



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

بررسی فرصت‌های تجارت بین‌الملل با کشور سوئد



تهیه و تنظیم:

واحد بازاریابی و روابط بین‌الملل

آبان ماه ۹۹

شناسنامه پژوهش

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

کد شناسایی: ۲۱۱۲۱۹۹۰۸۱۴

تهیه و تنظیم: واحد بازاریابی و روابط بین‌الملل

پژوهشگر: صادق صابری، الهام عباسی و فاطمه نورشرق

تاریخ انتشار: آبان ماه ۱۳۹۹

صاحب‌امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان



پیشگفتار

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

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



۱ مقدمه

پادشاهی سوئد کشوری است در شمال اروپا در شبه جزیره اسکاندیناوی که از غرب با کشور نروژ، از شمال شرق با کشور فنلاند، از شرق با خلیج بوتنی، از جنوب شرقی با دریای بالتیک و از جنوب غربی با کشور دانمارک همسایه است. پایتخت و بزرگترین شهر این کشور شهر استکهلم است. سوئد با مساحت ۴۴۹,۹۶۴ کیلومتر مربع، ششمین کشور بزرگ اروپا (با احتساب روسیه و ترکیه) از نظر مساحت می باشد. جمعیت سوئد بیش از ۹,۶ میلیون نفر است که تقریباً ۷,۹ میلیون نفر آن را سوئدی ها تشکیل می دهند. این کشور با تعداد ۲۱ نفر در هر کیلومتر مربع تراکم جمعیت پایینی دارد و بیشتر این جمعیت نیز در جنوب سوئد مستقر هستند. همچنین بیش از ۸۵٪ مردم سوئد در ناحیه شهری زندگی می کنند.

حکومت کشور سوئد پادشاهی مشروطه است و دولت به شکل پارلمانی اداره می گردد. پادشاه در این کشور مقامی تشریفاتی است و کشور را نخست وزیر اداره می کند. پس از پایان جنگ سرد، سوئد در تاریخ ۱ ژوئن ۱۹۹۵ به کشورهای عضو ناتو پیوست اما بعدها همانند کاری که در قبال منطقه یورو کردند، با یک فراندوم از ناتو خارج شدند. سوئد همچنین عضو سازمان ملل متحد، شورای اروپا، سازمان تجارت جهانی، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، شورای نوردیک و مدل نوردیک می باشد. سوئد سرانه ی تولید ناخالص داخلی بالایی دارد و از جایگاه خوبی در جنبه های مختلف داخلی مانند کیفیت زندگی، آزادی شهروندی، بهداشت، آموزش، اختلاف طبقاتی، رفاه و توسعه انسانی دارد.

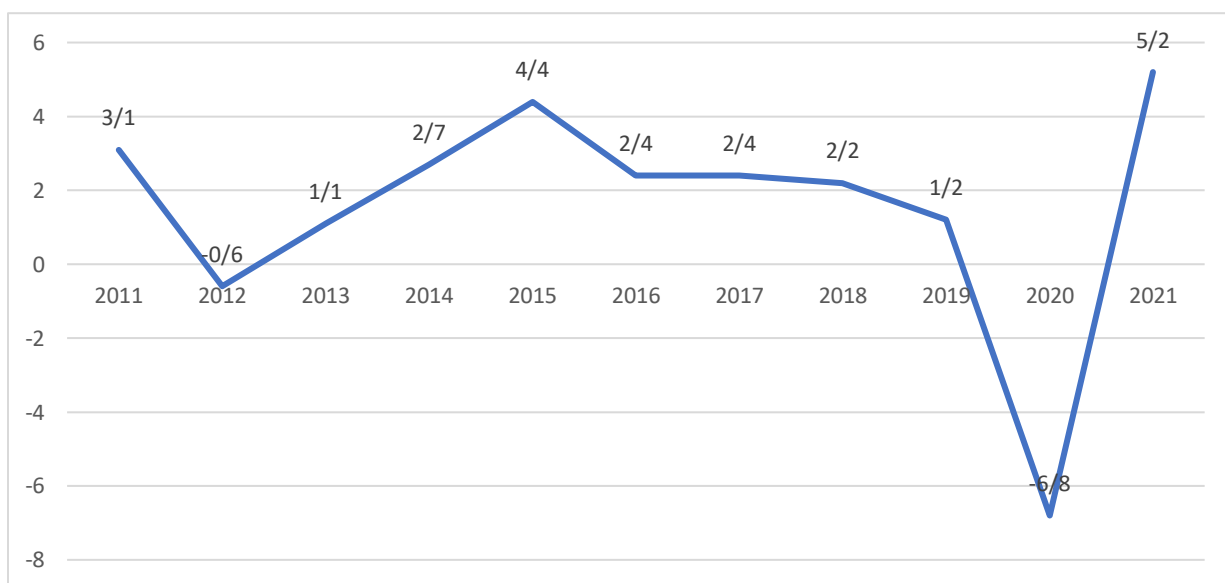
۲ اقتصاد سوئد

اقتصاد سوئد که به دلیل وابستگی به تجارت بین‌الملل متأثر از عوامل و تغییرات خارجی است، در جریان بحران مالی جهانی و بحران منطقه یورو دچار رکود شد. اقتصاد این کشور در سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۱۶ دوباره به جریان افتاد اما باین حال، رشد اقتصادی در سال ۲۰۱۹ مجدداً کاهش پیدا کرده و به ۱,۲٪ رسید.

طبق پیش‌بینی‌های به‌روز شده صندوق بین‌المللی پول از ۱۴ آوریل ۲۰۲۰، با توجه به شیوع COVID-۱۹، انتظار می‌رود رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۰ به ۶,۸- درصد کاهش یابد و در سال ۲۰۲۱ به ۵,۲ درصد برسد.

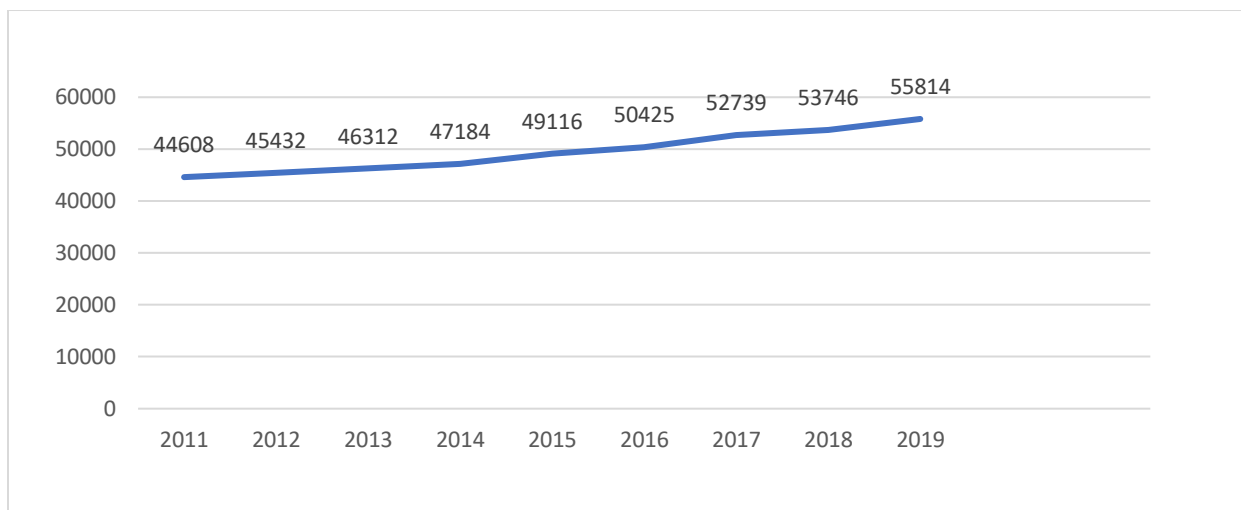
سوئد جز معدود اقتصادهای پیشرفته اروپا است که هم‌مازاد حساب‌جاری و هم‌بدهی عمومی پایین داشته است. بدهی ناخالص در سال ۲۰۱۹ به ۳۶,۹٪ کاهش یافت و انتظار می‌رود در دو سال آینده روند نزولی خود را ادامه دهد و در سال ۲۰۲۰ به ۳۵,۴٪ و در ۲۰۲۱ به ۳۳,۸٪ برسد که این مسئله به دولت این امکان را می‌دهد تا موقعیت مالی انبساطی قوی را حفظ کند.

نمودار ۱- روند رشد اقتصادی واقعی سوئد و پیش‌بینی آن در سال ۲۰۲۱- درصد



منبع داده‌ها: صندوق بین‌المللی پول

نمودار ۲- سرانه تولید ناخالص داخلی - دلار

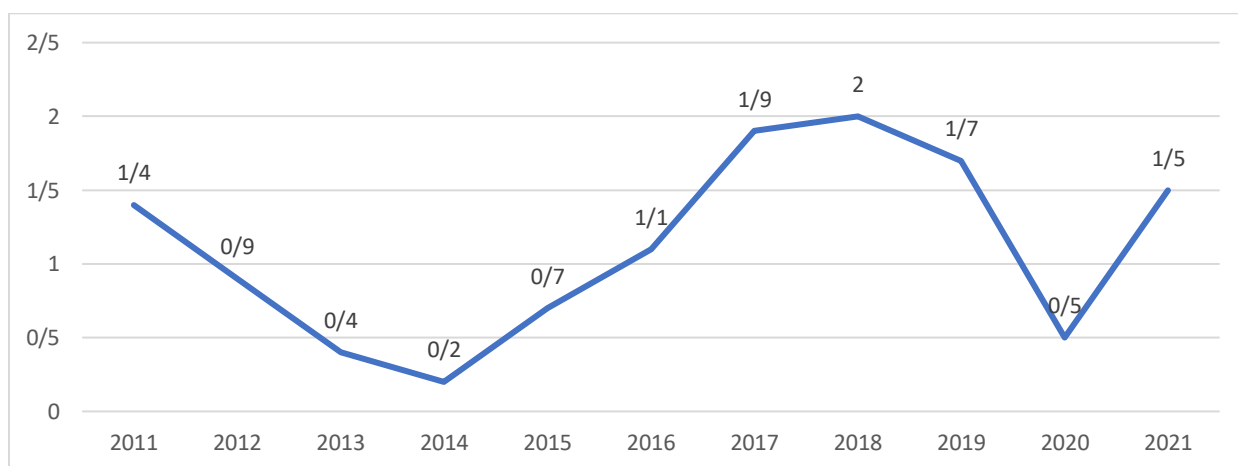


منبع داده‌ها: بانک جهانی

۲.۱ نرخ تورم

نمودار (۳) نرخ تورم کشور سوئد را نشان می‌دهد. مطابق با این نمودار نرخ تورم کشور سوئد از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸ روند صعودی داشته و پس از آن در سال ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ کاهش یافته است. پیش‌بینی می‌شود مجدداً در سال ۲۰۲۱ درصد نرخ تورم مصرف‌کننده با ۱ درصد افزایش نسبت به سال قبل به ۱/۵ درصد برسد.

نمودار ۳- درصد نرخ تورم مصرف‌کننده

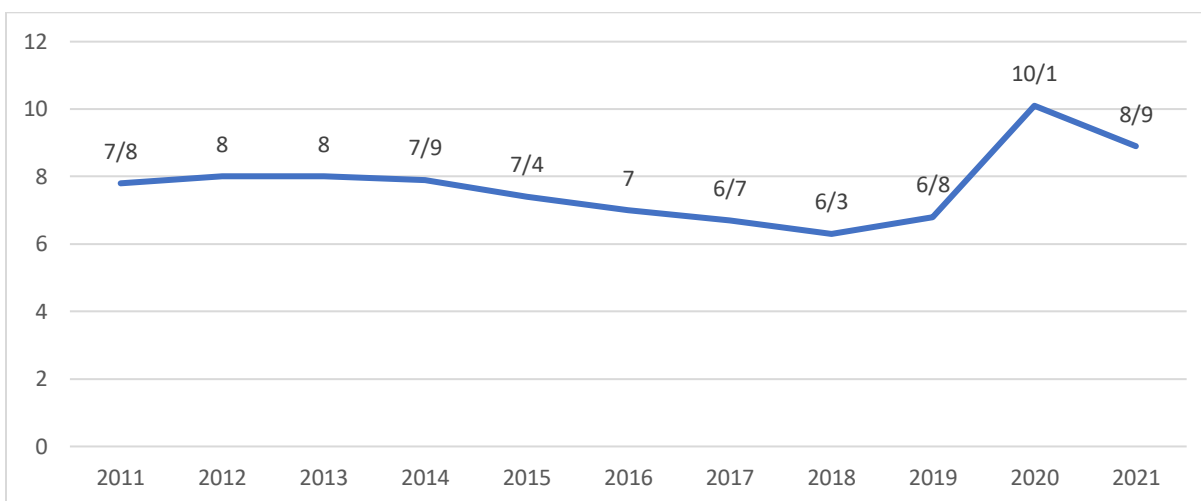


منبع داده‌ها: صندوق بین‌المللی پول

۲.۲ نرخ بیکاری

نرخ بیکاری در کشور سوئد طی ۲۰۱۹-۲۰۱۱ همواره در بازه ۶/۳ تا ۸ درصد در تغییر بوده است ولی روند ایجاد شغل در سال ۲۰۱۹ کند شد و بیکاری از ۶,۳ درصد در سال قبل به ۶,۸ درصد افزایش یافت. در سال ۲۰۲۰ با افزایش ۳/۳ درصدی نرخ بیکاری به ۱۰/۱ رسیده است. پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۱ درصد نرخ بیکاری کاهش یابد و به ۸/۹ درصد نزول پیدا کند.

نمودار ۴- نرخ بیکاری-درصد



منبع داده‌ها: صندوق بین‌المللی پول

۲.۳ شاخص‌های سهولت کسب‌وکار کشور

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

جدول (۱): شاخص‌های سهولت کسب و کار بر اساس گزارش کسب و کار (۲۰۲۰)

رتبه سوئد	رتبه ایران	مؤلفه‌ها
۳۹	۱۷۸	شروع کسب و کار
۳۱	۷۳	دریافت مجوزهای ساخت
۱۰	۱۱۳	دریافت برق
۹	۷۰	ثبت مالکیت
۸۰	۱۰۴	دریافت اعتبار
۲۸	۱۲۸	حمایت از سرمایه‌گذاران خرد
۳۱	۱۴۴	پرداخت مالیات
۱۸	۱۲۳	تجارت فرامرزی
۳۹	۹۰	اجرای قراردادهای
۱۷	۱۳۳	حل و فصل ورشکستگی

منبع: بانک جهانی

۲.۴ بررسی شاخص‌های اقتصادی سوئد در سه ماهه اول ۲۰۲۰

بر اساس گزارش مرکز ملی آمار سوئد تولید ناخالص داخلی این کشور در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۰/۴ درصد و در مقایسه با سه ماهه آخر سال ۲۰۱۹، ۰/۱ درصد رشد داشته است که بالاتر از حد انتظار بوده است. طبق پیش‌بینی قبلی، انتظار می‌رفت GDP سوئد در سه ماهه اول امسال نسبت به سه ماهه آخر سال ۲۰۱۹ حدود ۰/۷ درصد کاهش یابد. این رشد GDP مرهون عملکرد مثبت صادراتی سوئد در سه ماهه اول سال جاری است. صادرات سوئد در سه ماهه اول ۲۰۲۰ با ۳/۴ درصد رشد نسبت به مدت مشابه ۲۰۱۹ به رقم ۳۹۰ میلیارد و ۳۲۰ میلیون کرون (حدود ۳۹ میلیارد و ۳۲ میلیون یورو) رسید. اروپا ۷۱/۲ درصد و اعضای اتحادیه اروپا حدود ۵۲/۰ درصد سهم صادرات سوئد را تشکیل می‌دهند. اما واردات در این مدت با ۰/۲ درصد کاهش نسبت به دوره مشابه سال قبل به ۳۶۰ میلیارد و ۷۸۴ میلیون کرون (حدود ۳۶ میلیارد و ۷۸۴ میلیون یورو) رسیده است. سهم وارداتی سوئد از کل قاره اروپا ۸/۸۴ درصد و سهم اتحادیه اروپا نیز ۶۶/۶ درصد را تشکیل می‌دهد. اما با توجه به شیوع کرونا خصوصاً از اواخر ماه مارس به ویژه ماه‌های آوریل و مه و بالطبع تداوم تبعات اقتصادی آن در طول

سال و نیز براساس پیش بینی مقامات آن کشور و نهادهای بین المللی تولید ناخالص داخلی سوئد در سال جاری شاهد کاهش بین ۴ تا ۱۰ درصد خواهد بود. ضمن اینکه اثرات منفی ویروس کرونا بر اقتصاد سایر کشورهای دنیا، اقتصاد سوئد که صادرات محور است را نیز تحت تاثیر قرار می دهد.

وزیر اقتصاد سوئد کاهش بین ۴ تا ۱۰ درصد GDP برای کل سال ۲۰۲۰ را پیش بینی کرده است. این رقم از نظر صندوق بین المللی پول ۶/۸ درصد و از نظر کمیسیون اروپا ۶/۱ درصد خواهد بود. درعین حال پیش بینی سه ماهه اول کمیسیون اروپا در خصوص سوئد حاکی از آن است که علیرغم کاهش ۶/۱ درصدی تولید ناخالص داخلی در سال جاری، از نظر کل اقتصاد، کمی بهتر از حد متوسط قرار خواهد داشت.

۳ بخش‌های اصلی صنعت

کشاورزی ۱,۴٪ از تولید ناخالص داخلی کشور سوئد را تشکیل می دهد و ۱,۸٪ نیروی کار را استخدام می کند. محصولات عمده کشاورزی شامل غلات (به خصوص جو دوسر، گندم و جو)، سیب زمینی، سبزیجات و میوه جات و همچنین محصولات لبنی، گوشت و چوب است. درحالی که تولید محصولات غذایی بیش از مصرف داخلی است، به دلیل عدم تنوع محصول، مواد غذایی به مقدار قابل توجهی نیاز به واردات دارد. این کشور دارای منابع طبیعی فراوانی است: جنگل‌ها، آهن، سرب، مس، روی و انرژی برق آبی.

بخش صنعت ۲۲,۶٪ تولید ناخالص داخلی را تشکیل می دهد و تقریباً ۱۸٪ نیروی کار را شامل می شود. بخش صنعت تحت سلطه گروه‌هایی مانند ولوو، ساب، اریکسون، الکترولوکس، ایکیا، AstraZeneca، ABB، H & M و... است. عمده فعالیت‌های تولیدی سوئد پردازش چوب، کاغذ، تجهیزات الکترونیکی، فرآوری مواد غذایی صنعتی، محصولات دارویی و غیره است و بخش‌های بیوتکنولوژی از اهمیت قابل توجهی در اقتصاد برخوردار هستند.

بخش سوم خدمات است که صنایع مخابرات و تجهیزات فناوری اطلاعات پشستازان این بخش هستند. این بخش ۸۰,۴٪ از نیروی کار را استخدام کرده است و ۶۵,۲٪ از تولید ناخالص داخلی را شامل می شود.

جدول (۲): تفکیک بخش‌های مختلف اقتصاد

کشاورزی	صنعت	خدمات	تقسیم فعالیت اقتصادی بر اساس بخش
۱/۸	۱۷/۸	۸۰/۴	اشتغال (در درصد کل اشتغال)
۱/۴	۲۲/۶	۶۵/۲	ارزش افزوده (درصد در تولید ناخالص داخلی)
-۷	۲/۶	۱/۹	ارزش افزوده (درصد تغییرات سالانه)

۴ مبادلات تجاری سوئد با جهان

جدول (۳) روند صادرات و واردات کشور سوئد به/از جهان و تراز تجاری این کشور را نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات این جدول تراز تجاری سوئد با جهان در طی سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۱۶ منفی بوده است.

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

سال	صادرات سوئد به جهان	واردات سوئد از جهان	تراز تجاری
۲۰۱۱	۱۸۷	۱۷۷	۱۰
۲۰۱۲	۱۷۲/۴	۱۶۴/۵	۷/۹
۲۰۱۳	۱۶۷/۵	۱۶۰/۵	۷
۲۰۱۴	۱۶۴/۶	۱۶۲/۲	۲/۴
۲۰۱۵	۱۴۰	۱۳۸/۳	۱/۷
۲۰۱۶	۱۳۹/۲	۱۴۱	-۱/۸
۲۰۱۷	۱۵۳	۱۵۴/۲	-۱/۲
۲۰۱۸	۱۶۶	۱۷۰/۵	-۴/۵
۲۰۱۹	۱۶۰/۵	۱۵۸/۷	۱/۸

منبع: Trade Map

۴.۱ مهم‌ترین کالاهای مبادله شده با جهان

جدول (۴) ۱۰ گروه کالای صادراتی از سوئد به جهان را بر اساس ارزش صادراتی در سال ۲۰۱۹ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۴) تجهیزات صنعتی، وسایل زمینی (به جز ریلی) و قطعات آن و تجهیزات الکترونیکی به ترتیب سه گروه کالا با بیشترین ارزش صادراتی از سوئد بوده‌اند.

صادرات گروه‌های کالایی به مناطق مختلف، متفاوت است؛ اما صادرات محصولات شیمیایی هم از نظر وزن و هم از نظر ارزش تقریباً دو برابر شده است که صادرات محصولات دارویی بخش اعظم این افزایش را از آن خود کرده است. صادرات محصولات دارویی هم در داخل اتحادیه اروپا و هم به خارج از EU افزایش داشت؛ اما بیشترین کاهش صادرات در گروه کالایی محصولات انرژی بوده است.

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

ردیف	کد کالا	کالا	ارزش (میلیارد دلار)
۱	۸۴	تجهیزات صنعتی	۲۴/۲
۲	۸۷	وسایل نقلیه زمینی (غیر از نواقل روی خط آهن) و قطعات آن‌ها	۲۲/۸
۳	۸۵	تجهیزات الکترونیکی	۱۴
۴	۳۰	محصولات دارویی	۱۰/۲
۵	۲۷	سوخ‌ها و روغن‌های معدنی، قیر و مشتقات آن	۱۰/۱
۶	۴۸	کاغذ و مقوا، اشیاء ساخته شده از خمیر کاغذ، کاغذ و مقوا	۸/۵
۷	۷۲	چدن، آهن و فولاد	۶/۵
۸	۳۹	پلاستیک و مصنوعات آن	۵/۳
۹	۰۳	ماهی‌ها و قشر داران، صدف داران	۴/۳
۱۰	۹۰	فیلم و تجهیزات پزشکی	۴

منبع: Trade Map

جدول (۵) گروه کالاهای وارداتی به سوئد از جهان را بر اساس ارزش وارداتی در سال ۲۰۱۹ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۵) تجهیزات صنعتی، ماشین‌آلات و تجهیزات الکتریکی و قطعات آن و وسایل نقلیه غیر از ریلی، به ترتیب سه گروه کالا با بیشترین ارزش وارداتی به سوئد بوده‌اند.

واردات محصولات معدنی و انرژی با کاهش ۹,۸ درصدی بیشترین سهم در کاهش واردات را از نظر ارزشی داشته است. از نظر حجمی نیز، تولیدات معدنی و محصولات کارگاهی بیشترین سهم در کاهش واردات را داشتند. واردات تجهیزات محافظتی مرتبط با کرونا از کشورهای خارج از EU حدود ۳۲ درصد رشد داشته است.

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

ردیف	کد کالا	کالا	ارزش (میلیارد دلار)
۱	۸۴	تجهیزات صنعتی	۲۰
۲	۸۵	ماشین‌آلات و تجهیزات الکتریکی و قطعات آن	۱۸/۵
۳	۸۷	وسایل نقلیه غیر از ریلی و قطعات آن	۱۸/۱
۴	۲۷	سوخ‌ها و روغن‌های معدنی، محصولات قیری و مشتقات آن	۱۶/۶
۵	۳۹	پلاستیک و مصنوعات آن	۵/۳
۶	۰۳	ماهی‌ها و قشر داران، صدف داران	۴/۸
۷	۳۰	محصولات دارویی	۴/۸
۸	۷۲	چدن، آهن و فولاد	۴/۴
۷	۹۰	آلات و دستگاه‌های اپتیک و عکاسی، فیلم و تجهیزات پزشکی	۴
۸	۷۳	مصنوعات از آهن، چدن یا فولاد	۳/۶

منبع: Trade map

۵ مبادلات تجاری با ایران

جدول (۶) روند تجارت دوجانبه ایران و سوئد را طی ۲۰۱۹ - ۲۰۱۲ نشان می‌دهد. بر اساس جدول (۶) تراز تجاری ایران و سوئد در این سال‌ها همواره منفی بوده است و حجم واردات ایران از کشور سوئد بیشتر از صادرات بوده است.

جدول (۶): روند تجارت دوجانبه ایران و سوئد (میلیون دلار)

سال	صادرات ایران	واردات ایران	تراز تجاری
۲۰۱۲	۱۶	۱۴۲	-۱۲۶
۲۰۱۳	۱۰/۷	۱۸۸	-۱۷۷/۳
۲۰۱۴	۱۰	۳۰۷	-۲۹۷
۲۰۱۵	۱۰	۳۰۰	-۲۹۰
۲۰۱۶	۱۳	۲۶۱	-۲۴۸
۲۰۱۷	۱۴	۵۰۳	-۴۸۹
۲۰۱۸	۱۵	۳۸۴	-۳۶۹
۲۰۱۹	۱۱	۵۹	-۴۸

منبع: ITC

۵.۱ مهم‌ترین کالاهای مبادله شده با ایران

جدول (۷) ۱۰ مورد از مهم‌ترین کالاهای صادراتی از ایران به سوئد را بر اساس ارزش صادراتی در سال ۲۰۱۹ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۷) میوه‌های خوراکی، چای، قهوه، ماته و ادویه و فرش و سایر کف‌پوش‌ها از مواد نسجی، بیشترین میزان صادرات از ایران به کشور سوئد را داشته است.

جدول (۷): کالاهای صادراتی ایران به سوئد بر اساس ارزش صادراتی در سال ۲۰۱۹

ردیف	کد گمرکی	کالا	ارزش (میلیون دلار)
۱	۰۸	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات	۳/۵
۲	۰۹	قهوه، چای، ماته و ادویه	۲
۳	۵۷	فرش و سایر کف‌پوش‌ها از مواد نسجی	۱/۷
۴	۲۰	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها و سایر نباتات	۰/۷۰۸
۵	۱۹	فرآورده‌های غلات، آرد و نشاسته	۰/۳۱۹
۶	۸۵	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آن‌ها	۰/۲۵۱
۷	۹۰	آلات و دستگاه‌های اپتیک و عکاسی، فیلم و تجهیزات پزشکی	۰/۲۵۰



۰/۲۴۱	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۸
۰/۲۳۰	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷	۹
۰/۱۶۱	قند و شکر و شیرینی	۱۷	۱۰

منبع: Trade map

جدول (۸) ۱۰ کالای وارداتی مهم ایران از سوئد را بر اساس ارزش وارداتی در سال ۱۳۹۸ گزارش می‌کند. مطابق با اطلاعات جدول (۸) ماشین‌آلات و تجهیزات مکانیکی و صنعتی، محصولات دارویی و ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آن‌ها به ترتیب سه کالا با بیشترین ارزش واردات از سوئد به ایران بوده‌اند.

جدول (۸): کالاهای وارداتی ایران از سوئد بر اساس ارزش در سال ۲۰۱۹

ارزش (میلیون دلار)	کالا	کد گمرکی	ردیف
۲۲/۸	ماشین‌آلات و تجهیزات مکانیکی و صنعتی	۸۴	۱
۱۹/۶	محصولات دارویی	۳۰	۲
۳/۸	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آن‌ها	۸۵	۳
۳/۶	آلات و دستگاه‌های اپتیک و عکاسی، فیلم و تجهیزات پزشکی	۹۰	۴
۳/۵	محصولات گوناگون صنایع شیمیایی	۳۸	۵
۲/۲	وسایل نقلیه هوایی، فضایی و اجزا و قطعات آن‌ها	۸۸	۶
۰/۵۵۲	مصنوعات از چدن، آهن و فولاد	۷۳	۷
۰/۴۲۳	کاغذ و مقوا و اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ	۴۸	۸
۰/۳۴۹	مواد آلبومینوئید، محصولات بر اساس نشاسته و فکول	۳۵	۹
۰/۳۰۱	پلاستیک و مصنوعات آن	۳۹	۱۰

منبع: Trade Map

۶ شرکای تجاری سوئد

بر اساس اطلاعات منتشر شده توسط ITC، ۱۰ شریک عمده تجاری سوئد در جدول (۹) معرفی شده‌اند.

جدول (۹): شرکای عمده تجاری کشور سوئد

رتبه	صادرات سوئد	(میلیارد دلار)	رتبه	واردات سوئد	هزار دلار
۱	نروژ	۱۷	۱	آلمان	۲۸
۲	آلمان	۱۶/۵	۲	هلند	۱۵
۳	آمریکا	۱۲/۲	۳	نروژ	۱۴/۵
۴	فنلاند	۱۱/۳	۴	دانمارک	۱۰/۵
۵	دانمارک	۱۱/۱	۵	چین	۸/۲
۶	انگلستان	۸/۴	۶	فنلاند	۷/۸
۷	هلند	۸/۳	۷	انگلستان	۷/۲
۸	چین	۷/۵	۸	بلژیک	۷
۹	فرانسه	۶/۳	۹	لهستان	۶/۷
۱۰	بلژیک	۶/۲	۱۰	فرانسه	۶

منبع: Trade Map

۷ بازار مواد غذایی سوئد

بر اساس آمار موجود در سایت مرکز آمار ملی سوئد، این کشور در سال ۲۰۱۸ حدود ۱۵،۷ میلیارد یورو (حدود ۱۵۷ میلیارد کرون) انواع مواد غذایی و محصولات کشاورزی وارد کرده است. این رقم در سال ۲۰۱۷ حدود ۱۴،۴ میلیارد یورو (۱۴۴ میلیارد کرون) بود. سهم صادرات این محصولات در سال ۲۰۱۸ و ۲۰۱۷ به ترتیب حدود ۹ میلیارد یورو (۹۱ میلیارد کرون) و ۸،۳ میلیارد یورو (حدود ۸۳ میلیارد کرون) بود.

در این میان مواد غذایی فرآوری شده سهم زیادی از بازار مواد غذایی سوئد را هم از نظر صادرات و هم واردات تشکیل می‌دهد. بر اساس گزارش هیئت ملی بازرگانی سوئد، واردات مواد غذایی فرآوری شده به سوئد در سال

۲۰۱۸ حدود ۸ میلیارد یورو (۸۲،۹ میلیارد کرون) و صادرات آن بالغ بر ۴،۲ میلیارد یورو (۴۴ میلیارد کرون) بوده است. براساس گزارشات موجود حدود ۹۰ درصد مصرف مواد غذایی در سوئد مواد غذایی فرآوری شده، غذاهای کنسروی و منجمد است که به نوبه خود در سطح بین المللی رقم بسیار بالایی است. در عین حال تمایل به مواد غذایی مانند آجیل، غلات و حبوبات نیز افزایش داشته است. همچنین علاقه زیادی به محصولات غذایی سایر کشورها به ویژه برای غذاهای به اصطلاح محلی مانند محصولات ایتالیایی، چینی، هندی و مکزیکی وجود دارد. تقاضا برای مواد غذایی از کشورهای خاورمیانه و آفریقا افزایش نیز یافته است.

۷.۱ شرکای وارداتی

اگرچه سوئد به طور سنتی در غذاهای اساسی مانند گوشت، لبنیات و غلات کم و بیش خودکفاست اما در طول سالهای گذشته، واردات مواد غذایی به صورت سالانه افزایش داشته است. در حال حاضر حدود ۵۰٪ از کل مواد غذایی موجود در فروشگاه های سوئد وارداتی هستند. کشورهای دانمارک، آلمان، هلند، نروژ و ایتالیا مهمترین شرکا و تامین کنندگان اصلی مواد غذایی سوئد در بخش واردات هستند. با این حال باید در نظر داشت که بسیاری از مواد غذایی وارداتی از اروپا، ممکن است منشاء خارج از اروپا داشته باشد. به عنوان مثال بسیاری از مواد غذایی ابتدا وارد بنادر آلمان و هلند شده و سپس وارد سوئد می شوند. مهمترین دسته بندی محصولات وارداتی مواد غذایی از کشورهای در حال توسعه عبارتند از: قهوه، چای و کاکائو، میوه و سبزیجات، ماهی و محصولات دریایی، روغن و خانواده چربی ها، نوشیدنی ها و آب میوه ها، ادویه جات، انواع سس ها، غذاهای کنسروی، یخ زده و خشک، خشکبار، گوشت، لبنیات و غلات (که در سال های اخیر واردات آن زیاد شده است) و همچنین خوراکی دام.

۷.۲ روندها

- تمایل به گزینه های گیاهی به جای گوشت: به نظر میرسد این روند به ویژه در بین جوانان در حال افزایش است.
- تمایل به غذاهای فراسودمند یا غذاهای عملگرا (Functional Food): توجه به سلامتی باعث شده تمایل به مواد غذایی فراسودمند مانند سبوس دار، عاری از لاکتوز، بدون ژلاتین یا سرشار از ویتامین های گیاهی افزایش یابد. مواد غذایی فاقد شکر یا کم شکر و دارای فیبر بالا نیز در همین دسته بندی قرار گیرند که مصرف کننده برای آن هزینه می کند.

- افزایش سهم تجارت آنلاین در بازار مواد غذایی ارگانیک: سهم مواد غذایی فرآوری شده ارگانیک مانند مصرف محصولات ارگانیک به صورت کلی، رشد چشمگیری داشته است. لازم به توضیح است محصولات ارگانیک سریعترین و قوی ترین رشد را دارند که تقریباً در سالهای گذشته ۱۰۰ درصد افزایش یافته است. روند مشخص است: مصرف کنندگان سوئدی به طور فزاینده غذاهای ارگانیک را انتخاب می کنند. دلیل افزایش فروش طی سالهای اخیر، افزایش آگاهی در زمینه سلامتی در بین مصرف کنندگان است. بیشترین رشد در نوشیدنی های ارگانیک و مواد غذایی بسته بندی شده ارگانیک مشاهده شده است. KRAV (سازمان مسئول برچسب زدن محصولات ارگانیک سوئد) برند محصولات ارگانیک است و از محبوبیت زیادی برخوردار است. به غیر از محصولات ارگانیک، نوشیدنی های غنی شده / کاربردی (FF) نوشیدنی های طبیعی (NH) سالم و مواد غذایی بسته بندی شده تحت عنوان Food Intolerance (بی تابی غذایی یا حساسیت غذایی)، رشد بالایی را به ثبت رسانده اند.

۷,۳ پیدا کردن و حفظ یک شریک تجاری

۷,۳,۱ کانال های خرید و توزیع:

چهار گروه تجاری، Axfood, COOP, ICA و Bergendahls از طریق فعالیت های خرده فروشی و عمده فروشی، بر توزیع مواد غذایی، نوشیدنی و سایر کالاهای روزمره در حوزه مواد غذایی در سوئد تسلط دارند. هر چهار گروه همچنین بخش خرید و واردات خود را ایجاد کرده اند. این گروه های تجاری برخی از مواد غذایی عمومی به ویژه کالاهایی که با حجم زیاد خریداری می شوند را خود وارد می کنند و برخی نیز از طریق فروشندگان مستقل که به عنوان واردکننده یا نماینده فعالیت می کنند. همه این گروه ها به ویژه در مورد واردات با گروه های خرده فروشی در سایر کشورهای اسکاندیناوی یا اروپا نیز همکاری می کنند.

از طریق سایت های زیر می توان با این شرکتها تماس برقرار کرد:

www.cooptrading.com - COOP TRADING

www.ams sourcing.com : ICA SOURCING AND SERVICES THROUGH AMS SOURCING B.V -

https://www.axfood.com : AXFOOD -

www.bergendahls.se/en/kontakt : Bergendahls -



تعدادی عمده فروش تخصصی نیز وجود دارد که مهمترین آنها Axfood Närlivs،Menigo Privab هستند.در

عین حال وارد کنندگان و نمایندگان دیگری نیز در این بخش فعالیت می کنند. مهمترین آنها عبارتند از:

- وارد کنندگان اصلی خشکبار ، کاکائو، شکلات ، دانه ها و میوه های خشک:

(<https://bodenlindeberg.se/>) Bodén & Lindeberg

- وارد کننده مواد غذایی و مواد اولیه صنایع غذایی در شمال اروپا:

(<https://www.toresmithfood.se/sv>) Tore Smith Food

- در خصوص شیرینی جات و محصولات نانی شرکت های:

(<https://www.kobia.se/sv/hem/>)Kobia و (<https://www.kaka.se/sv-se/>) KåKå

. (<http://www.minella.se/>) Mini Ellada

- آب میوه ها:

(Arla Foods - ،Skånemejerier ،(Normmejerier)

- ماهی و غذاهای دریایی

(Findus و Abba)

- سبزیجات یخ زده

Findus،Procordia Food

- قهوه

Mondelez – ،Nestlé ،Löfbergs ،Arvid Nordquist

- شکلات

Mondelez،Cloetta

- ادویه جات ترشی جات و غذاهای قومی

Santa Maria

- خوراک دام

Lantmännen،Svenska Foder

۷,۳,۲ نمایشگاه های تجاری

نمایشگاه صنعت مواد غذایی نوردیک در سوئد یکی از مهمترین نمایشگاه های حوزه مواد غذایی است که می توان در آن شرکای تجاری پیدا کرد. علاوه بر آن، در نمایشگاه های مواد غذایی در سایر کشورهای اروپایی نیز می توان، شرکایی را برای بازار مواد غذایی سوئد پیدا کرد. از جمله مهمترین این نمایشگاه ها عبارتند از: نمایشگاه SIAL فرانسه، نمایشگاه Anuga در آلمان. در حوزه غذاهای ارگانیک نیز نمایشگاه Biofach در نورنبرگ آلمان و نمایشگاه مواد غذایی ارگانیک در مالمو سوئد از بزرگترین رویدادها هستند.

در عین حال می توان خارج از نمایشگاههای تجاری نیز مستقیماً با خرده فروشان بزرگتر و یا از طریق وب سایت هایشان مانند Axfood و یا ICA تماس برقرار کرد. راه دیگر یافتن خریدار، سیستم های آنلاین است که علاوه بر اطلاعات بازارها، فرصت معرفی شرکت ها و ظرفیت های صادراتی آنها را نیز دارد. شبکه های اجتماعی نیز امکانات خوبی برای معرفی دارند. پر واضح است که قبل از برقراری تماس و نزدیک شدن به خریداران بایستی در خصوص نقش آنها در زنجیره تامین تحقیق کرد.

۷,۴ صادرات مواد غذایی ایران به سوئد

صادرات مواد غذایی، یکی از اقلام اصلی صادرات ایران به سوئد را تشکیل می دهد. آمار صادرات مواد غذایی از ایران به سوئد طی سالهای گذشته به شرح زیر می باشد

SITC Rev 4	LINE	2014	2015	2016	2017	2018	2019
		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
0,1,22,4	Food, drinks, tobacco etc.	47	63	81	78	77	71
05	Fruits and vegetables	27	32	44	40	45	43
057	Fruits and nuts (does not include "oil nuts"), fresh or ...	20	24	34	31	35	33
075	Spices	16	25	31	32	24	19
075.28	Saffron	15	24	30	31	24	19

* برحسب میلیون کرون

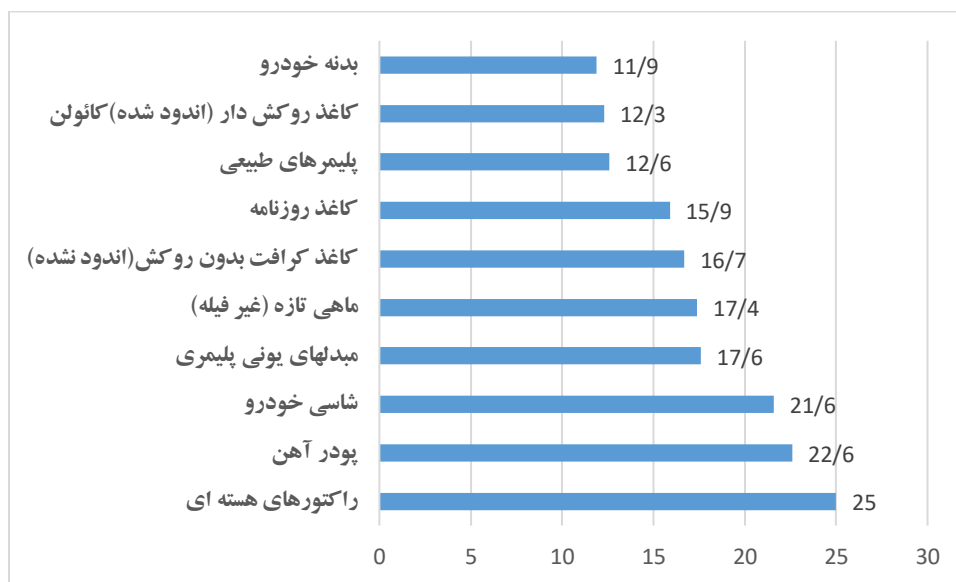
* سایت هیات ملی بازرگانی سوئد (<https://www.kommerskollegium.se>)

بیش از یکصد هزار نفر ایرانی نیز در سوئد زندگی می کنند که این به نوبه خود فرصت خوبی برای افزایش صادرات مواد غذایی ایرانی به سوئد است. علاوه بر این، حضور در بازار سوئد، امکان دسترسی به بازار سایر کشورهای اسکاندیناوی نیز فراهم می کند.

۸ تخصصی ترین محصولات بر اساس شاخص RCA

سوئد از تخصص بالایی در صادرات راکتورهای هسته ای (۲۵)، پودر آهن (۲۲,۶)، شاسی خودرو (۲۱,۶)، مبدل های یونی پلیمری (۱۷,۶) و ماهی تازه غیر فیله (۱۷,۴) دارد. ملاک اندازه گیری تخصص، شاخص RCA می باشد.

نمودار ۵- کالاهای دارای مزیت نسبی کشور سوئد



۹ پتانسیل های همکاری استان اصفهان و سوئد از نگاه اتاق بازرگانی اصفهان

بررسی اقلام وارداتی سوئد برحسب کدهای تعرفه شش رقمی بیانگر این مسئله است که علی رغم اینکه در برخی کدهای تعرفه، سابقه صادراتی در استان وجود دارد اما سوئد به عنوان بازار هدف در این محصولات انتخاب نشده است. به طور کلی، بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین المللی، تعداد اقلام وارداتی سوئد از جهان برحسب کد تعرفه شش رقمی در سال ۲۰۱۹ معادل ۶۰۰۰ ردیف تعرفه بوده که مقایسه این اقلام با آمارهای گمرک استان نشان می دهد تنها در ۱۷ ردیف تعرفه شش رقمی، بخشی از نیاز وارداتی سوئد از طریق اصفهان تأمین شده است که این کالاها در جدول شماره ۱۰ معرفی شده است.

جدول (۱۰) کالاهای صادراتی استان اصفهان به مقصد سوئد-۱۳۹۸

تعرفه	کالا	وزن خالص (kg)	ارزش (دلار)
۲۰۰۱۹۰۰۰	سایر سبزیجات میوه هاو غیره ، محفوظ شده در سرکه یا در جوهر سرکه	۶۰،۵۸۹	۱۰۴،۶۰۴
۷۳۰۸۳۰۹۰	در، پنجره ، چارچوب و آستانه در ،از آهن یا از فولاد	۱۱،۲۵۰	۱۹،۱۲۵
۰۸۰۴۱۰۴۰	خرما (استمران)	۱۰،۲۴۳	۱۳،۵۰۲
۲۰۰۹۳۹۰۰	آب هر یک از مرکبات دیگر به تنهایی با مقیاس بریکس بیش از ۲۰	۶،۱۶۱	۱۲،۵۶۵
۲۰۰۷۹۹۹۰	پوره موز، انبه، پشن فورت، لیچی و آناناس	۵،۱۰۲	۱۰،۴۶۰
۱۷۰۴۱۰۰۰	آدامس	۳،۴۵۲	۱۰،۳۵۶
۳۳۰۱۹۰۱۱	محلول غلیظ روغن های اسانی ... آب های مقطر خوشبو و محلول های آبی روغن های اسانسی	۲،۱۴۶	۲،۹۵۰
۱۹۰۴۹۰۰۰	غلات آماده شده به شکل دانه (به استثنای ذرت)	۱،۳۶۸	۲،۶۶۰
۰۷۱۲۹۰۹۰	سبزیجات خشک کرده که در جای دیگری مذکور یا مشمول نباشد	۱،۲۲۲	۴۶۰
۸۴۷۹۸۹۹۰	پرس هیدرولیک دندان سازی	۱،۰۰۰	۳،۰۰۰
۹۴۰۴۲۹۰۰	تشک از مواد که در جای دیگری مذکور نباشند	۵۰۰	۱،۰۰۰
۰۸۱۳۴۰۰۰	سایر میوه های خشک کرده که در جای دیگری مذکور یا مشمول نباشند	۴۰۹	۱،۷۰۴
۱۷۰۴۹۰۹۰	شیرینی (همچنین شکلات سفید) بدون کاکائو که در جای دیگری مذکور نباشد	۳۰۳	۳۰۰
۲۲۰۲۹۹۹۰	مکمل های غذایی مایع	۲۴۳	۵۴۰
۸۳۰۳۰۰۰۰	گاو صندوق صندوق و درهای زره دار، یامستحکم شده ... از فلز معمولی	۲۴۰	۳۵۰
۰۳۰۲۱۱۰۰	قرن آلائی تازه یا سرد کرده	۵	۱۴
۰۳۰۶۱۶۰۰	انواع میگوی آب سرد	۴	۱۵

علاوه بر این، در میان اقلام وارداتی ۶۹۰ ردیف تعرفه شش رقمی مشاهده می شود که سابقه صادراتی آن ها از استان اصفهان به سایر کشورها در سال ۱۳۹۸ وجود داشته، اما به سوئد صادر نشده است که در جدول شماره ۱۱ برخی از این کالاها معرفی شده است.

جدول (۱۱) لیست ۵۰ کالای عمده وارداتی کشور سوئد که استان اصفهان نیز صادرکننده آن‌هاست

صادرات استان (میلیون دلار)	تراز تجاری سوئد (میلیون دلار)	کالا	کد گمرکی
۱۷۰/۶	-۱۳۰		بنزین ۲۷۱۰۱۹
۳۷	-۴۸۷	آهن یا فولاد تخت نورد شده با پهنای حداقل ۶۰۰mm آبرکاری شده یا نورد شده باروی	۷۲۱۰۴۹
۱۹۰	-۷۶/۲	میله های آهنی یا فولادی گرم نورد شده... تاب داده شده یا با تغییر شکل یافتگی های حاصل از نورد	۷۲۱۴۲۰
۷۴/۲	-۱۰۴/۳	میله های آهنی یا فولادی گرم نورد شده بصورت طومار با سطح مقطع دایره به قطر کمتر از ۱۴mm	۷۲۱۳۹۱
۱۹/۴	-۹۰	گاز طبیعی مایع شده در ظروف کمتر از یک هزار سانتی متر مکعب	۲۷۱۱۱۱
۱۰/۳	-۱۱۸/۴	چپلت مورد مصرف در صنایع ریخته گری	۷۳۲۶۹۰
۷	-۱۴۹/۶	اسکلت و قطعات اسکلت که در جای دیگر ذکر نشده از آهن یا از فولاد	۷۳۰۸۹۰
۱/۱	-۹۲۶/۴	اجزا و قطعات جعبه دنده، برای سواری، وانت، تراکتور کشاورزی	۸۷۰۸۹۹
۴/۶	-۱۴۷	کک و نیمه کک از زغال سنگ، لینیست یا تورب، حتی به هم فشرده؛ برای ساخت الکترونها	۲۷۰۴۰۰
۱۰/۲	-۵۸/۴	لوله های مسی آجدار از داخل	۷۴۱۱۱۰
۱۳	-۴۲/۵	در، پنجره، چارچوب و آستانه در، از آهن یا از فولاد	۷۳۰۸۳۰
۱۰/۱	-۴۳/۹	میلگرد و کلاف با قطر کمتر از ۹ میلیمتر	۷۲۱۳۱۰
۴/۷	-۸۵/۵	انباره های برقی (Accumulators)، شامل جداکننده های آنها، حتی به شکل مربع یا مستطیل. از نوع سربسته	۸۵۰۷۱۰
۳/۱	-۱۰۰/۴	شیشه قاب نشده، برای استفاده در هواپیمای غیر نظامی	۷۰۰۷۲۱
۸۸/۸	-۳/۳	کف پوش های منگوله باف از سایر مواد نسجی که در جای دیگر گفته نشده	۵۷۰۳۹۰
۰/۶۴۷	-۳۹۵	ترمزها و ترمزهای خودمهار (servo-brakes)؛ قطعات مربوطه	۸۷۰۸۳۰
۵/۲	-۴۰/۸	زیورآلات یا جواهرآلات و اجزاء آنها از فلزات گرانبها (غیر از نقره)	۷۱۱۳۱۹
۲۳/۹	-۸/۶	پروفیل با مقطع I از آهن یا فولاد گرم نورد شده... با بلندی ۸۰ میلیمتر یا بیشتر	۷۲۱۶۳۲
۳/۸	-۵۱/۸	آهن یا فولاد تخت یا گرم نورد شده بشکل طومار با پهنای ۶۰۰mm یا بیشتر به ضخامت بیشتر از ۱۰ میلیمتر	۷۲۰۸۵۱
۲/۵	-۷۵	سیب زمینی محفوظ شده به جز در سر که یا جوهر سر که یخ زده	۲۰۰۴۱۰
۶/۴	-۳۰	انواع بستنی حتی دارای کاکائو	۲۱۰۵۰۰



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

۳/۳	-۵۶/۶	فرومولیدن	۷۲۰۲۷۰
۱/۷	-۱۰۷/۸	سایر لوله‌ها و پروفیل‌های توخالی (مثلاً، با درز جوش داده شده یا جوش داده نشده، پرچ شده یا به طریق مشابهی مسدود شده)، از آهن یا از فولاد از مقطع عرضی مربع یا مستطیل	۷۳۰۶۶۱
۱/۶	-۱۱۱	شیرینی) همچنین شکلات سفید(بدون کاکائو که در جای دیگری مذکور نباشد	۱۷۰۴۹۰
۱/۵	-۱۰۳/۳	نوارلبه و روکش اوراق فشرده چوبی آغشته به ملامین فرمالدئید و یا اوره فرمالدئید) رزینهای آ	۳۹۲۱۹۰
۴/۸	-۳۱/۹	سایر صفحه‌ها، ورق‌ها، باریکه‌ها و تیغه از مواد پلاستیکی غیراسفنجی، مستحکم نشده، فاقد تکیه گاه یا جور نشده به طریق مشابه با مواد دیگر از پلیمرهای پروپیلن	۳۹۲۰۲۰
۳/۱	-۴۵/۶	کاشی و چهارگوش و لوح سرامیکی برای فرش کردن یا روکش کردن آتشدان یا دیوار؛ مکعب‌های سرامیکی با ضریب جذب آب وزنی حداکثر ۰/۵ درصد	۶۹۰۷۲۱
۰/۶۷	-۲۰۲/۶	چراغ سیالیتیک برای عمل جراحی	۹۴۰۵۴۰
۲/۴۷	-۵۴/۵	کف پوش های منگوله باف از مواد نسجی سنتتیک یا مصنوعی که در جای دیگر گفته نشده	۵۷۰۳۳۰
۰/۹۵	-۱۲۱	انواع جعبه دنده Gearbox صنعتی غیر خودرو	۸۴۸۳۴۰
۰/۴	-۲۴۶/۶	برج و منجنیق از آهن یا از فولاد	۷۳۰۸۲۰
۱/۱	-۷۶/۴	کفش که در جای دیگر گفته نشده فوزک پارانی پوشاند از کائوچو یا پلاستیک	۶۴۰۲۹۹
۱۸/۸	-۴/۲	موم باگرید دارویی	۲۷۱۲۲۰
۰/۴۳۸	-۱۷۷/۸	چرخ‌ها برای سواری سواری کار وانت و تراکتور کشاورزی	۸۷۰۸۷۰
۲۲/۷	-۳/۳	رخام پولیش داده شده، شکل داده شده یا کار شده	۶۸۰۲۹۱
۳	-۲۳/۷	کاشی، چهارگوش و لوح، برای فرش کردن یا روکش کردن	۶۹۰۷۲۲
۰/۶۱	-۱۰۸/۲	تختخواب و اشیاء همانند فنری، غیر از تشک و کیسه خواب	۹۴۰۴۹۰
۲۰/۹	-۳	روی غیرممزوج محتوی ۹۹/۵۹ درصد وزنی یا بیشتر اما کمتر از ۹۹/۹۹ درصد وزنی روی	۷۹۰۱۱۲
۱	-۶۷/۳	قرابه بطری تنگ و همانند از مواد پلاستیکی	۳۹۲۳۳۰
۱	-۵۳/۷	خمیرهای غذائی پخته نشده که حاوی تخم مرغ نباشد	۱۹۰۲۱۹
۲۵/۹	-۱/۷	تولون	۲۹۰۲۳۰
۱۲/۳	-۳/۷	لوله‌ها و پروفیل‌های توخالی از چدن	۷۳۰۳۰۰
۴/۲	-۱۰/۴	لوازم خانه داری و پاکیزگی که در جای دیگر مذکور نیست از مواد پلاستیکی	۳۹۲۴۹۰
۰/۳۲	-۱۳۴/۵	شیرآلات بهداشتی شیرمخلوط حمام و دستشویی پسوارو...	۸۴۸۱۸۰
۰/۴۹	-۸۸/۲	تلمبه‌های چرخ دنده ای	۸۴۱۳۶۰
۱/۵	-۲۷/۴	آلیاژهای آهن (فرو آلیاژها)، دارای بیش از ۵۵ درصد یا کمتر از ۸۰ درصد وزنی سیلیسیوم	۷۲۰۲۲۱



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

۱	-۴۲/۲	لوازم و ملحقات لوله و شیلنگ از مواد پلاستیکی	۳۹۱۷۴۰
۱/۹	-۲۲	کاشی، چهارگوش و لوح، برای فرش کردن یا روکش کردن	۶۹۰۷۲۳
۰/۲۶	-۱۶۰/۶	کوپلیمرهای پروپیلن، گرید لوله	۳۹۰۲۳۰
۲/۴	-۱۵/۶	ظروف ملامین	۳۹۲۴۱۰
۲/۵	-۱۵/۱	تجهیزات برای چوب بست زدن، پشت دری ساختن یا شمع زدن، از آهن یا فولاد	۷۳۰۸۴۰
۱/۲	-۲۷/۸	رب گوجه فرنگی	۲۰۰۲۹۰

جدول (۱۲) گروه کالاهای وارداتی کشور سوئد که استان اصفهان نیز صادرکننده آن‌هاست

صادرات استان هزار دلار	واردات سوئد میلیون دلار	کالا	کد گمرکی
۴۶۷	-۳۹۶	گازهای نفتی و سایر هیدروکربورهای گازی شکل	۲۷۱۱
۱۱۸۷	-۵۹	الکل‌های غیرحلقوی و مشتقات هالوژنه، سولفونه، نیتره یا نیتروزه آنها	۲۹۰۵
۱۹۸	-۱۱۶	کودهای معدنی و شیمیایی، از ته	۳۱۰۲
۱۹۳	-۱۱۵	پلیمرهای استیرن، به اشکال ابتدایی	۳۹۰۳
۶۱	-۲۹۰	پلیمرهای پروپیلن یا پلیمرهای سایر اولفین‌ها به اشکال ابتدایی	۳۹۰۲
۵۶	-۳۰۴	هیدروکربورهای غیرحلقوی	۲۹۰۱
۲۴۲	-۷۰	سایر میوه‌های سخت پوست، تازه یا خشک، حتی پوست کنده	۰۸۰۲
۹۸	-۱۵۷	سایر سبزیجات، تازه یا سرد کرده	۰۷۰۹
۲۷۷	-۴۹	هیدروکربورهای حلقوی	۲۹۰۲
۱۲۱	-۹۵	خرما، انجیر، آناناس، آواکادو، گاواس (Guavas)، انبه و منگوستین تازه یا خشک کرده	۰۸۰۴
۶۱	-۱۸۶	قراضه و ضایعات مس	۷۴۰۴
۳۹	-۲۷۸	آلیاژهای آهن (فرو آلیاژها)	۷۲۰۲
۹۷	-۱۰۱	سایر میله‌ها از آهن یا از فولادهای غیر ممزوج فقط آهنگری شده، گرم نورد شده یا گرم کشیده شده یا گرم اکستروژن شده، همچنین آنهایی که بعد از نورد شدن تاب داده شده‌اند	۷۲۱۴
۲۳	-۳۹۸	سنگ مس و کنستاترهای آن	۲۶۰۳



۱۵۸	-۵۳	روی به صورت کار نشده	۷۹۰۱
۵۱	-۱۵۴	گوجه‌فرنگی، تازه یا سرد کرده	۰۷۰۲

۱۰ مشخصات بازار مصرفی

۱۰.۱ ویژگی‌های جمعیت شناختی بازار سوئد

میانگین سن جمعیت در سوئد، ۴۱٫۱ سال است که البته کمی در حال افزایش است، اما نسبتاً ثابت باقی مانده است. حدود ۲۸/۶ درصد از جمعیت زیر ۲۴ سال و ۳۲ درصد بیش از ۵۵ سال سن دارند. نرخ رشد جمعیت در این کشور ۰٫۸٪ است. متوسط جمعیت هر خانوار، ۱٫۹ نفر است، ۵۱٫۴٪ از خانوارها تنها زندگی می‌کنند و ۳۸٫۳٪ را زوجین دارای فرزند یا بدون فرزند تشکیل می‌دهند. در کشور سوئد نرخ برابری جنسیتی تقریباً یکسان است و از کل جمعیت حدود ۸۷٫۴٪ از آن‌ها در مناطق شهری زندگی می‌کنند. منطقه جنوبی به دلیل آب‌وهوای بهتر و دسترسی به اروپا دارای جمعیت بیشتری است و تراکم جمعیت در امتداد دریای بالتیک وجود دارد. استکهلم با ۱٫۵۸۳ میلیون سکنه شهر اصلی و پایتخت این کشور است. سطح تحصیلات در سوئد با داشتن ۸۳٪ بزرگسالان ۲۵ تا ۶۴ ساله دارای تحصیلات متوسطه و ۴۰٪ افراد با تحصیلات دانشگاهی، از نرخ بالایی برخوردار است. از جمعیت فعال، ۲۴/۵ درصد افراد حرفه‌ای، ۲۳/۱ درصد کارمندان فروش و خدمات، ۱۳/۸ درصد کارشناسان فنی، ۹/۴ درصد صنعتگران و کارگران ماهر، ۸/۵ درصد کارمندان، ۷/۱ درصد کارگران و مونتاژ کنندگان و ۶/۹ درصد کار می‌کنند. در بخش حقوقی و مدیریت، ۵٫۶٪ مشاغل متوسط، ۰٫۸٪ کشاورزان و ۰٫۲٪ نظامی هستند.

۱۰.۲ قدرت خرید

تولید ناخالص داخلی سرانه ۴۷۵۰۹۹ کرون و میانگین درآمد سالانه ۴۰۴۴۰۰ کرون می‌باشد. قدرت خرید در سال ۲۰۱۷ افزایش بسیار اندکی داشته و در سال تقریباً ۲۰۱۸ ثابت مانده است.

باوجود دو مرحله کاهش در سه‌ماهه اول و سوم، میزان مصرف در سال ۲۰۱۸ کمی افزایش داشته است گرچه معمول است که در این زمان از سال، میزان مصرف در کشور با کاهش نسبی همراه باشد. شاخص جینی با نرخ ۲۹٫۲ نسبتاً پایین است، لکن این شاخص هم اکنون در حال افزایش می‌باشد. متوسط حقوق سالانه یک مرد ۴۲۸٫۴۰۰ کرون است درحالی‌که حقوق یک زن ۳۸۰٫۴۰۰ کرون است. فاصله دستمزد بین دو جنسیت کمی کمتر از متوسط

اروپا است. سرانه درآمد خالص که تقریباً با میانگین این درآمد در کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری (OECD) برابری می کند، ۲۸۶،۷۱۶ کرون می باشد.

۱۰،۳ رفتار مصرف کننده

سوئد یک جامعه مصرفی است. قیمت و پس از آن کیفیت، از عوامل اصلی موثر بر خرید می باشند. از دیگر عواملی که ممکن است در تصمیم خرید سوئدی ها نقش داشته باشد، دانش فنی فروشنده و خدمات پس از فروش آنهاست. اکثر مصرف کنندگان قبل از خرید به تحقیق درباره محصول می پردازند، به صورتی که ۵۳٪ از سوئدی ها قبل از مراجعه به فروشگاه از طریق اینترنت به جستجوی اطلاعات در مورد کالای موردنظر خود می پردازند و ۱۳٪ از آنان با مراجعه به فروشگاهها به بررسی محصول موردنظر جهت خرید اینترنتی می پردازند. انتخاب روش های پرداخت نیز عامل مهمی است. با وجود اینکه این گونه پیش بینی شده است که اکثر مصرف کنندگان تا سال ۲۰۳۵ برای خرید به فروشگاهها و سوپرمارکتها مراجعه کنند، ۵۰ تا ۷۵ درصد خریدها از طریق اینترنت انجام می شود. اعتماد مصرف کننده به محصولات مصرفی از نوامبر ۲۰۱۷ در حال کاهش است و به کمتر از میانگین کشورهای OECD رسیده است. تجارت الکترونیکی در سال ۲۰۱۷ با رشد حدود ۱۶ درصد بالغ بر ۶۷ میلیارد کرون سوئد می باشد که از این میزان ۸،۷٪ از سهم بازار خرده فروشی در سال ۲۰۱۷ می باشد و این در حالی است که در سال ۲۰۰۷ این میزان ۳٪ بوده است. محصولات اصلی خریداری شده الکترونیک، پوشاک و کفش، کتاب، مبلمان، محصولات دستساز، ورزش و بازیها هستند. اگرچه مصرف کنندگان پذیرای برندهای بین المللی هستند، اما برندهای ملی را ترجیح می دهند. در ۱۰ مارک برتر موردعلاقه، فقط ۲ مارک بین المللی ظاهر می شود (اپل و گوگل در جایگاه ۹ و ۱۰). مصرف کنندگان سوئدی به طور فزاینده ای گرایش خود را به کسب امتیاز از طریق عضویت در باشگاه مشتریان در محصولات برند ازدست داده اند، به نحوی که ۷۷٪ از عضویت آنان در باشگاه مشتریان کاسته شده است. میزان نفوذ شبکه های اجتماعی ۷۲٪ است و ۵۸٪ سوئدی ها هر روز از آنها استفاده می کنند. فیس بوک تاکنون به عنوان پرکاربردترین شبکه اجتماعی مورد استفاده قرار می گیرد. در بین روش های تصمیم گیری برای خرید، پیروی از اینفلوئنسرها کاربردترین روش می باشد. در آگوست ۲۰۱۷، دو اینفلوئنسر اصلی Anna Nyström (۴،۹ میلیون فالوور) و Thisis MansWorld (۲،۱ میلیون نفر) بودند. به طور کلی ۴۴٪ از سوئدی ها برای محافظت از اطلاعات شخصی خود به مقامات رسمی اعتماد دارند. زمانی که خدمات بخش سلامت به عنوان محصول مصرفی در نظر

گرفته می‌شود، سوئد جز کشورهای پیشرو در این زمینه می‌باشد. تقاضا برای محصولات تازه، سازگار با محیط‌زیست و بهداشتی که مواد تشکیل‌دهنده آنها کاملاً شفاف و مشخص باشند، در حال افزایش است. به عنوان مثال، در بخش زیبایی، تقاضا برای محصولات طبیعی در حال افزایش است. مصرف محصولات ارگانیک نیز نرخ افزایشی داشته است. در رابطه با عرضه، بازار با رشد ۹,۳٪ در سال ۲۰۱۷ به ۲۸ میلیارد کرون سوئد رسید. با این حال، در مقایسه با رشد دورقمی سال‌های گذشته، روند رو به کاهش داشته است. بازار مصرف اجناس دست‌دوم در اینترنت و فروشگاه‌ها رو به رشد است زیرا مصرف‌کنندگان به طور فزاینده‌ای جذب اقتصاد چرخشی و مزایای محیط‌زیست می‌شوند. در سال ۲۰۱۶، ۱۵٪ از جمعیت از سیستم‌عامل‌های مشترک مانند Airbnb، ber و غیره استفاده کردند. شهرهای استکهلم، گوتنبرگ، مالمو و اومو نیز به شهرهای آزمایشی برنامه ملی اشتراکی تبدیل می‌شوند. رایج‌ترین سیستم‌عامل‌ها به شما امکان می‌دهد اتومبیل، لباس، بازی یا حتی خانه را با یکدیگر به اشتراک بگذارید.

۱۱ استراتژی ورود به بازار

در حالیکه بازار سوئد پذیرای محصولات خارجی می‌باشد ولی در عین حال محصولات با کیفیت داخلی هم طرفداران قابل توجهی دارد. برای ورود به بازار، محصولات و خدمات باید در سطح جهانی قابل رقابت باشند و به عبارت دیگر برای بازار بی نظیر سوئد جنبه‌ی سفارشی پیدا کنند؛ پس با این اوصاف باید سعی نمود که یک مزیت رقابتی مشخص (به عنوان مثال، قیمت، کیفیت، مارک تجاری) را جهت ارائه در اختیار داشته باشید. علیرغم اینکه مطابق با فلسفه‌ی فرهنگی ینته لوگن (Jantelagen) حاکم بر اسکاندیناوی، تبلیغات شخصی محصولات در رسانه‌های جمعی و دستاوردهای ناشی از آن، امری پسندیده تلقی نمی‌شود، اما با وجود فعالیت شرکت‌های استارآپ، این محدودیت در حال کمرنگ شدن می‌باشد.

علاوه بر این، شرکای تجاری احتمالی و آتی خود را به دقت ارزیابی کنید و یک نمایندگی توزیع با تجربه و خوش نام انتخاب کنید. انعطاف پذیر باشید و انتظارات را با مقیاس بازار تنظیم کنید. اگرچه سوئد کشور بزرگی است، اما جمعیت آن فقط ۱۰ میلیون نفر است (۲۵ میلیون نفر جمعیت کل در شمال اروپا می‌باشد). پتانسیل توزیع‌کنندگان برای پوشش کل منطقه شمال اروپا را ارزیابی کنید. بسته به بخش صنعت مورد نظر شما، شرکای تجاری احتمالی ممکن است در استکهلم، گوتنبرگ، مالمو یا سایر شهرهای شمال اروپا مستقر باشند. در بازار با یک دیدگاه دراز

مدت و متعهدانه عمل شوید. بازدید و حضور فیزیکی در سوئد اهمیت دارد چراکه شرکای شمال اروپا می خواهند از اطمینان و تعهد یک شریک اصیل اطمینان حاصل کنند.

۱۲ فرصتهای بازار

فرصت های زیادی در بازار سوئد به ویژه برای شرکت های دارای فن آوری ها و خدمات پیشرفته موجود است. سوئد از دیرباز دارای تخصص در ساخت و مهندسی، معدن، کشتی سازی و علوم زیستی است که این کشور را به یک بازار پذیرای فناوری های پیشرفته جدید، تبدیل کرده است.

تقاضای زیادی برای فناوری های جدید و تحول آفرینی که منجر به بهبود بهره وری و ارتباطات، شامل راه حل ها و خدمات دیجیتالی، کاهش هزینه های تولید شده و افزایش تجهیزات و خدمات امنیتی/ایمنی از جمله امنیت سایبری می شود، وجود دارد.

در رتبه بندی سال ۲۰۲۰ شاخص اقتصاد دیجیتال و جامعه، سوئد از بین ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا در رتبه ۲ قرار گرفت. امتیازات کشورها بر اساس به روز بودن تکنولوژی (دوم)، سرمایه انسانی (دوم)، استفاده از اینترنت (دوم)، ادغام فناوری دیجیتال (ششم) و خدمات عمومی دیجیتال (دهم) انجام می پذیرد.

از آنجایی که سوئدی ها از پذیرندگان اولیه فن آوری های جدید هستند، سوئد به عنوان یک بازار آزمون ایده آل، البته گران قیمت محسوب می گردد. در سال ۲۰۱۷ سوئد برای جذب فن آوری های نوآورانه جهت عرضه محصولات خود به منظور توسعه و ارزیابی بازار، طرح بستر آزمایش سوئدی را، اجرا نمود. توجه سوئد به توسعه پایدار در بخشهای صنعت بازار، این کشور را به سمت استفاده از انرژی های تجدید پذیر، بدون کربن، فن آوری های سبز و بهره وری انرژی رهنمون می سازد. در نظر داشته باشید که سوئدی ها از اینکه به عنوان اولین مصرف کنندگان یک فن آوری جدید شناخته شوند، به خود افتخار می کنند بنابراین اگر شما بازار سوئد را به عنوان بازار آزمایشی تولید جدید خود قبل از ارائه آن به کل قاره اروپا در نظر دارید، با توجه به علاقه سوئدی ها در تجربه کردن نوآوری ها و تمایل آن ها در به شمار آمدن به عنوان اولین مصرف کنندگان یک محصول، می توانید از منافع چندگانه این خصیصه، بهره مند گردید.

تحولات سریع سوئد در شبکه های هوشمند، انرژی جایگزین، امنیت سایبری و سلامت الکترونیکی، این کشور را به یک بازار بسیار مهم برای شرکت های ارائه دهنده فناوری های نوآور تبدیل کرده است. در نهایت یکی از امتیازات این کشور این است که انگلیسی به طور گسترده ای صحبت می شود و زبانی است که برای ارتباطات تجاری استفاده می شود.

۱۳ چالش های بازار

بازار آزاد و بسیار رقابتی سوئد به این معنی است که شرکت هایی که قصد تجارت با این کشور را دارند با رقابت شدید تامین کنندگان سوئدی و همچنین دیگر کشورها مواجه هستند. صادرکنندگان برای موفقیت می بایست مجهز به فن آوری های پیشرفته و برخوردار از قیمت ها و شرایط رقابتی باشند.

هزینه های زیاد زندگی سوئد، با گران بودن نیروی کار و بالا بودن نرخ مالیات فردی، سوئد را در رده گران ترین ها در سطح دنیا قرار داده است. نرخ مالیات بر ارزش افزوده ۲۵ درصدی در واردات یا فروش اکثر محصولات اعمال می شود. تدارکات عمومی با اختصاص میزان ۱۸ درصد در تمام سطوح کشور سوئد، بیش از میانگین ۱۳ درصد اتحادیه اروپاست. باید عنوان داشت که عرضه محصولات و خدمات نوآورانه در روند مناقصه های عمومی، همچنان یک چالش اساسی است.

۱۴ نکات کلیدی داد و ستد با سوئدی ها

سوئد امروزه نه تنها به عنوان یک کشور با اقتصادی شکوفا، ثابت و منسجم شناخته شده است بلکه به عنوان سرآمد رشد اقتصادی در منطقه اسکاندیناوی (مرکب از نروژ، دانمارک، سوئد و فنلاند) به شمار می رود. این کشور در حال حاضر از برترین کشورها، در رتبه بندی های مربوط به رقابت پذیری و سهولت کسب و کار، در گزارش های مجمع جهانی اقتصاد، گزارش سهولت کسب و کار بانک جهانی و مجله فوربز جای گرفته است.

سوئد با داشتن حدود ۱۰ میلیون نفر، از بالاترین آمار جمعیتی در بین کشورهای اسکاندیناوی، برخوردار می باشد. موسسات مالی بین المللی در پیش بینی های خود، همچنان به تداوم پیشرو بودن سوئد در رشد اقتصادی منطقه ای که از سال ۲۰۱۰ آغاز شده است، اشاره دارند. حدود ۹۰ درصد از تجارت این کشور در سطح بین المللی انجام می

گیرد. عواملی همچون ثروت زیاد این کشور در منابع طبیعی شامل چوب، آهن، سرب و مس و زینک و ...، پوبایی در بخش صنعت و برخورداری از پیشرفته ترین فن آوری های روز دنیا، مجموعاً ۵۰٪ تولید و صادرات این کشور را تشکیل می دهند. Volvo, Saab, Ericsson, Scania, TeliaSonera, Electrolux, Ikea, H&M که در صنعت مربوطه خود از جایگاه بالایی برخوردار هستند، از بنام ترین شرکت های بین المللی سوئدی می باشند.

از عوامل اصلی شکوفایی اقتصاد سوئد می توان بهبود جهانی اقتصاد که موجب افزایش ۳,۲ درصدی صادرات سوئد در فصل چهارم سال ۲۰۱۷ گردید، سهولت سیاست های نظارتی مالی، سرمایه گذاری در بخش ساخت و ساز، رشد و جهش مصرف بخش خصوصی در نتیجه کاهش نرخ بیکاری و هزینه کردن دولت، در تحت کنترل درآوردن شرکت های متعدد در بخش انرژی، حمل و نقل و مخابرات نام برد.

البته از طرف دیگر، برخی از عوامل فوق الذکر در طولانی مدت ریسک هایی هم به دنبال خواهد داشت، مانند نرخ بسیار پایین تورم ناشی از سیاست های مالی و این مسئله باعث بروز این نگرانی خواهد شد که رشد زیاد در ساخت و ساز منجر به سقوط قیمت مسکن گردد و متعاقباً این اتفاق به نوبه خود در آمار و ارقام اقتصادی خرد تاثیرگذار خواهد بود. البته مطلبی که اشاره به آن خالی از اهمیت نمی باشد توجه به این مسئله است که رشد چشمگیر اقتصاد سوئد می تواند با توجه به افزایش سابقه جمعیت مهاجران و نرخ بالای تولد، تا حدودی کاذب باشد چرا که چنین افزایشی در تولید ناخالص داخلی و سرانه تولید ناخالص داخلی از سال ۱۹۵۰ تا کنون بی سابقه بوده است.

گرچه ممکن است که در میان و درازمدت ایراداتی متوجه این مسئله گردد ولی شکی نیست که سوئد هم اکنون از موقعیت برجسته بی چون و چرایی در منطقه برخوردار است و در بخش هایی نظیر انرژی های تجدید پذیر (سوئد در نظر دارد که به مقام اول دنیا در زمینه عدم استفاده از سوخت های فسیلی دست پیدا کند)، غذاها و آشامیدنی های ارگانیک (که میزان مصرف آن در سال ۲۰۱۶ به ۱۸ درصد بوده است)، فناوری اطلاعات، علوم زیستی و سلامت (مقام اول دنیا در نوآوری های داروسازی)، صنعت (برخورداری از یکی از پایین ترین هزینه های الکتریسیته در اتحادیه اروپا)، ساخت و ساز، کشاورزی، حمل و نقل و اقتصاد از رهگذر اینترنت (که شامل افزایش ده درصدی در هر سال می باشد و در حال حاضر ۸ درصد تولید ناخالص ملی را تشکیل می دهد).

لذا به منظور بهره بردن از چنین موقعیت هایی و جلوگیری از برخورد های فرهنگی در زمان مذاکرات، موارد کلیدی زیر را به هر بازرگان و مذاکره کننده تجاری که ممکن است در برابر شریک تجاری سوئدی در میز مذاکره و یا در اولین برخورد با هدف همکاری در آینده قرار گیرد، پیشنهاد می کنیم:

۱- در مورد نیاز بازار سوئد به محصولات صنعت مورد نظر خود تحقیقات بازاریابی داشته باشید. بازار سوئد بسیار بالغ، رقابتی و به صورت غیر رسمی از سیاست های حمایتی از محصولات داخلی برخوردار است. گرچه این کشور عضو کامل اتحادیه اروپاست و به جز در بخش واحد پولی از دیگر سیاست های اتحادیه اروپا پیروی می کند، ولی حقیقت این است که در صورت وجود کالاهای همسان داخلی، تولید کنندگان و توزیع کنندگان محلی برای محصولات داخلی الویت قائل هستند. به همین جهت، نفوذ فراوان اینترنت و مجازی شدن خیلی از بخش های بازرگانی، موجبی برای صرف هزینه زیاد جهت تهیه کالاها باقی نگذاشته است و ترجیح تهیه محصول، با هزینه کمتر و تهیه از نقاط مجاور و نزدیک می باشد.

۲- اولین جلسه مذاکره معمولاً بازدیدی بالایی نخواهد داشت و در این جلسه معمولاً شرکت، محصول و پروژه پیشنهادی شما ارزیابی خواهد شد. در اکثریت قریب به اتفاق جلسات و به خاطر اجرای بدون نقص آموزش به زبان انگلیسی در بسیاری از سطوح آموزشی جامعه، امکان برگزاری جلسه به زبان انگلیسی فراهم می باشد.

۳- به موقع رسیدن و وقت شناسی در ارتباطات با سوئدی ها را رعایت کنید. رعایت زمان بندی ها در سوئد نه تنها یک رکن اساسی از ارتباطات تجاری را تشکیل می دهد، بلکه یک عنصر ذاتی از زندگی اجتماعی سوئدی ها می باشد. علاوه بر این، فراموش نکنید که حتماً تعیین زمان جلسه را حداقل حدود ده روز قبل از جلسه تنظیم کنید و همیشه قبل از ساعت ۴ بعد از ظهر و در طی روزهای اداری تماس برقرار کنید. از تغییرات لحظه آخری در برنامه، اجتناب کنید. تعطیلاتی که فعالیت های تجاری در آن کم رنگ هستند معمولاً تعطیلات کریسمس، پایان فوریه، اوایل مارس و سه ماه ژوئن، ژوئیه و اوت در تابستان می باشند. سوئدی ها خیلی بر اوقات فراغتشان حساس هستند و از آنها انتظار اینکه غیر از زمان کار، وقتی را به شما اختصاص بدهند، نداشته باشید.

۴- جلسات مذاکره معمولاً با زمان بندی دقیق و رعایت دستور جلسه و تمرکز بر زمان شروع و پایان در نظر گرفته شده، برگزار می گردند. علاوه بر این، عدم رعایت و پایبندی به تعهدات حاصله از جلسات مذاکره و یا تغییر

یکجانبه امور مورد توافق به تصویر و اعتبار شما با مذاکره کنندگان سوئدی ضربه وارد خواهد کرد چراکه ضرورت قابل پیش بینی بودن از عناصر اساسی در برقراری هرگونه ارتباطات حرفه ای با سوئدی ها است.

۵- به اطلاعات و ارقام اهمیت بدهید زیرا که اطلاعات مبادله شده در پروژه های همکاری باید به خوبی، از قبل و با درج جزئیات لازم سازماندهی شده باشند. مطمئن باشید که پیشنهادات همکاری شما بر مبنای اطلاعات دقیق و تایید شده تنظیم شده اند و برای محتوا بیش از طرح ظاهری اهمیت قائل باشید. در طرح های پیشنهادی خود از بکارگیری تزئینات خودداری کنید و سعی کنید که از اغراق و توضیحات غیرواقعی و مبالغه آمیز پرهیز کنید.

۶- تشریفات تجاری را در نظر بگیرید، گرچه سوئدی ها بر خلاف اکثر عادت های سنتی خویش، معمولاً امروزه برخی از تشریفات را فرهنگ تجاری خود رعایت نمی کنند و برای مثال همدیگر را با اسم کوچک خطاب می کنند ولی حقیقت این است که در این کشور، قلمرو بخش خصوصی و بخش تجاری کاملاً از یکدیگر جدا می باشد. با یک دیدگاه علمی و ژست آرام جلسه اول مذاکره را برگزار کنید. سوئدی ها معمولاً متمایل به عدم بروز احساسات خویش می باشند که البته این مسئله در برخی موارد منجر به قضاوت اشتباه خارجی ها نسبت به قصد و روحیات آنان می گردد. به اصل موضوع توجه کنید و خیلی درگیر احساسات نشوید که خلاف این مسئله می تواند برداشت ناخوشایندی را برای بر طرف سوئدی شما ایجاد کند. سعی کنید در عین صمیمیت جدی باشید تا اینکه رفتار های دو ستانه نابهنگام از خود بروز دهید. معمولاً قبل از شروع جلسه زمان کمی به مکالمات دو ستانه اختصاص داده می شود البته شایان ذکر است که با پیشرفت روابط حرفه ای برخی از مجوزات از جمله امکان برگزاری جلسات در محیط های غیر رسمی در قالب ناهار یا شام کاری (و به ندرت صبحانه کاری)، ایجاد می گردد. به همین ترتیب روش های متداول غیر دست و پاگیری همچون فیکا یا امکان برگزاری جلسه به منظور صرف قهوه در فضای تجاری سوئد نیز پذیرفته شده است. از دیگر مواردی که اهمیت تشریفات را در این کشور نمایان می کند، اهمیت یکسان توافقات شفاهی و کتبی به طور یکسان می باشد، سعی کنید که در هیچ موردی بی توجهی از شما سر نزنند چراکه این مسئله می تواند دلیلی ضمنی به میزان پایبندی شما به تعهداتتان در آینده کاری با سوئدی ها باشد.

۷- سکوت، امری رایج است. در مقایسه سوئدی ها با ساکنین جنوب اروپا، باید عنوان داشت که سکوت و وقفه های طولانی، مسیله ای طبیعی است. از طرف دیگر اینکه کسی در حین مذاکرات تجاری حرف آنان را قطع کند،

بازخورد منفی خواهد داشت در حالیکه این مسئله در بین اروپایی ها با فرهنگ مدیترانه ای، امری نسبتا جا افتاده است.

۸- از پرداختن به موضوعات حساس و شوخی های خارج از موضوع به ویژه موارد فرهنگی که نسبت به مسائل قومی و جنسیتی است، خودداری کنید. مسائل خانوادگی، بیش از حد سطحی بودن و گلایه های غیر ضروری نیز بازخورد منفی دارد. از طرف دیگر اگر در مورد اقتصاد، سطح زندگی و تاریخ سوئد دارای نقطه نظر هستید، آنها را با طرف سوئدی در میان بگذارید که آگاهی شما از این موارد می تواند باعث شکل گیری یه مذاکره محترمانه گردد و همین امر زمینه ایجاد اعتماد جهت برقراری روابط تجاری آتی را فراهم خواهد کرد. شایان ذکر است که در ارتباط با سوئدی ها، همیشه می بایست ارائه راه حل توافقی را برمقابله و سعی در مخالفت با آنان ترجیح داد. سوئدی ها مقابله مستقیم را در روابط تجاری منفی ارزیابی می کنند البته می توان صریح و رک نظر خود را بیان کرد ولی بهتر است که این صراحت، آزاردهنده نباشد. از طرف دیگر سعی نکنید که توافقی را بدون پیش زمینه قبلی و یا به صورت اجباری به سوئدی ها تحمیل کنید. باید اذعان داشت که تصمیمات معمولا از طریق توافق همگانی و معمولا پس از بررسی های طولانی توسط افرادی با سطوح تصمیم گیری متفاوت، اتخاذ می شود.

۹- میزان وجود سلسله مراتب کاملا واضح نیست. ساختار سلسله مراتب در سوئد بسیار پیچیده تر از دیگر کشورهاست به صورتی که تصمیمات الزاما توسط مقامات رده بالای اجرایی دارای اختیارات عالی گرفته نمی شود بلکه ترجیح سازمانی آنان با کارگروهی و الگوی اتفاق نظر همگانی می باشد. به همین دلیل نظرات شخصی معمولا در تصمیم گیری ها جایی ندارد و مذاکرات بر مبنای اصول و اطلاعات به صورت حساب شده پیش می روند و بنابراین معمولا مجادله و یا دلخوری شخصی صورت نمی گیرد. به لحاظ ساختار ویژه تصمیم گیری ها در سوئد، معمولا زمان زیادی برای تصمیم گیری نیاز هست ولی پس از این امر، تصمیمات اتخاذی از استحکام بالایی برخوردار هستند. ترجیح سوئدی ها به اختصاص زمان طولانی جهت تصمیم گیری قاعدتا منجر به واکاوی و بررسی کامل تمامی مسائل قبل از نيل به يك نتیجه قطعی می گردد.