस दौरान भारत कच्चे माल का निर्यातक तथा पक्के माल अथवा निर्मित वस्तुओं का आयातक देश हो गया। इस तरह, भारतीय अर्थव्यवस्था को ब्रिटेन के हितों को पूरा करने का एक साधन मात्र बना दिया गया।

अंग्रेजों की मुक्त व्यापार नीति ने देश के कुटीर उद्योगों को भी नष्ट कर दिया। देश में छोटी–छोटी वस्तुओं तक का उत्पादन बंद हो गया क्योंकि वे इंग्लैण्ड से ही आयात की जाती थीं। सन् 1929–30 की महान् विश्वव्यापी मंदी ने भारत के विदेशी व्यापार को बुरी तरह प्रभावित किया। इस मंदी के फलस्वरूप कृषि उत्पादों के मूल्यों में गिरावट आ गई जिसके कारण हमारे निर्यात से प्राप्त आय काफी कम हो गयी। द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान कच्चे माल की मांग और कीमतों में वृद्धि हुई जिसके परिणामस्वरूप देश की निर्यात आय बढ़ गयी। वर्ष 1938–39 में 163 करोड़ रू0 का तथा 1939–40 में 204 करोड़ रू0 का निर्यात किया गया जबकि 1939–40 में 165 करोड़ रू0 का सामान आयात किया गया। यह प्रदर्शित करता है कि उस समय व्यापार संतुलन भारत के पक्ष में था। विश्वयुद्ध के पश्चात् भारत के निर्यात व्यापार पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ा। देश में उपभोक्ता और पूंजीगत वस्तुओं की माँग बढ़ने लगी। साथ ही

2016, RHIMRJ, All Rights Reserved ISSN: 2349-7637 (Online)

युद्धकाल से ही देश में खाद्यानों की कमी की समस्या उत्पन्न हो गयी जिसे दूर करने के लिए विदेशों से खाद्यान्न मंगाने की आवश्यकता पड़ी। इस तरह, युद्धोपरांत देश के आयात में अत्यधिक वृद्धि हो गयी जबकि निर्यात में इसी अनुपात से वृद्धि नहीं हो पाई, इस तरह, स्वतंत्रता प्राप्ति के समय तक देश के विदेशी व्यापार का ढांचा ही बदल गया और हमारा व्यापार संतुलन प्रतिकूल स्थिति में आ गया। स्वतंत्रता प्राप्ति के समय 1947 में भारत का विदेशी व्यापार उपनिवेशवादी व्यापार का रूप लिए हुए था।[2]

प्राचीन काल से ही भारत के लिए विदेशी व्यापार बेहद महत्वपूर्ण रहा है। आज से हजारों वर्ष पूर्व भी भारत के व्यापारिक संबंध पश्चिम एशिया एवं यूरोपीय देशों से थे। उस समय भारत का सदा ही निर्यात आधिक्य रहता था। इसलिए भारत को 'सोने की चिड़िया' कहा जाता था। लेकिन यह क्रम अधिक समय तक न चल सका। ब्रिटिश सरकार द्वारा अपनी राजनीतिक शक्ति के आधार पर भारतीय व्यापार के ढ़ांचे को बिल्कुल उलट दिया गया और उन्होंने दोहरी व्यापार नीति अपनाई। इंग्लैण्ड में निर्मित माल को बिना किसी प्रतिबंध के आयात किया जाने लगा और भारत में उत्पादित माल के निर्यात को हतोत्साहित किया गया।

केन्द्रीय वाणिज्य और उद्योग मंत्री आनंद शर्मा ने वर्ष 2009–14 की अवधि के लिए विदेश व्यापार नीति की घोषणा 27 अगस्त, 2009 को की। विदेश व्यापार नीति, सरकार की वह नीति हैं जिसके माध्यम से आयात और निर्यात का संचालन किया जाता है। भारत में विदेशी व्यापार नीति हर पांचवे वर्ष पर घोषित की जाती है। वैश्विक मंदी के इस दौर में नई विदेश व्यापार नीति का तात्कालिक उद्देश्य निर्यात में गिरावट को रोकना और इसके गिरावट की प्रवृत्ति को प्रतिवर्तित करना हैं। साथ ही आर्थिक मंदी से ज्यादा प्रभावित क्षेत्रों को अतिरिक्त सहायता मुहैया कराना भी इसका प्रमुख लक्ष्य है। इन उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए विदेश व्यापार में बहुविध प्रयास किए गए है। ''नई विदेश व्यापार नीति में सरकार ने 26 नए उभरते बाजारों की पहचान की है, जो निर्यात के लिहाज से बेहतर विकल्प साबित हो सकते हैं। इसके अतिरिक्त ऑर्डर मिलने के साथ निर्यात में विविधीकरण भी होगा जिसका सीधा लाभ देश को मिलेगा।''[3]

फोकस प्रोडक्ट स्कीम और फोकस मार्केट स्कीम के तहत मिलने वाले प्रोत्साहन को बढ़ाया गया है और नई नीति में इन योजनाओं के दायरे में कई अन्य उत्पादों को शामिल किया गया है। वित वर्ष 2010–11 के लिए 200 अरब डॉलर निर्यात लक्ष्य तय करने वाली इस नीति में वर्ष 2014 तक निर्यात को दोगुना करने की बात कही गई है। वित्त वर्ष 2020 तक वैश्विक बाजार में भारत की हिस्सेदारी दोगुना करने की योजना है। विदेश व्यापार के लिये प्रेरक नीतिगत वातावरण प्रदान करने के लिए ड्यूटी एग्जंपशन पास बुक (ईपीबी) स्कीम की अवधि दिसंबर 2010 तक लिए बढ़ा दी गई है। धारा 10 (ए) के तहत उद्योग और धारा 10 (बी) के तहत 100 प्रतिशत निर्यातोन्मुख इकाइयों (ईओयू) को मिलने वाली कर छूट एक साल और अर्थात् मार्च 2011 तक जारी रहेगी।

पिछले दो सालों में विश्व का निर्यात 3 प्रतिशत से भी कम बढ़ा है। यदि भारत को तीन प्रतिशत से ज्यादा की वृद्धि दर दर्ज करनी है तो यह बाजार में किसी दूसरे देश के हिस्से की जगह पर करनी होगी। स्पष्ट रूप से यह आसान कार्य नहीं है। विश्व में व्यापार की वृद्धि विश्व में आय की वृद्धि पर आधारित है। विकसित देशों के समूह विश्व तथा व्यापार, दोनों ही में वर्चस्व बनाए हुए हैं।[4]

देश का निर्यात कम होने के क्या कारण है और क्यों हुआ, इसका जवाब काफी वृहद है। इसका कारण देश के अंदर भी है और बाहर भी। यदि आपका उत्पादन लागत आपके प्रतिद्वंद्वियों से अधिक है तो इसके लिए आपको बैठकर गहन विचार–विमर्श करने और सोचने की आवश्यकता है। और यदि आपके उत्पाद आपके प्रतिद्वंद्वि की तुलना में बेहतर नहीं है तो इसका कारण अंदरूनी है। यहां इसका भी जिक्र करना उचित होगा कि आपके उत्पाद की लागत और गुणवत्ता के बावजूद यदि देश में आपके लक्षित ग्राहकों की क्रय शक्ति में कमी आती है। तब भी आप प्रभावित होंगे और आपको डिमांड (मांग) की समस्या से जूझना होगा। इस हालात में आप सिर्फ यह कर सकते हैं कि आप अपने उत्पादों की विक्रय दर घटा दें। घरेलू बाजार में टेलीविजन, एयरकंडीशनर आदि बनाने वाली कंपनियां बिल्कुल यही कर रही है। परंतु अंतर्राष्ट्रीय व्यापार में ऐसा करना आसान नहीं है। आपके प्रतिद्वंद्वि भी ऐसा कर सकते है और यदि उनका लागत मूल्य कम है तो उनके लिए ऐसा करना और भी आसान हो जाएगा। विश्व व्यापार संगठन ने इस स्थिति को नियंत्रित करने का प्रयास किया हैं।

हमारा निर्यात कुछ देशों की मांग पर निर्भर करता हैं। मात्र 24 विकसित देश ही हमारे पूरे निर्यात का आधा हिस्सा खरीदते है। इसमें से भी 15 देश ही हमारे पूरे निर्यात का 42–45 प्रतिशत भाग खरीदते है। इसलिए जब भी इन देशों की आर्थिक स्थिति बिगड़ती है तब हमारा निर्यात भी बुरी तरह प्रभावित होता है। टेक्सटाइल और रेडीमेड वस्त्रों के क्षेत्र में अब हमारी पकड़ वैसी नहीं रही जैसी पहले थी। जबकि विकसित देशों में हमारा निर्यात काफी अच्छा नहीं रहा है, रेडीमेड वस्त्रों में निर्यात की अपनी विकास दर कायम रखी है। रेडीमेड वस्त्रों के क्षेत्र में बेहतर प्रदर्शन का कारण यह भी रहा है कि इन देशों के उपभोक्ताओं की आय में कमी आने के बावजूद उन्होने इनको खरीदना जारी रखा है। चमड़ा और चमड़े की वस्तु, हाथ की बनी कालीनें, हैंडिक्राफ्ट्स आदि के क्षेत्रों में हमारे प्रतिद्वंद्वियों ने अच्छा किया है और वे कम लागत में बेहतर गुणतत्ता वाली वस्तुएं उपलब्ध करा रहे है। नब्बे के दशक में हमारे निर्यात का एक चौथाई हिस्सा केवल टेक्सटाइल और रेडीमेड वस्त्र था। इसलिए यह जाहिर है कि यदि हमें अपने निर्यात विकास दर को बढ़ाना है तो इन क्षेत्रों में फिर से हमें काफी ध्यान देना होगा।[5]

2016, RHIMRJ, All Rights Reserved

ISSN: 2349-7637 (Online)

एक कारण और भी है वह यह कि ये उद्योग अन्य उद्योगों की तुलना में काफी बड़ी संख्या में रोजगार के अवसर उपलब्ध कराते है। इसी वजह से निर्यात में कमी आने के कारण बेराजगारी भी काफी बढ़ी है। जेवरात और कीमती पत्थरों के व्यापार को भी सहयोग एवं समर्थन की नितांत आवश्यकता हैं। इनमें उन पुरानी घिसी–पिटी बातों के अलावा कुछ भी नया नहीं है। उदाहरण के तौर पर इसमें लागत कम व गुणवत्ता बढ़ाने के लिए तकनीक विकसित करने, आसान और सस्ते ऋण, विशेष टेक्सटाइल पार्क की गयी है। इसमें दो मत नहीं कि यह सभी चीजें आवश्यक है लेकिन इसे कौन मुहैया कराएगा और इसे व्यवहार में कैसे लाया जाएगा निर्यात पर से सभी मात्रात्मक प्रतिबंध को हटाया जाना सही कदम हैं। इससे निर्यात को बढ़ावा मिलेगा क्योंकि निर्यात पर से मात्रात्मक प्रतिबंध हटाये बिना उल्लेखनीय उछाल नहीं लाया जा सकता है। यह नीति देश की निर्यातोन्मुख विकास नीति के नये युग में ही जाएगी। यूरोपीय देश ही नहीं, चीन के मुकाबले ही भारत की स्थिति कमजोर रही है। निर्यात बढ़ाने के लिए सरकार ने पिछले कुछ वर्षो के दौरान आवश्यक कदम तो अवश्य उठाये है लेकिन लालफीता शाही तथा अंतर्राष्ट्रीय प्रतियोगिता के कारण भारत की गति बेहद धीमी रही है। विफलताओं के अनुभव को ध्यान में रखकर ही इस नीति में लघु उद्योगों, हस्तशिल्प तथा निर्यात से जुड़ी इकाइयों के लिए विशेष सुविधाओं और प्रोत्साहनों की घोषणा की हैं। साथ ही कृषि और ग्रामीण अर्थव्यवस्था के महत्व को स्वीकारते हुए इसे सर्वाधिक महत्व दिया गया है।[6]

औद्योगिक कलस्टरों को विशेष प्रोत्साहन देने सरलता से हौजरी तथा पोटरी उद्योग में निर्यात की अपार संभावनायें बढ़ा सकेंगे। इन क्षेत्रों में वित्तीय प्रोत्साहन सरलता से मुहैया कराने, शुल्क वापसी की समय सीमा निर्धारित करने और कर लाभ का प्रावधान किया जाना चाहिए था। नई नीति उद्योगों की उम्मीदों के अनुरूप है। इससे उद्योग अपनी भावी नीति तय कर निर्यात की दिशा में आगे बढ़ सकेंगे। विशेष रूप से घरेलू इलेक्ट्रोनिक हार्डवेयर उद्योग की लगभग सारी इच्छाये पूरी कर दी गई हैं। इलेक्ट्रोनिक हार्डवेयर की हजारों इकाईयों के अस्तित्व पर अगले दो तीन वर्षों में गंभीर संकट के आसार बन गये थे। क्योंकि सूचना औद्योगिकी समझौते लागू होने के कारण अन्य देशों से मुकाबला करना कठिन होता विशेष आर्थिक क्षेत्रों में विदेशी बैंकिंग इकाई स्थापित करने तथा सस्ती ब्याज दरों पर ऋण उपलब्ध होने से निर्यातकों को अंतर्राष्ट्रीय प्रतियोगिता में टिकने में भी आसानी होगी। निर्यात बढ़ाने के लिए कुछ महत्वपूर्ण मुद्दों पर ध्यान देना होगा। निर्यात संवर्धन परिषदों की भी आर्थिक मदद मिलनी चाहिए क्योंकि वे निर्यात बढ़ाने में सहायता करता है। भारतीय विशेष आर्थिक क्षेत्रों को प्रोत्साहन देने के लिए विशेष श्रम कानून बनाने की जरूरत है। क्योंकि इससे भारत की प्रतिस्पर्द्धात्मक क्षमता विश्व स्तर पर बढ़ सकती है। चीन ने इसी तरह की नीति अपना कर अपनी बढ़त बनायी है।[7]

हमारे निर्यात में कुछ विकसित देश विभिन्न झूठे आरोप लगाकर प्रतिबंधित कर देते हैं जैसे अमेरिका ने पूर्व में हमारे सिल्क के उत्पादों पर यह आरोप लगाकर प्रतिबंधित कर दिया था कि ये ''भारतीय सिल्क साड़िया अधिक ज्वलनशील हैं जबकि यह पूर्ण रूप से असत्य व मनगढ़त विचार थे। इसी प्रकार एंटीडंपिंग का आरोप लगाकर तथा छीगे के निर्यात पर भी गलत आरोप लगाकर निर्यात में अवरोध उत्पन्न किया जाता है। इसका हमें खुलकर विरोध करना चाहिए जिससे भविष्य में कोई देश ऐसा न कर सके। अमेरिका ने हमारे कालीन आयात करने से मना कर दिया था और यह तर्क दिया था कि इन कालीनों के निर्माण में बाल श्रमिकों का उपयोग किया गया है जबकि हमारे सामने ऐसा करने की बाध्यता है क्योंकि बाल श्रमिकों के द्वारा कुछ परिवारों का जीविकोपार्जन चलता है।[8]

जब से आयात का मात्रात्मक प्रतिबंध समाप्त हो गया है तब से हमारा निर्यात बढ़ा है। जैसे हमारे सामने यह भय था कि मात्रात्मक प्रतिबंध समाप्त होने पर देश में विदेशी सामान का आयात बढ़ जायेगा लेकिन चीनी उत्पादों को छोड़कर अन्य देश के सामान भारतीय बाजार में अपनी पैठ नहीं बना पाये। चीन के उत्पाद सस्ते हैं सस्ते व सृजनात्मक हैं लेकिन गुणवत्ता निम्न व स्थायित्व का अभाव है तथा स्वास्थ्य के लिए हानिकारक हैं जिन उपभोक्ताओं को इसकी जानकारी हैं वे चीन के आयातीत सामान खरीदनें एवं उपयोग करने से बचते हैं। इस प्रकार चीन के उत्पाद लम्बे समय तक बाजार में नहीं टिक पायेंगे। कृषि उत्पादों का निर्यात वर्ष 2000–01 में 47.31 लाख टन से बढ़कर 2004–05 में 118.7 लाख टन तक पहुंच गया है। यह हमारे निर्यात के लिये एक अच्छा संकेत है। हमारे विदेश व्यापार अर्थात निर्यात की सबसे बड़ी संभावना सूती वस्त्र उद्योग से है। इसका निर्यात तो बढ़ रहा है। ''लेकिन भारतीय कपड़ा उद्योग को अमेरिका में कड़ी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है। बांग्लादेश जैसे छोटे देशों के निर्यातक अमेरिका में तेजी से अपनी पैठ बना रहे हैं। उद्योग मंडल फिक्की के एक अध्ययन में कहा गया है कि चीन के अलावा इंडोनेशिया, वियतनाम और बांग्लादेश जैसे देशों का 2009 में अमेरिकी बाजार में भारत के मुकाबले बेहतर प्रदर्शन रहा।''[9] अतः हमें भी प्रतिस्पर्धा में आगे बने रहने के लिए नवाचार (नवीन तकनीकों), उच्च गुणवत्ता तथा निम्न लागत का ध्यान रखकर कपड़ा उत्पादन करने का प्रयास करना होगा तभी भविष्य में हमारे कपड़े का विदेशी बाजार हमारे हाथों में सुरक्षित रह सकता है। भारत के पास अपार प्राकृतिक संसाधन व ज्ञान आधारित अर्थव्यवस्था के साथ–साथ युवाओं की जनसंख्या के कारण संभावनाएं अत्यधिक है। केवल उचित प्रबंधन व चेतना की आवश्यकता है। यदि हम ऐसा करने मे सफल रहे तो हम विश्व व्यापार में अपनी हिस्सेदारी और अधिक बढ़ाने में कामयाब रहेगें।

निष्कर्ष :– हम कह सकते है कि विश्व व्यापार संगठन का भारतीय विदेश व्यापार पर कुछ सकारात्मक तथा कुछ नकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। विश्व व्यापार में भारत की हिस्सेदारी बढ़कर अब 1.1 प्रतिशत हो गई है जो एक अच्छा संकेत है। हमारे विदेश व्यापार का स्वरूप वृहद होता जा रहा तथा अभी भी हमारा आयात निर्यात से अधिक है लेकिन कुछ क्षेत्रों में अपार निर्यात सफलता मिल रही है

जैसे हार्डवेयर व साफ्टवेयर, सूती वस्त्र उद्योग, हस्तशिल्प, कृषि उत्पाद के निर्यात में हमारी अच्छी उपलब्धि है। विश्व व्यापार संगठन के प्रावधानों के लागू हो जाने पर अब निर्यात का आधार प्रतिस्पर्धा, लागत व गुणवत्ता है। हमारे उद्योगों में प्रतिस्पर्धा का सामना करने की शक्ति है और कर भी रहे है। लागत को कम करने में भी हम सक्षम है। क्योंकि हमारे पास सस्ता श्रम उपलब्ध है। गुणवत्ता भी हमारे उत्पादों की अच्छी है। ऐसे में देश के निर्यात के बढ़ने की प्रबल सम्भावना दिखाई देती है। हमारे सामने प्रतिस्पर्धा में हमसे आगे केवल चीन है लेकिन चीन का आगे होने के पीछे मुख्य कारण उसकी मुद्रा का विनिमय दर है लेकिन इसके द्वारा दीर्घकाल तक आगे बढ़ने की संभावना कम होती है बल्कि भविष्य में इसका नुकसान भी उठाना पड़ता है।

संदर्भ सूची

1. https://www.investopedia.com/terms/w/wto.asp
2. https://www.britannica.com/topic/World-Trade-Organization
3. https://www.unwto.org/
4. https://www.mfat.govt.nz/en/trade/our-work-with-the-wto/
5. https://www.imf.org/en/About/Factsheets/Sheets/2022/imf-and-the-world-trade-organization
6. HTTPS://WWW.AJOL.INFO/INDEX.PHP/NAUJILJ/ARTICLE/VIEW/195180/184364
7. https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/inbrief_e/inbr_e.htm#:~:text=In%20brief%2C%20the%20World%20Trade,predictably%20and%20freely%20as%20possible
8. https://www.drbrambedkarcollege.ac.in/sites/default/files/Globalization%20and%20WTO.pdf
9. https://blog.ipleaders.in/international-trade-law/#World_Trade_Organization_WTO

2016, RHIMRJ, All Rights Reserved

ISSN: 2349-7637 (Online)