



İSVEÇ

İSVEÇ ÜLKESİ PAZAR ARAŞTIRMA RAPORU

HAZIRLAYAN: Alper GÜRBÜZ
Dış Ticaret Uzmanı

GİRİŞ

İsveç (İsveççe: Sverige) ya da resmî adıyla İsveç Krallığı (Konungariket Sverige), Baltık Denizi kıyısında, Finlandiya ile Norveç arasında yer alan Kuzey Avrupa ülkesidir. Yaklaşık 9 milyonluk bir nüfusa sahiptir. Yüzölçümü: 449,964 km²'dir. Para Birimi İsveç Kronu'dur. Resmi dili İsveççe'dir. Fransızca, Almanca ve Fince de konuşulmaktadır. Ancak küreselleşmenin etkisiyle İngilizce çok yaygın bir biçimde konuşulmaktadır. Başkenti Stockholm'dür. Avrupa Birliği (AB) üyesidir.

İdari bölgeler: İsveç idari olarak 21 ilden meydana gelir.; Blekinge, Dalarna, Gävleborg, Gotland, Halland, Jämtland, Jönköping, Kalmar, Kronoberg, Norrbotten, Örebro, Östergötland, Skåne, Sodermanland, Stockholm, Uppsala, Värmland, Västerbotten, Västernorrland, Västmanland, Västra Gotaland.

Başlıca şehirleri Stokholm, Göteborg ve Malmö'dür.

Uluslararası tanınan şirketleri arasında şunları sıralamak mümkün: Volvo, Saab, Atlas Copco, Ericsson, Sony Ericsson, Ikea, Absolut, Scania.

Ayrıca gelişmiş bir müzik endüstrisi bulunmaktadır. Uluslararası arenada tanınanları Arch Enemy, ABBA, Roxette, The Cardigans, Opeth.

1. SOSYAL VE EKONOMİK GÖSTERGELER

1.1. ÜLKE KİMLİĞİ



Devletin Adı	İsveç Krallığı
Başkenti	Stokholm
Yönetim Biçimi	Anayasal Monarşi
Resmi Dili	İsveççe
Dini	% 87 Lutheryan, Katolik, Ortodoks, Müslüman, Yahudi, Budist
Para Birimi	İsveç Kronu (SEK)
Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar	AfDB, Kuzey Kutbu Konseyi, AsDB, Avustralya Grubu, BIS, CBSS, CE, CERN, EAPC, EBRD, EIB, ESA, EU, FAO, G-6, G-9, G-10, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICC, ICCT, ICRM, IDA, IEA, IFAD, IFC, IFRC, IHO, ILO, IMF, IMO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITU, ITUC, MIGA, MONUC, NAM (misafir), NC, NEA, NIB, NSG, OAS (gözlemci), OECD, OPCW, OSCE, Paris Klübü, PCA, PFP, UN, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNMEE, UNMIL, UNMIS, UNMOGIP, UNOMIG, UNRWA, UNTSO, UPU, WCO, WEU (gözlemci), WFTU, WHO, WIPO, WMO,WTO, ZC
Yüzölçümü	449.964 km ² (410.934 km ² toprak, 39.030 km ² su)
Nüfus	(9,182,297 – 31 Aralık 2007)
Yıllık Nüfus Artışı	% 0.7 (2006-2007 değişim)
Nüfus Yoğunluğu	22 kişi / km ²
Büyük Kentler	Stokholm (795,163), Göteborg (493,502), Malmö (280,801)
Büyük Limanlar	Göteborg, Helsingborg, Malmö, Stockholm, Gävle
Türkiye ile Saat Farkı	-1 saat (GMT+1)
Resmi Tatiller (2008)	1/6 Ocak; 6/8/9 Nisan; 1/17/27 Mayıs; 6/23 Haziran; 4 Kasım; 25/26 Aralık
Uluslararası Telefon Kodu	+46

1.2. SOSYAL GÖSTERGELER

Ortalama Ömür (Yaş)	80,51
• Kadın	82,87
• Erkek	78,29
Okuma Yazma Oranı	% 99
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	42
Yüksek Öğretimdeki Öğrenci Sayısı	265 000 (2006 Üniversite)
Hastane Sayısı	83 adet
Doktor Başına Düşen Kişi Sayısı	298
16-74 yaş arasındaki nüfus için oran (2005)	
• Otomobil	% 84
• Sabit Telefon Hattı (Adet/2004)	6.447 milyon
• Televizyon	% 98,3
• Mobil Telefon (Adet)	8 436 milyon
• Bilgisayar (Evlerde)	% 83,9
• İnternet Bağlantısı (Evlerde)	% 77
Dünya Turizm Örgütü 2008 yılı rakamlarına göre:	
Gelen Turist Sayısı	3,1 milyon kişi
Giden Turist Sayısı	10,3 milyon kişi
Sağlık Harcamaları / GSMH	% 9
Asgari Ücret (uygulama varsa)	Asgari Ücret Uygulaması Yoktur

1.3. EKONOMİK GÖSTERGELER

Başlıca Ekonomik Göstergeler	Birim	Değer	% Değişim (1)	% Değişim (2)	Dönem
İş Dünyası					
Sanayi Üretim Endeksi	(Endeks 2000=100)	101.3	-5.1	-20.3	Aralık-2008
İşgücü Piyasası					
İstihdam	1000	4478		-0.4	Ocak-2009
İşsizlik Oranı	%	7.3		0.9	Ocak-2009
Milli Gelir					
GSYİH (Cari Fiyatlarla)	Milyon SEK	804 793			2008 - 4. Çeyrek
GSYİH (Sabit Fiyatlarla, 2000)	Milyon SEK	662 952	-2.4	-4.9	2008 - 4. Çeyrek
Kişi Başına Düşen GSYİH	1000 SEK	342,5			2008
Nüfus	Kişi Sayısı	9 256 347	0.03	0.80	31/12/2008
TÜFE	(Endeks 1980=100)	297.88	-0.4	1.3	Ocak-2009
İhracat Fiyat Endeksi	(Endeks 2005=100)	115.6	1.2	5.8	Ocak-2009
İthalat Fiyat Endeksi	(Endeks 2005=100)	113.4	1.4	1.1	Ocak-2009
Üretici Fiyat Endeksi	(Endeks 2005=100)	116.8	0.9	3.9	Ocak-2009
Mal ve Hizmet Ticareti					
Mal İhracatı	Milyar SEK	84 592	-2.0	-15.7	Ocak-2009
Mal İthalatı	Milyar SEK	80 035	-1.9	-13.0	Ocak-2009
Mal Ticareti Dengesi	Milyar SEK	4 557	-4.3	-45.5	Ocak-2009
Perakende Ticaret	(2005=100)	107.9	1.3	2.2	Ocak-2009

2. ÜLKE HAKKINDA GENEL BİLGİLER

2.1. Ülkenin Kısa Tarihçesi

Günümüzden 40.000 yıl önce, Avrupa kıtasının şu anda İsveç'in yer aldığı kuzey bölgeleri tamamen buzlarla kaplı olup, gezegeninin ikliminin düzenli olarak ısınması sonucunda 15.000-20.000 yıllık bir süreçte buzların erimeye başladığına; İsveç'in güney bölgelerine ilk yerleşimlerin M.Ö. 12.000 yıllarında gerçekleştiğine ve ilk yerleşimcilerin avcılık/balıkçılıkla geçindiklerine dair işaretler mevcuttur.

İlk yerleşenlerin kimliği hakkında kesin bir kanıt bulunmamasına rağmen birçok araştırmacı bunların Lapland'da yaşayan Sami ırkının ataları olduğu görüşünde birleşmektedir. Dilbilimsel olarak İsveç nüfusunun büyük çoğunluğunu oluşturan Hindu-Avrupalıların göç dalgasının zamanı tam olarak bilinmemekle birlikte, tarımsal üretimin başladığı M.Ö. 4000 yılları civarında gerçekleştiği tahmin edilmektedir. M.Ö. 4000 yıllarında İsveç'te tarım toplumları görülmeye başlamış ve bunlar güneyden kuzeye doğru yayılmışlardır. Her durumda, M.Ö. 2000 yıllarında bugünkü İsveç topraklarında büyük ölçüde Hindu-Avrupa dili konuşulduğu ve sonradan göç edenlerin ilk yerleşimcilerle kaynaştığı bilinmektedir.

M.S. 3. y.y.'da başlayan ve Roma İmparatorluğu'nun gücünü kaybetmesine denk gelen üçyüz yıllık süreçte dünyada yaşanan büyük göç seli esnasında İskandinavya ile Kıta Avrupası arasındaki yakın etkileşim devam etmiştir.

İskandinavya tarihinin diğer uluslar bakımından en çok ilgi çeken kısmı M.S. 800-1050 dönemine rastlayan Viking dönemidir. Viking dönemine dair oldukça kıt yazılı kaynak, buna karşılık çok sayıda farklı yorum mevcuttur.

1397 yılında İsveç ve Danimarka tek bir Krallık altında birleşerek Kalmar Birliği'ni oluşturmuştur. Anılan dönemde Finlandiya İsveç'in, Norveç ise Danimarka'nın hakimiyeti altında bulunduğundan Kalmar Birliği esasen tam bir Kuzey Birliği'ni temsil etmiştir.

1523 yılında, fazla tanınmayan asil bir genç olan Gustav Vasa, Birliği yöneten Danimarka Kralına karşı ayaklanarak askeri bir zafer kazanmış ve ardından kendisini İsveç Kralı ilan etmek suretiyle Kalmar Birliği'nden ayrılmıştır. Gustav Vasa İsveç'in bağımsızlığını ilan etmenin ötesinde, tüm iç mücadeleleri bastırarak, İsveç Katolik Kilisesini Lutheran Devlet Kilisesine çevirmiş ve 1560 yılında öldüğünde geride Krallığın soydan soya geçtiği güçlü bir ulus devlet bırakmıştır.

Gustav Vasa'nın Krallığını izleyen dönemde İsveç'in ekonomik ve politik gücü artmıştır. Danimarka, Rusya ve Polonya ile girişilen bir çok savaş sonucunda 1561'de Talin ve Estonya'nın bir kısmı; 1629'da Riga ve Letonya'nın bir kısmı; 1655'de ise Polonya'nın büyük bir kısmı İsveç'in eline geçmiş olup, 1660 itibarıyla İsveç Kuzey Avrupa'da egemen güç haline gelmiştir.

1700 yılında Danimarka, Polonya ve Rusya İsveç'e savaş açmıştır. 1720 yılında Danimarka ile imzalanan Nystad Anlaşması sonucunda, Baltık bölgesi ve Finlandiya'nın bir kısmı Rusya'ya bırakılmış ve İsveç'in Kuzey Avrupa'daki hakimiyet süreci sona ermiştir.

Bu parlak dönemin bitişi mutlakiyeti de zayıflatmış ve Kral zorunlu olarak meşruti anayasaları kabul etmek durumunda kalmıştır. Bu itibarla, 18. y.y. başı ve ortaları İsveç tarihinde özgürlük dönemi olarak anılmaktadır. Bahse konu dönemde İsveç tarım ekonomisi gelişme göstermiştir.

Öte yandan, Rusya ve Prusya ile girişilen savaşların ülkeyi zayıflatması neticesinde 1772'de Kraliyet tekrar mutlak hakim konumuna gelmiştir. 1809 yılında Rusya ile yapılan barış sonucunda Finlandiya tamamen kaybedilmiş, 1814 yılında Danimarka ile sağlanan barışın ardından İsveç'in savaş dönemi tamamen sona ermiştir.

Ülke 1814 yılından bu yana hiçbir savaşa katılmamıştır. 1865 yılında yapılan anayasal reform sonucunda daha evvel asiller, ruhban sınıfı, burjuvazi ve köylülerden oluşan Riksdag iki meclisli hale gelmiştir. Danimarka ile yapılan

anlaşma uyarında Norveç İsveç'in egemenliğinde kalmış, ancak 1905'te Norveç'in bağımsızlığını ilan etmesiyle bu birlik de sona ermiştir. 19. y.y. başında büyük ölçüde tarıma dayalı olan İsveç ekonomisinde 19. y.y. sonu ve 20. y.y. başında endüstri devrimi yaşanmış; demir ve çelik üretimi hızla artmış; hidro-elektrik güç kullanımı sayesinde mühendislik ve sanayi gelişmiştir.

İsveç, 28 Şubat 1991 tarihinde Avrupa Birliği'ne üyelik için resmi başvuruda bulunmuş ve 1994 yılında ülkede bu amaçla yapılan referandumun lehte sonuçlanmasını takiben 1 Ocak 1995 itibariye AB üyesi olmuştur.

2.2. Siyasi ve İdari Durum

2.2.1. Yasama, Yürütme ve Yargı

İsveç, Kralın rolünün törensel görevlerle sınırlı bulunduğu anayasal bir krallıktır. Bununla birlikte, hâlihazırda Bernadotte ailesinden gelen Kral Carl XVI Gustav ve Kraliçe Silvia tarafından temsil edilmekte olan Kraliyet geniş halk kitlelerinden saygı görmekte ve ülkede milli birlik duygusunun güçlenmesine katkıda bulunmaktadır.

İsveç, gücünü doğrudan halktan alan parlamenter demokrasi ile yönetilmektedir. Ulusal düzeyde halk yasama yetkisi olan 'Riksdag' (meclis) tarafından temsil edilir. Nisbi temsil prensibine dayanan demokratik genel seçimler her dört yılda bir Eylül ayınının 3. Pazar günü yapılmaktadır. 18 yaşını dolduran tüm İsveç vatandaşları oy kullanma hakkına sahiptir.

Tek meclisli İsveç Parlamentosu Riksdag 349 üyeden oluşmaktadır. Parlamentodaki 349 sandalyenin 310'u 28 seçim bölgesinde, geri kalan 39'u ise milli düzeyde nisbi temsil prensibi çerçevesinde siyasi partiler arasında paylaştırılmaktadır.

Yargı sistemi, yasal güvenliğin ve hukukun üstünlüğünün sağlanmasından sorumlu taraflar bütünü olarak ele alındığında, İsveç yargı sisteminin temel unsurunu Mahkemeler, yardımcı unsurlarını ise, Polis Hizmetleri, Savcılık,

Hapishaneler, Suç Mağdurları Tazminat ve Destek Otoritesi gibi diğer kurumlar teşkil etmektedir.

Anayasa uyarınca İsveç mahkemeleri bağımsız olup, ne Riksdag'ın ne de diğer herhangi bir merciin mahkemelerin karar alma sürecinde etkisi bulunmamaktadır.

2.3. Coğrafi Bilgiler ve Nüfus

2.3.1. Coğrafi Konumu, Yer Şekilleri, Akarsular ve Göller, İklim, Bitki Örtüsü

449.964 km² lik yüzölçümü ile İskandinavya'nın en büyük ülkesi olan İsveç, batıda Norveç, doğuda Finlandiya ile sınır komşusudur. Norveç ile 1619 km, Finlandiya ile ise 614 km sınırı mevcuttur. Güneybatıda Danimarka ile arasında denizden sadece 4 km mesafe bulunmakta olup, Malmö ile Kopenhag şehirleri arasında tesis edilmiş olan tünel ve köprü iki ülke arasında karayolu bağlantısı sağlamaktadır. İsveç'in büyük bir bölümünde tüm mevsimlerde yağış görülen soğuk bir iklim hüküm sürmekle beraber güney bölümlerde hava daha ılıktır. Ülkenin kuzey kesimlerinde Ekim ayından Nisan ayına kadar sert kış şartları hüküm sürmekte, sıcaklık -50 santigrad derecenin altına düşebilmektedir. Sıcaklık ortalaması Ocak ayında güney bölgelerde en yüksek -1, kuzey bölgelerde ise -13 derecedir. Haziranda ise güney bölgelerde en yüksek 18, kuzey bölgelerde 14 derece civarındadır.

2.3.2. Nüfus, Çalışma ve İşgücü

İsveç'in toplam nüfusu 9 milyon kişi civarında olup son 50 yıllık dönemde, ortalama ömrün uzaması, bebek ölümleri ve doğurganlık oranındaki düşüşler neticesinde İsveç'in nüfusu hızla yaşlanmıştır. 1930'lardan itibaren, İsveç işgücü piyasasının genel niteliklerini, gerek işçiler gerekse işverenler bakımından kuvvetli örgütlenmeler ile taraflar arasında uzlaşmaya dayanan anlaşmalar oluşturmaktadır. İsveç'teki işçi ve işveren örgütlenmeleri yerel, bölgesel ve merkezi olmak üzere hiyerarşik bir yapı seğılemekte ve İsveç toplumundaki en

önemli politik güç odaklarından birini temsil etmektedir. Sosyal refah devleti geleneğinin çok sağlam temellere dayandığı İsveç'te ortalama gelir düzeyi yüksek ve iş kolları arasındaki gelir farkı azdır. İsveç'te iş akitlerinde genel prensip olarak süre sınırı bulunmamaktadır. İşverenler işçi çıkarırken belirli kurallara uymakla yükümlüdür. Haftalık ortalama çalışma 40 saattir. Gelecek dönemlerde İsveç işgücü piyasasında beklenen en önemli sorun, demografik yapıya bağlı olarak yaşanacak işgücü arzı sıkıntısıdır.

2.3.3. Eğitim ve Kültür

Eğitim ve araştırma İsveç'in uluslararası alandaki rekabetçi konumunu sağlamasında ve ülkenin milli kimliğinde önemli unsurlardır. Sosyal sınıf, cinsiyet, ekonomik durum ve coğrafi konum farkı gözetmeksizin tüm çocukların okuma yazma öğrenmesini sağlamak amacıyla İsveç'te ilköğretim eğitimi 1842 yılında zorunlu hale getirilmiştir. Devlet tarafından parasız olarak sağlanan zorunlu eğitim, II. Dünya Savaşı'nın ardından eğitim sisteminde yapılan bir dizi reform sonucunda 7 yaşından başlamak suretiyle 9 yıla çıkarılmıştır. 9 yıllık zorunlu eğitimi tamamlayan öğrencilerin % 90'ından fazlası 3 yıllık yüksek orta öğrenime devam etmekte ve bu çerçevede mesleki veya akademik eğitim seçebilmektedirler. İsveç'te araştırma geliştirmeye (AR-GE) büyük önem verilmektedir. 2006 yılında AR-GE harcamalarının GSYİH'ye oranı % 3.8 seviyesinde olup, bahse konu oran AB-25'ler için % 1.8'dir. Bu itibarla İsveç, İsrail'in ardından dünya ikincisi konumundadır. Kişi başına düşen AR-GE harcaması olarak ölçüldüğünde ise İsveç dünyada birincidir. AR-GE faaliyetlerinin % 75'i özel sektör (firma veya kar amacı gütmeyen kuruluşlar), % 20'si üniversiteler ve teknoloji enstitüleri, geri kalanı ise kamu kurumları tarafından gerçekleştirilmektedir. Söz konusu faaliyetlerin bir yansıması olarak, nüfusunun küçüklüğüne rağmen 2007 yılı itibariyle Dünya Patent Örgütüne yapılan başvuru sayısı bakımından İsveç dünyada 10. sırada yer almaktadır.

3. GENEL EKONOMİK DURUMU

3.1. Genel durum

İsveç ekonomisine ilişkin olarak seçilmiş yıllık göstergeler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Başlıca Ekonomik Göstergeler	Birim	Değer	% Değişim (1)	% Değişim (2)	Dönem
İş Dünyası					
Sanayi Üretim Endeksi	(Endeks 2000=100)	101.3	-5.1	-20.3	Aralık-2008
Yeni Siparişler	(Endeks 2000=100)	90.6	-8.7	-22	Aralık-2008
İskan, İnşaat ve Yapı					
Gayrimenkul Fiyat Endeksi	(Endeks 1981=100)	483	-3	-2	2008 - 4. Çeyrek
Yeni Başlayan Konut İnşaatı	1000	22,55		-20	Ocak-Aralık 2008
İşgücü Piyasası					
İstihdam	1000	4478		-0.4	Ocak-2009
Özel Sektör İşçilerinin Saat Ücretleri	SEK	136,90	0.7	3.6	Aralık-2008
İşgücü Maliyeti Endeksi	(Şubat 1994=100)	168.7	0.9	2.4	Aralık-2008
Özel Sektör Çalışanlarının Aylık Ücretleri	SEK	31 950	-0.2	3.9	Aralık-2008
İşsiz	1000	351		14.3	Ocak-2009
İşsizlik Oranı	%	7.3		0.9	Ocak-2009
Milli Gelir					
Faaliyet Endeksi	(Endeks 2000=100)	118.12	-0.5	-3.5	Aralık-2008
GSYİH (Cari Fiyatlarla)	Milyon SEK	804 793			2008 - 4. Çeyrek
GSYİH (Sabit Fiyatlarla,	Milyon SEK	662	-2.4	-4.9	2008 - 4.

2000)		952			Çeyrek
Kişi Başına Düşen GSYİH	1000 SEK	342,5			2008
Nüfus	Kişi Sayısı	9 256 347	0.03	0.80	31/12/2008
Fiyatlar ve Tüketim					
TÜFE	(Endeks 1980=100)	297.88	-0.4	1.3	Ocak-2009
İhracat Fiyat Endeksi	(Endeks 2005=100)	115.6	1.2	5.8	Ocak-2009
İthalat Fiyat Endeksi	(Endeks 2005=100)	113.4	1.4	1.1	Ocak-2009
Üretici Fiyat Endeksi	(Endeks 2005=100)	116.8	0.9	3.9	Ocak-2009
Mal ve Hizmet Ticareti					
Mal İhracatı	Milyar SEK	84 592	-2.0	-15.7	Ocak-2009
Mal İthalatı	Milyar SEK	80 035	-1.9	-13.0	Ocak-2009
Mal Ticareti Dengesi	Milyar SEK	4 557	-4.3	-45.5	Ocak-2009
Perakende Ticaret	(2005=100)	107.9	1.3	2.2	Ocak-2009
Ulaşım ve İletişim					
Binek Otomobili Yeni Kayıtları	Adet	12 371	-3.6	-36.0	Ocak-2009

(1) Bir Önceki Döneme Kıyasla Değişim

(2) Bir Önceki Yılın Aynı Dönemine Kıyasla Değişim

2008 yılı başı itibariyle, siparişlerdeki yavaşlama ve tüketicilerin ihtiyatlı tutumu İsviç ekonomisindeki yavaşlamaya katkıda bulunan faktörlerdir. Bununla birlikte, ihracat artışının tekrar hızlanma trendine gireceği, istihdamdaki ve ücretlerdeki artış nedeniyle 2008 ve 2009 yıllarında hanehalkı gelirlerinin ve enflasyonun yükseleceği tahmin edilmektedir. Finansal piyasalardaki belirsizlik ortadan kalktığına ise hanehalkı harcamalarının yüksek oranda artacağı öngörülmektedir. Bu çerçevede, 2008 yılının 2. çeyreğinden itibaren GSYİH artışının giderek hızlanacağı, 2008 yılında ortalama % 3, 2009 yılında ise % 2.8 oranında artış kaydedileceği beklenmektedir.

3.2. Tarım

19. y.y. ortalarına kadar tamamen bir tarım ülkesi konumunda olan İsveç'te 2006 yılı itibariyle tarım, ormancılık ve balıkçılık gerek GSYİH gerekse istihdam içerisinde % 2'sinin altında paya sahiptir. Toplam yüzölçümünün yaklaşık % 8'inin ekilebilir arazi, % 54'ünün ise ormanlarla kaplı olduğu ülkede çiftçilik ve ormancılık iç içe geçmiş durumdadır. İsveç'te tarımla iştigal eden nüfus oldukça yaşlıdır. Çiftçilerin % 63'ü 50 yaşın üzerinde olup, aktif işgücünün tarımda istihdam edilen oranı her geçen yıl düşmektedir.

Hayvancılık başlıca üretim faaliyeti olup, tarımsal üretim imkanları ülkenin kuzey ve güney bölgeleri arasında oldukça büyük farklılık arz etmekte ve buğday başta olmak üzere hububat ağırlıklı olan üretim büyük ölçüde ülkenin orta ve güney bölümlerinde gerçekleştirilmektedir. Süt ve süt ürünleri İsveç tarımında merkezi bir role sahip olmakla birlikte, süt ineklerinin sayısı uzun bir dönemdir düşüş göstermektedir. Diğer taraftan, hayvan yetiştirilen çiftlik sayısı azalmaktayken kalan çiftliklerdeki hayvan sayısı artmaktadır. 2007 yılı itibariyle İsveç'in dış ticaretinde tarım ürünleri (1 – 24. fasıllar), ithalatta % 8, ihracatta % 3.6 paya sahiptir.

Mahsule Göre Ekim Alanı				2006 Yılı Toplam Üretim			
1000 Hektar	1990	2000	2006	Ürün	Miktar(1000 Ton)	Verim (Kg/Hektar)	
Buğday	350	402	361	Buğday	1 967	5 517	
Çavdar	73	35	23	Çavdar	115	4 990	
Arpa		411	315	Arpa	1 111	3 628	
Yulaf	388	296	206	Yulaf	624	3 170	
Karışık Hububat	33	45	17	Karışık Hububat	55	2 720	
Triticale		41	55	Triticale	256	4 670	
Patates	36	33	30	Patates	778	27 600	
Şeker Pancarı	50	55	44	Şeker Pancarı	2 189	49 600	
Otlaklar ve Diğer Yem Bitkileri	918	921	1 098	Rep ve Şalgam Repi	220	2 440	
Yağlı Tohumlar		59	99	Bezelye	51	2630	
Diğer Ürünler		161	104				
Nadas Alanı ve Sürülmemiş Arazi	193		309				
Toplam Ekilebilir Alan	2 845	2 706	2 660				
Hayvan Türlerine Göre Çiftlik Sayısı				Hayvan Sayısı (1000 Adet)			
	1990	2000	2006		1990	2000	2006
Siğir	47 292	32 063	25 054	Siğir	1 718	1 684	1 590
Koyun (Kuzu hariç)	9 688	8 041	9 141	Koyun	405	432	505
Domuz	14 301	4 809	2 414	Domuz	2 264	1 918	1 681
Kümes H. (Tavuk Hariç)	12 900	5 678	4 877	Kümes Hayvanları	8 568	7 324	6 170

3.3. Sanayi

Ürün yelpazesinin genişliği ile uluslararası faaliyetlerin büyüklüğü İsveç sanayinin en belirgin özellikleri olarak ortaya çıkmaktadır. İsveç'te madencilikten bilgi teknolojisi ve diğer yüksek teknolojileri kapsayan bir ürün grubunda uluslararası alanda yüksek başarı gösteren birçok firma bulunmakta, ülkenin sanayi üretiminin yaklaşık % 65'i ihraç edilmektedir

Tüm gelişmiş ülkelerde olduğu üzere İsveç'te de GSYİH içinde sanayi imalatının payı giderek azalırken, hizmet sektörünün payı artmıştır. 2007 yılı itibariyle imalat sanayi GSYİH içerisinde % 18, toplam istihdamda ise % 16 paya sahiptir. Bununla birlikte imalat sanayi İsveç ekonomisi bakımından yukarıda verilen rakamların işaret ettiğiinden daha büyük bir öneme sahiptir. Zira, İsveç hizmet sektörün önemli bir kısmı ülkenin sanayi altyapısı ile yakından ilintilidir.

İmalat sanayiinde toplam üretimin % 56'sını mühendislik ürünleri (makinalar, ulaşım ekipmanları, telekomünikasyon araçları, elektrikli cihazlar, vs.), % 23'ünü metal ve mamulleri, % 16'sını orman ve kağıt ürünleri, % 13'ünü kimya sanayii ve % 6'sını gıda işleme sanayi oluşturmaktadır.

3.4. Hizmetler

2007 yılında GSYİH içinde % 42 oranında paya sahip olan hizmet sektöründe, bu alandaki toplam katma değer içindeki pay itibariyle en önemli faaliyet kolları emlakçılık (% 42); toptan ve perakende ticaret (% 23), ulaştırma ve iletişim (% 14) ile finansal aracılıktır (% 8). İsveç'te uluslararası kural ve standartlarla uyumlu oldukça gelişmiş ve sağlam bir finans sistemi mevcuttur. İsveç turizm sektöründe geçen 10 yılda ciddi bir canlanma eğilimi göze çarpmakla birlikte, GSYİH içerisinde % 3'ün altında bir pay ile diğer Avrupa ülkelerine kıyasla görece önemsiz kalmaktadır.

3.5. Doğal Kaynaklar ve Madencilik

Son 50–60 yılda ormancılık ve madenciliğin önemi görece azalmış olmakla birlikte doğal kaynaklar ülke ekonomisinde halen önemli bir role sahiptir. Başlıca ladin ve çam olmak üzere İsveç topraklarının yaklaşık yarısı ormanlarla kaplıdır. İsveç, orman ürünleri ihracatı bakımından Kanada ve Finlandiya'nın ardından dünyada üçüncü sırada yer almaktadır. Maden cevherleri ve hidroelektrik güç ülkenin diğer önemli doğal zenginlik kaynaklarıdır.

EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLER

Dış Ticaret

Genel Durum

İsveç 1995 yılında hem Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) hem de AB'ne üye olmuş ve anılan tarihten itibaren Topluluğun Ortak Ticaret Politikasını üstlenmiştir. Esasen geleneksel olarak düşük gümrük vergisi uygulayan ve ithalat için oldukça az bürokratik koşulu bulunan İsveç Topluluk kurallarını liberal bir şekilde uygulamakta olup, gerek AB içinde gerekse diğer uluslararası platformlarda serbest ticaretin en hararetli savunucularından biridir. İç pazarın küçüklüğü nedeniyle dış ticaret ülke ekonomisinde hayati bir öneme sahiptir. 2007 yılı itibariyle dış ticaret, ithalat ve ihracat GSYİH'nin sırasıyla % 97, % 45 ve % 52'sine karşılık gelmektedir. Bu itibarla İsveç, dünyanın dışa en açık ekonomilerinden biridir. 2008 yılında İsveç'in bir önceki yıla kıyasla SEK bazında ihracatı % 5, ithalatı % 6 oranında artmış olmakla birlikte, yılın son çeyreğinde gerek ihracat gerekse ithalatta ciddi oranda düşüş gözlenmeye başlanmıştır. Dış ticarete ilişkin en güncel veriler ihracat ve ithalattaki daralmanın devam ettiğini göstermektedir. 2009 yılı Ocak ayında ihracat ve ithalat bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla sırasıyla % 25 ve % 24 oranlarında gerilemiştir.

Yıl	Milyar SEK				Milyar \$						
	İthalat	Değişim	İhracat	Değişim	Denge	Hacim	Ortalama Kur	İthalat	İhracat	Denge	Hacim
2001	663	-1%	807	0%	144	1 469	10,326	64	78	14	142
2002	657	-1%	806	0%	149	1 463	9,7243	68	83	15	150
2003	679	3%	826	2%	147	1 505	8,0894	84	102	18	186
2004	739	9%	905	10%	166	1 643	7,3496	101	123	23	224
2005	833	13%	971	7%	139	1 804	7,4775	111	130	19	241
2006	940	13%	1 089	12%	151	2 020	7,3766	127	148	20	275
2007	1 022	9%	1141	5%	121	2 161	6,7607	151	169	18	320
2008	1 084	6%	1195	5%	111	2 279	6,5808	165	182	17	347
2008/1 ay	91,7	-	101,6	-	9,9	193,3	6,4173	14,3	15,8	1,5	30,1
2009/1 ay	70,1	-24%	76,3	-25%	6,2	146,4	8,1064	8,6	9,4	0,8	18

	İhracat (Milyar SEK)									İhracat (Milyar \$)		
	Toplam			AB Üyesi Ülkeler			AB Harici			Toplam		
Ay	2007	2008	2007/8	2007	2008	2007/8	2007	2008	2007/8	2007	2008	2007/8
Ocak	89.7	102.4	14,2%	55.9	64.9	16,1%	33.8	37.5	10,9%	13.3	15.6	17,3%
Şubat	89.4	106.3	18,9%	54.9	65.8	19,9%	34.5	40.5	17,4%	13.2	16.2	22,7%
Mart	102.9	99.8	-3,0%	64.4	62.1	-3,6%	38.5	37.7	-2,1%	15.2	15.2	0,0%
Nisan	92.0	111.1	20,8%	56.8	66.6	17,3%	35.2	44.5	26,4%	13.6	16.9	24,3%
Mayıs	98.5	102.8	4,4%	60.2	63.1	4,8%	38.3	39.7	3,7%	14.6	15.6	6,8%
Haziran	97.1	103.2	6,3%	60.2	62.2	3,3%	36.9	41.0	11,1%	14.4	15.7	9,0%
Temmuz	83.4	94.7	13,5%	48.8	53.7	10,0%	34.6	41.0	18,5%	12.3	14.4	17,1%
Ağustos	88.9	86.0	-3,3%	54.9	52.1	-5,1%	34.0	33.9	-0,3%	13.1	13.1	0,0%
Eylül	96.1	106.7	11,0%	58.8	63.3	7,7%	37.3	43.4	16,4%	14.2	16.2	14,1%
Ekim	106.2	108.2	1,9%	63.2	63.7	0,8%	43.0	44.5	3,5%	15.7	16.4	4,5%
Kasım	106.1	91.6	-13,7%	65.1	54.4	-16,4%	41.0	37.2	-9,3%	15.7	13.9	-11,5%
Aralık	91.1	82.5	-9,4%	56.5	46.9	-17,0%	34.6	35.6	2,9%	13.5	12.5	-7,4%
Toplam	1 141.4	1 195.3	4,7%	699.7	718.8	2,7%	441.7	476.5	7,9%	168.8	181.6	7,6%

	İthalat (Milyar SEK)									İthalat (Milyar \$)		
	Toplam			AB Üyesi Ülkeler			AB Harici			Toplam		
Ay	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Ocak	78.4	91.2	16,3%	54.5	63.9	17,2%	23.9	27.3	14,2%	11.6	13.9	19,8%
Şubat	79.1	90.3	14,2%	57.8	65.3	13,0%	21.3	25.0	17,4%	11.7	13.7	17,1%
Mart	90.5	90.2	-0,3%	64.7	64.4	-0,5%	25.8	25.8	0,0%	13.4	13.7	2,2%
Nisan	80.5	100.4	24,7%	57.7	70.3	21,8%	22.8	30.1	32,0%	11.9	15.3	28,6%
Mayıs	87.1	92.9	6,7%	63.2	65.8	4,1%	23.9	27.1	13,4%	12.9	14.1	9,3%
Haziran	83.8	94.9	13,2%	61.8	67.0	8,4%	22.0	27.9	26,8%	12.4	14.4	16,1%
Temmuz	76.5	85.1	11,2%	53.3	55.9	4,9%	23.2	29.2	25,9%	11.3	12.9	14,2%
Ağustos	84.6	85.4	0,9%	57.8	57.6	-0,3%	26.8	27.8	3,7%	12.5	13.0	4,0%
Eylül	88.9	96.6	8,7%	63.0	66.8	6,0%	25.9	29.8	15,1%	13.1	14.7	12,2%
Ekim	95.3	99.0	3,9%	69.3	68.7	-0,9%	26.0	30.3	16,5%	14.1	15.0	6,4%
Kasım	97.0	86.2	-11,1%	70.8	59.2	-16,4%	26.2	27.0	3,1%	14.3	13.1	-8,4%
Aralık	80.1	71.5	-10,7%	58.0	49.4	-14,8%	22.1	22.1	0,0%	11.8	10.9	-7,6%
Toplam	1 021.8	1 083.7	6,1%	731.9	754.3	3,1%	289.9	329.4	13,6%	151.1	164.7	9,0%

	Ticaret Dengesi (Milyar SEK)						Denge (Milyar \$)	
	Toplam		AB Üyesi Ülkeler		AB Harici		Toplam	
Ay	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
Ocak	11.3	11.2	1.4	1.0	9.9	10.2	1.7	1.7
Şubat	10.3	16.0	-2.9	0.5	13.2	15.5	1.5	2.4
Mart	12.4	9.6	-0.3	-2.3	12.7	11.9	1.8	1.5
Nisan	11.5	10.7	-0.9	-3.7	12.4	14.4	1.7	1.6
Mayıs	11.4	9.9	-3.0	-2.7	14.4	12.6	1.7	1.5
Haziran	13.3	8.3	-1.6	-4.8	14.9	13.1	2.0	1.3
Temmuz	6.9	9.6	-4.5	-2.2	11.4	11.8	1.0	1.5
Ağustos	4.3	0.6	-2.9	-5.5	7.2	6.1	0.6	0.1
Eylül	7.2	10.1	-4.2	-3.5	11.4	13.6	1.1	1.5
Ekim	10.9	9.2	-6.1	-5.0	17.0	14.2	1.6	1.4
Kasım	9.1	5.4	-5.7	-4.8	14.8	10.2	1.3	0.8
Aralık	11.0	11.0	-1.5	-2.5	12.5	13.5	1.6	1.7
Toplam	119.6	111.6	-32.2	-35.5	151.8	147.1	17.7	17.0

Dış Ticaret Mevzuatı

İsveç Dış Ticaret Mevzuatı olarak Avrupa Birliği'nin Ortak Ticaret Politikasını (OTP) uygulamaktadır. Bu çerçevede, ülkenin gümrük vergisi oranları Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uyarınca tespit edilmektedir. 2006 yılı OGT'sinde yer alan toplam 9843 tarife satırının % 90'ı advalorem, % 10'u advalorem dışı gümrük vergilerine tabi olup, advalorem eşdeğeri olarak tarife hadleri % 0 ile % 427.9 aralığındadır. Advalorem harici gümrük vergisi uygulanan ürünlerin tamamı tarım ürünüdür ve bahse konu ürünlerin bir çoğu için aynı zamanda tarife kotası uygulaması mevcuttur.

2006 yılı itibariyle İsveç'in basit ortalama advalorem bağlı hadleri ve uygulanan gümrük vergisi oranları tüm ürünler bakımından % 5.4 (AB ortalaması % 6.9); tarımsal ürünlerde % 15.4 (bağlı hadler) ve % 15.1 (uygulanan vergi); tarım haricinde ise % 3.9 seviyesindedir.

Katma Değer Vergisi (KDV) ve Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) Topluluk Mevzuatında tam olarak uyumlaştırılmadığından üye ülkeler tarafından belirlenmekte ve ithal ve yerli üretim için aynı oranlar uygulanmaktadır.

İsveç'teki standart KDV oranı % 25'tir. Buna karşılık, gıda, toplu taşıma ve konaklama için % 12; gazete, dergi, kültürel ve sportif faaliyetler için % 6 oranında indirilmiş vergi uygulanmaktadır. Alkollü ürünler, tütün mamulleri ve enerji, İsveç'te ÖTV'ne tabi bulunan ürün gruplarıdır.

AB üyesi ülkeler, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi kararları uyarınca ticari ve ekonomik yaptırımlar, diğer uluslararası konvansiyonlar çerçevesinde de bazı ticari kısıtlamalar uygulamaktadır.

Toplulukta halihazırda 91'i tarım olmak üzere toplam 98 adet ürün tarife kotası uygulamasına tabi olup, sığır eti, koyun, keçi, tavuk, hindi, süt ürünleri, patates, bazı taze sebze ve meyveler, buğday pirinç, mısır, nişasta, mantar, sosis, şeker ve üzüm suyu bu kapsamdadır. Ayrıca, miktar kısıtlaması, korunma önlemi veya

gözetime konu olan ürünler ile bazı çelik ve tarım ürünlerinin ithalatında lisans uygulaması bulunmaktadır.

Korunma önlemi uygulamaları tüm AB üyesi ülkelerce eşgüdüm içerisinde yürütülmekte olup, bu kapsamda, 31 Mart 2008 tarihi itibariyle 130 anti-dumping ve 9 karşı önlem uygulaması yürürlükte bulunmaktadır. Bu alandaki güncel bilgiler http://ec.europa.eu/trade/issues/respectrules/anti_dumping/stats.htm adresinden takip edilebilir.

İsveç, OTP çerçevesinde AB'nin çok geniş tercihli ticaret ağının bir parçasıdır. Topluluk tek taraflı veya karşılıklı anlaşmalara dayanmak suretiyle bir çok ülke/ülke grubuna karşı genel prensip olarak tarım harici ürünlerde vergi muafiyeti, tarım ürünlerinde ise çoğunlukla tarife kotaları dahilinde vergi muafiyeti/indirimi şeklindeki uygulamalar öngören bir dizi tavizli rejim uygulamaktadır.

Dış Ticaret İstatistikleri

Yıllara Göre Dış Ticaret Değerleri

İsveç'in dış ticaret dengesi 1980'lerin ortasından bu yana aralıksız olarak fazla vermektedir. Özellikle 1992 yılındaki devalüasyonun ardından söz konusu fazlada büyük artış izlenmiştir. 1990'ların ortasından bu yana dış ticaret fazlası GSYİH'nin % 5'i ile % 7'si aralığında dengeli bir seyir izlemektedir.

İsveç'in Dış Ticaret Rakamları											
Yıl	Milyar SEK						Ortalama Döviz Kuru	Milyar USD			
	İthalat	Değişim	İhracat	Değişim	Denge	Hacim		İthalat	İhracat	Denge	Hacim
1975	75	-	72	-	-3	147	-	-	-	-	-
1980	142	89%	131	82%	-11	273	-	-	-	-	-
1990	324	129%	340	159%	16	664	-	-	-	-	-
2000	672	108%	804	137%	132	1 477	9,1718	73	88	14	161
2001	663	-1%	807	0%	144	1 469	10,326	64	78	14	142
2002	657	-1%	806	0%	149	1 463	9,7243	68	83	15	150
2003	679	3%	826	2%	147	1 505	8,0894	84	102	18	186
2004	739	9%	905	10%	166	1 643	7,3496	101	123	23	224
2005	833	13%	971	7%	139	1 804	7,4775	111	130	19	241
2006	940	13%	1 089	12%	151	2 020	7,3766	127	148	20	275
2007	1020	9%	1141	5%	121	2161	6,7607	151	169	18	320

Başlıca Ülke/Ülke Gruplarına Göre Dış Ticaret

2007 Yılında Bölgelere Göre Dış Ticaret						
Ülke Grubu	İHRACAT			İTHALAT		
	Milyon SEK	Pay (%)	2006/2007 % Değişim	Milyon SEK	Pay (%)	2006/2007 % Değişim
Toplam	1 140 724	100	5	1 020 271	100	9
Avrupa	859 330	75.3	7	866 749	85.0	9
AB 27	695 163	60.9	7	730 435	71.6	10
Türkiye	9 569	0.8	0	7 328	0.7	-2
Afrika	27 995	2.5	23	5 565	0.5	35
Amerika	122 924	10.8	-9	49 750	4.9	3
Asya	110 193	9.7	0	88 844	9.3	7
Okyanusya ve Diğer	14 604	1.3	-7	3 056	0.3	-6

İsveç'in Bölgelere Göre İhracatı

	(Milyon SEK)		% Pay	% Değişim	(Milyon \$)	
	2007	2008	2008	2007/2008	2007	2008
Toplam	1.140.032	1.194.256	100,0%	4,8	176.647	181.476
Avrupa	862.143	897.085	75,1%	4,1	132.691	136.319
AB-27	697.615	717.052	60,0%	2,8	106.062	108.961
Avro Bölgesi-15	458.908	471.535	39,5%	2,8	69.746	71.653
Diğer Avrupa	164.528	180.033	15,1%	9,4	26.629	27.357
Africa	28.004	35.437	3,0%	26,5	5.242	5.385
Kuzey Afrika	11.954	14.115	1,2%	18,1	2.088	2.145
Batı Afrika	4.734	5.797	0,5%	22,5	857	881
Diğer Afrika	11.316	15.525	1,3%	37,2	2.296	2.359
Amerika	122.992	119.045	10,0%	-3,2	17.608	18.090
Kuzey Amerika	98.475	91.060	7,6%	-7,5	13.469	13.837
Orta ve GüneyAmerika	24.517	27.985	2,3%	14,1	4.139	4.253
Asya	110.412	124.311	10,4%	12,6	18.387	18.890
Orta ve Yakın Doğu	23.839	31.232	2,6%	31,0	4.620	4.746
Diğer Asya	86.572	93.079	7,8%	7,5	13.768	14.144
Okyanusya	14.616	15.210	1,3%	4,1	2.250	2.311

İsveç'in Bölgelere Göre İthalatı

	(Milyon SEK)		% Pay	% Değişim	(Milyon \$)	
	2007	2008	2008	2007/2008	2007	2008
Toplam	1.030.100	1.087.330	100,0%	5,6	160.831	165.228
Avrupa	875.806	919.841	84,6%	5,0	136.057	139.776
AB-27	738.860	757.679	69,7%	2,5	112.071	115.135
Avro Bölgesi-15	499.068	505.439	46,5%	1,3	74.761	76.805
Diğer Avrupa	136.946	162.162	14,9%	18,4	23.986	24.642
Africa	5.573	9.050	0,8%	62,4	1.339	1.375
Kuzey Afrika	1.098	2.176	0,2%	98,2	322	331
Batı Afrika	37	1.417	0,1%	3729,7	210	215

Diğer Afrika	4.437	5.457	0,5%	23,0	807	829
Amerika	49.973	53.707	4,9%	7,5	7.944	8.161
Kuzey Amerika	35.496	36.969	3,4%	4,1	5.468	5.618
Orta ve Güney Amerika	14.477	16.738	1,5%	15,6	2.476	2.543
Asya	95.686	100.622	9,3%	5,2	14.883	15.290
Orta ve Yakın Doğu	2.865	2.632	0,2%	-8,1	389	400
Diğer Asya	92.821	97.990	9,0%	5,6	14.494	14.890
Okyanusya ve Diğer Bölgeler	3.062	4.110	0,4%	34,2	608	625

Dış Ticaretin Sektörel Dağılımı/Başlıca Maddelere Göre İhracat/İthalat

Ülkenin sanayi üretimine paralel olarak mal ihracatında da öne çıkan ürün grupları, mühendislik ürünleri, ormancılık ürünleri, demir, çelik ve demirsiz metaller ile kimyasallar ve eczacılık ürünleridir.

2007 yılında İsveç'in toplam ihracatı içerisinde, makinalar ve taşımacılık ekipmanları % 49.3; kimyasallar ve kauçuk ürünler % 11.7; demir, çelik ve madenler % 11.6; orman ve kağıt ürünleri % 11.2; mineral yakıtlar ve elektrik % 5.5; diğer ürünler (gıda-içecek-tütün, tekstil-hazır giyim-ayakkabı, mobilya) % 10.8 paya sahiptir.

Söz konusu dönemde ithalatın ise % 44.6'sı makinalar ve taşımacılık ekipmanları; % 18.2'si gıda-içecek-tütün, tekstil-hazır giyim-ayakkabı, mobilya ürünleri, % 12.2'si kimyasallar ve kauçuk; % 11.1'i petrol ve ürünleri; % 10.8'i demir, çelik ve madenler; % 3.1'i orman ve kağıt ürünleri ürünlerden oluşmaktadır.

İsveç'in SITC Ürün Gruplarına Göre İhracatı

Ürün Grubu	(Milyon SEK)		% Pay	% Değişim	(Milyon \$)	
	2007	2008	2008	2007/2008	2007	2008
TOPLAM	1.140.032	1.194.256	100,0%	4,8	168.626	181.476
Orman ve Kağıt Ürünleri	128.554	129.375	10,8%	0,6	19.015	19.659
Orman Ürünleri	30.273	25.809	2,2%	-14,7	4.478	3.922
Kağıt Hamuru ve Atık Kağıt	17.182	18.238	1,5%	6,1	2.541	2.771
Kağıt, Kağıt Ürünleri	73.124	78.105	6,5%	6,8	10.816	11.869
Madenler	131.522	134.364	11,3%	2,2	19.454	20.418
Demir Cevheri ve Konsantreleri	10.134	14.474	1,2%	42,8	1.499	2.199
Demir ve Çelik	76.777	75.403	6,3%	-1,8	11.356	11.458
İçinde Demir Olmayan Madenler	22.759	21.692	1,8%	-4,7	3.366	3.296
Kimyasallar, Kauçuk Ürünleri	133.124	138.296	11,6%	3,9	19.691	21.015
Organik/inorganik Kimyasallar	15.528	17.485	1,5%	12,6	2.297	2.657
Eczacılık Ürünleri	59.294	59.781	5,0%	0,8	8.770	9.084
Plastik	26.094	26.543	2,2%	1,7	3.860	4.033
Mineral Yakıtlar, Elektrik Akımı	62.877	94.023	7,9%	49,5	9.300	14.287

Petrol Ürünleri	57.379	85.485	7,2%	49,0	8.487	12.990
Makinalar, Nakliye Araçları	561.824	564.527	47,3%	0,5	83.101	85.784
Metal Mamulleri	33.848	35.376	3,0%	4,5	5.007	5.376
Endüstriyel Makinalar	187.923	193.990	16,2%	3,2	27.796	29.478
Elektronik, Telekomünikasyon	148.214	153.176	12,8%	3,3	21.923	23.276
Karayolu Taşıtları	154.274	143.010	12,0%	-7,3	22.819	21.731
Binek Otomobilleri	69.455	55.044	4,6%	-20,7	10.273	8.364
Kamyonlar, Yük Araçları	26.880	30.404	2,5%	13,1	3.976	4.620
Aksam ve Parçalar	47.089	44.982	3,8%	-4,5	6.965	6.835
Diğer Taşıma Ekipmanları	11.241	11.032	0,9%	-1,9	1.663	1.676
Aletler, Fotoğraf/Optik	26.324	27.943	2,3%	6,2	3.894	4.246
Diğer Ürünler	122.131	133.671	11,2%	9,4	18.065	20.312

Gıda, İçecek, Tütün	41.004	47.285	4,0%	15,3	6.065	7.185
Tekstil, Giyim, Ayakkabı	20.079	20.741	1,7%	3,3	2.970	3.152
Mobilya	16.860	17.414	1,5%	3,3	2.494	2.646

İsveç'in SITC Ürün Gruplarına Göre İthalatı

Ürün Grubu	(Milyon SEK)		% Pay		% Değişim		(Milyon \$)	
	2008	2007	2008	2008/2007	2008	2007	2008	2007
TOPLAM	1.030.100	1.087.330	100,0%	5,6	152.366	165.228		
Orman ve Kağıt Ürünleri	32.259	31.532	2,9%	-2,3	4.772	4.792		
Madenler	116.335	105.780	9,7%	-9,1	17.208	16.074		
Demir-Çelik	56.111	52.123	4,8%	-7,1	8.300	7.920		
İçinde Demir Olmayan Madenler	27.089	22.534	2,1%	-16,8	4.007	3.424		
Maden Filizi, Metal Hırdavat	17.502	14.689	1,4%	-16,1	2.589	2.232		
Kimyasallar, Kauçuk Ürünleri	124.617	136.423	12,5%	9,5	18.433	20.730		
Organik/inorganik Kimyasallar	31.557	36.191	3,3%	14,7	4.668	5.499		
Eczacılık Ürünleri	24.768	27.614	2,5%	11,5	3.664	4.196		
Plastik	27.699	28.204	2,6%	1,8	4.097	4.286		
Ham Kauçuk ve Ürünleri	14.308	14.440	1,3%	0,9	2.116	2.194		
Mineral Yakıtlar, Elektrik Akımı	114.560	158.079	14,5%	38,0	16.945	24.021		
Ham Petrol	61.480	86.855	8,0%	41,3	9.094	13.198		
Petrol Ürünleri	37.483	49.034	4,5%	30,8	5.544	7.451		
Makinalar, Nakliye Araçları	456.172	453.045	41,7%	-0,7	67.474	68.843		
Metal Mamulleri	30.121	32.138	3,0%	6,7	4.455	4.884		

Endüstriyel Makinalar	114.924	121.785	11,2%	6,0	16.999	18.506
Elektronik, Telekomünikasyon	157.656	155.887	14,3%	-1,1	23.319	23.688
Karayolu Taşıtları	112.380	103.224	9,5%	-8,1	16.623	15.686
Binek Otomobilleri	48.894	39.734	3,7%	-18,7	7.232	6.038
Aksam ve Parçalar	45.113	42.778	3,9%	-5,2	6.673	6.500
Diğer Taşıma Ekipmanları	14.895	13.649	1,3%	-8,4	2.203	2.074
Aletler, Fotoğraf/Optik	26.197	26.362	2,4%	0,6	3.875	4.006
Diğer Ürünler	186.157	202.472	18,6%	8,8	27.535	30.767
Gıda, İçecek, Tütün	77.319	87.321	8,0%	12,9	11.437	13.269
Tekstil, Giyim, Ayakkabı	44.242	45.380	4,2%	2,6	6.544	6.896
Mobilya	16.875	17.460	1,6%	3,5	2.496	2.653

İsveç'in İhracatında İlk 30 Ülke

2008	2007	Ülke	(Milyon SEK)		2008	2008/2007	(Milyon \$)	
			2008	2007			Pay (%)	% Değişim
Sıra	Sıra	Toplam	1.140.032	1.194.256	100,0%	4,8	168.626	181.476
1	1	Almanya	119.109	123.898	10,4%	4,0	17.618	18.827
2	2	Norveç	107.269	113.462	9,5%	5,8	15.867	17.241
3	4	Danimarka	84.113	88.337	7,4%	5,0	12.441	13.423
4	5	İngiltere	81.576	87.550	7,3%	7,3	12.066	13.304
5	3	ABD	86.509	78.643	6,6%	-9,1	12.796	11.950
6	6	Finlandiya	71.310	75.787	6,3%	6,3	10.548	11.516
7	7	Hollanda	57.565	60.794	5,1%	5,6	8.515	9.238
8	8	Fransa	57.008	58.388	4,9%	2,4	8.432	8.872
9	9	Belçika	52.269	52.517	4,4%	0,5	7.731	7.980
10	10	İtalya	36.015	37.212	3,1%	3,3	5.327	5.655
11	12	Polonya	27.839	29.884	2,5%	7,3	4.118	4.541
12	13	Rusya	22.702	28.876	2,4%	27,2	3.358	4.388
13	11	İspanya	32.754	27.625	2,3%	-15,7	4.845	4.198
14	14	Çin	22.190	25.925	2,2%	16,8	3.282	3.939
15	16	Avustralya	13.032	13.586	1,1%	4,3	1.928	2.064

16	15	Japonya	13.951	13.183	1,1%	-5,5	2.064	2.003
17	22	Türkiye	9.573	12.618	1,1%	31,8	1.416	1.917
18	19	Hindistan	10.716	12.612	1,1%	17,7	1.585	1.916
19	17	Avusturya	11.595	12.028	1,0%	3,7	1.715	1.828
20	18	Kanada	11.001	11.112	0,9%	1,0	1.627	1.689
21	20	İsviçre	10.246	11.011	0,9%	7,5	1.516	1.673
22	27	Güney Afrika	7.296	10.213	0,9%	40,0	1.079	1.552
23	24	Brezilya	7.933	9.394	0,8%	18,4	1.173	1.427
24	26	Suudi Arabistan	7.792	9.381	0,8%	20,4	1.153	1.426
25	21	Estonya	9.620	8.874	0,7%	-7,8	1.423	1.348
26	25	Çek C.	7.804	7.849	0,7%	0,6	1.154	1.193
27	28	Güney Kore	6.956	7.461	0,6%	7,3	1.029	1.134
28	29	Singapur	6.410	7.264	0,6%	13,3	948	1.104
29	31	Portekiz	5.969	6.500	0,5%	8,9	883	988
30	30	İrlanda	6.253	6.245	0,5%	-0,1	925	949

İsveç'in İthalatında İlk 30 Ülke

2008	2007	Ülke	(Milyon SEK)		2008	2008/2007	(Milyon \$)	
			2008	2007			Pay (%)	% Değişim
Sıra	Sıra	Toplam	1.030.100	1.087.330	100,0%	5,6	152.366	165.228
1	1	Almanya	188.595	190.669	17,5%	1,1	27.896	28.974
2	2	Danimarka	94.092	102.417	9,4%	8,8	13.917	15.563
3	3	Norveç	87.974	97.179	8,9%	10,5	13.013	14.767
4	4	İngiltere	74.797	68.393	6,3%	-8,6	11.063	10.393
5	6	Hollanda	62.534	64.672	5,9%	3,4	9.250	9.827
6	5	Finlandiya	63.949	62.360	5,7%	-2,5	9.459	9.476
7	7	Fransa	50.795	54.433	5,0%	7,2	7.513	8.271
8	12	Rusya	29.843	44.916	4,1%	50,5	4.414	6.825
9	8	Belçika	42.858	42.352	3,9%	-1,2	6.339	6.436
10	9	İtalya	36.240	37.403	3,4%	3,2	5.360	5.684
11	10	Çin	35.690	36.797	3,4%	3,1	5.279	5.592
12	13	Polonya	29.744	35.825	3,3%	20,4	4.400	5.444
13	11	ABD	32.040	33.658	3,1%	5,0	4.739	5.115
14	14	Japonya	17.704	17.838	1,6%	0,8	2.619	2.711
15	15	İspanya	14.568	14.602	1,3%	0,2	2.155	2.219

16	17	Çek C.	12.248	14.185	1,3%	15,8	1.812	2.156
17	18	Avusturya	11.184	11.926	1,1%	6,6	1.654	1.812
18	16	İrlanda	12.430	11.344	1,0%	-8,7	1.839	1.724
19	19	İsviçre	8.951	9.200	0,8%	2,8	1.324	1.398
20	22	Güney Kore	7.383	8.868	0,8%	20,1	1.092	1.348
21	20	Hong Kong	8.567	8.477	0,8%	-1,1	1.267	1.288
22	23	Türkiye	7.344	7.964	0,7%	8,4	1.086	1.210
23	21	Estonya	7.928	7.808	0,7%	-1,5	1.173	1.186
24	24	Macaristan	7.269	7.699	0,7%	5,9	1.075	1.170
25	28	Litvanya	4.752	6.487	0,6%	36,5	703	986
26	27	Tayvan	5.040	5.902	0,5%	17,1	745	897
27	26	Letonya	5.175	5.720	0,5%	10,5	765	869
28	29	Brezilya	4.692	5.343	0,5%	13,9	694	812
29	25	Lüksemburg	5.278	5.142	0,5%	-2,6	781	781
30	32	Hindistan	4.009	4.806	0,4%	19,9	593	730

İsveç'in 2007 yılı ithalatındaki ilk 20 madde toplam ithalatının % 25'ine karşılık gelmekte olup, bahse konu ürünlerde en önemli 5 tedarikçi ülke ve Türkiye'nin pazar payı tablolarında görülmektedir.

BÖLÜM II

1. TÜRKİYE İLE EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİN GELİŞİMİ

1.1. Ekonomik İlişkilerin Genel Durumu, Sermaye Hareketleri

Türkiye ile İsveç arasındaki ekonomik ve ticari işbirliğinin desteklenmesine yönelik olarak akdedilmiş olan anlaşma ve protokoller aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

TABLO 19 – Türkiye ile İsveç Arasındaki Ticari ve Ekonomik Anlaşmalar	İmza Tarihi	RG Tarihi	RG No	Yürürlük Tarihi
Ticaret Anlaşması	07/06/1948	19/02/1949		
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması	21/01/1988	30/09/1990	20651	18/11/1990
Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması	11/04/1997	15/07/1998	23403	08/10/1998
Ekonomik ve Ticari İşbirliği Karma Komitesi Kurulmasına İlişkin Mektup Teatisi	09/08/1999	14/09/1999		
Ekonomik ve Ticari İşbirliği Karma Komitesi I. Dönem Toplantısı Mutabakat Zaptı	13/12/2000	26/02/2001		

Esasen Türkiye ile İsveç arasındaki ekonomik ve ticari ilişkilerin tarihi oldukça eskiye dayanmaktadır. Ericsson 1800'lerin sonunda, Atlas Copco 1923 yılında, SKF 1928 yılında ve Volvo ile Scania 1933 yılında Türkiye'deki ilk yatırımlarını gerçekleştirmiş olmalarına rağmen halen İsveç'in ülkemizdeki yatırımları çok yüksek bir seviyede değildir. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası verilerine göre 2006 yılı itibarıyla İsveç'in Türkiye'de 200 milyon dolarlık doğrudan yatırımı bulunmaktadır. Bununla birlikte, ABB Elektronik, Akzo Nobel, Alfa Laval, Assab, AstraZeneca, Atlas Copco, Elektrolux, Ericsson, H&M, Ikea, Kappahl, Lindex, Sandvik, Scania, SKF, Tetra Pak, Volvo gibi İsveç kökenli bir çok büyük firmanın ülkemizde temsilcilik ofisi/irtibat bürosu bulunmaktadır.

1.2. Ticari İlişkilerin Genel Durumu ve İsveç Kaynaklarına Göre Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye ile İsveç arasındaki ticari ilişkilerin temel çerçevesini Türkiye ile AB arasında tesis edilen gümrük birliğinin işleyişine ilişkin kuralları içeren 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı oluşturmaktadır (13/02/1996 tarihli ve L035 sayılı Topluluk Resmi Gazetesi).

Ülkemizin dış ticaret rejiminin büyük ölçüde AB ile uyumlu hale getirildiği, malların serbest dolaşımı ile ortak ticaret politikasına ilişkin düzenlemelerin yanı sıra teknik mevzuat, fikri ve sınai mülkiyetin korunması, devlet yardımları, ticari nitelikli devlet tekelleri ve rekabet hukuku alanlarındaki AB mevzuatının dış ticaret rejimimize yansıtıldığı bahse konu Karar çerçevesinde, Türkiye ile İsveç arasındaki sanayi ürünleri ticareti her türlü gümrük vergisi ve eş etkili vergi, miktar kısıtlaması ve eş etkili tedbirden muaf olarak gerçekleştirilmektedir. Taraflar arasındaki tarım ürünleri ticareti ise Türkiye ile AB arasında bu alandaki tercihli rejimi düzenleyen 1/98 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı kapsamında yürütülmektedir.

İsveç-Türkiye Dış Ticaret Rakamları									
1000 SEK					1000 \$				
	İthalat	% Değişim	İhracat	% Değişim	Ortalama Döviz Kuru	İthalat	İhracat	Denge	Hacim
1998	1 644 541	-	7 136 370	-	7,9516	206 819	897 476	690 657	1 104 295
1999	1 774 457	8%	10 142 638	42%	8,2671	214 641	1 226 868	1 012 227	1 441 509
2000	2 019 433	14%	9 684 077	-5%	9,1718	220 178	1 055 853	835 675	1 276 032
2001	3 170 554	57%	4 103 577	-58%	10,326	307 046	397 402	90 357	704 448
2002	3 124 218	-1%	4 610 565	12%	9,7243	321 279	474 128	152 849	795 408
2003	4 097 400	31%	6 138 851	33%	8,0894	506 515	758 876	252 361	1 265 391
2004	5 079 605	24%	7 240 051	18%	7,3496	691 140	985 095	293 954	1 676 235
2005	6 089 318	20%	8 613 942	19%	7,4775	814 352	1 151 982	337 629	1 966 334
2006	7 456 303	22%	9 543 133	11%	7,3766	1 010 805	1 293 703	282 899	2 304 508
2007	7 344 174	-1,5%	9 572 640	0,3%	6,7607	1 086 304	1 415 924	329 621	2 502 228
2008	7 963 845	8,4%	12 617 731	31,8%	6,5808	1 210 164	1 917 355	707 192	3 127 519

İsveç'in Türkiye'den Aylık İthalat Değerleri

Ay	1000 SEK			Aylık Ortaklama Kur (\$)		1000 \$		
	2007	2008	2007/2008 Değişim	2007	2008	2007	2008	2007/2008 Değişim
Ocak	612.398	606.227	-1,0%	6,9823	6,4173	87.707	94.468	7,7%
Şubat	533.609	647.352	21,3%	7,0229	6,3526	75.981	101.903	34,1%
Mart	656.703	736.223	12,1%	7,0224	6,0633	93.515	121.423	29,8%
Nisan	572.591	643.351	12,4%	6,8389	5,9478	83.726	108.166	29,2%
Mayıs	598.174	591.047	-1,2%	6,8123	5,9892	87.808	98.685	12,4%
Haziran	559.245	806.279	44,2%	6,9646	6,0258	80.298	133.804	66,6%
Temmuz	599.784	687.625	14,6%	6,6992	5,9982	89.531	114.639	28,0%

Ağustos	672.080	547.543	-18,5%	6,8465	6,2718	98.164	87.302	-11,1%
Eylül	555.326	641.344	15,5%	6,69	6,6505	83.008	96.435	16,2%
Ekim	686.715	654.545	-4,7%	6,4533	7,4052	106.413	88.390	-16,9%
Kasım	637.141	787.169	23,5%	6,3274	7,9551	100.696	98.951	-1,7%
Aralık	644.414	612.000	-5,0%	6,4712	8,0038	99.582	76.464	-23,2%

İsveç'in Türkiye'ye Aylık İhracat Değerleri

Ay	1000 SEK			Aylık Ortalama Kur (\$)		1000 \$		
	2007	2008	2007/2008 Değişim	2007	2008	2007	2008	2007/2008 Değişim
Ocak	788.706	1.029.108	30,5%	6,9823	6,4173	112.958	160.365	42,0%
Şubat	643.047	879.645	36,8%	7,0229	6,3526	91.564	138.470	51,2%
Mart	890.100	927.892	4,2%	7,0224	6,0633	126.752	153.034	20,7%
Nisan	955.436	1.062.432	11,2%	6,8389	5,9478	139.706	178.626	27,9%
Mayıs	930.633	867.934	-6,7%	6,8123	5,9892	136.611	144.917	6,1%
Haziran	884.925	1.127.822	27,4%	6,9646	6,0258	127.060	187.166	47,3%
Temmuz	884.739	1.172.991	32,6%	6,6992	5,9982	132.066	195.557	48,1%
Ağustos	691.684	904.103	30,7%	6,8465	6,2718	101.027	144.154	42,7%
Eylül	655.844	990.614	51,0%	6,69	6,6505	98.033	148.953	51,9%
Ekim	802.308	1.212.917	51,2%	6,4533	7,4052	124.325	163.793	31,7%
Kasım	732.566	1.486.644	102,9%	6,3274	7,9551	115.777	186.879	61,4%
Aralık	701.644	957.510	36,5%	6,4712	8,0038	108.426	119.632	10,3%

Taraflar arasındaki ticaret dengesi tarihsel olarak İsveç lehine fazla vermekle birlikte, son yıllarda İsveç'in Türkiye'den ithalatında çok önemli artış izlenmiştir. 2006 yılında İsveç'in Türkiye'den ithalatı bir milyar ABD dolarını, iki ülke arasındaki ticaret hacmi ise iki milyar ABD dolarını aşmıştır. 2007 yılında İsveç'in SEK bazındaki genel ithalatı bir önceki yıla kıyasla % 9, genel ihracatı ise % 5 oranında artmış olmasına karşılık, Türkiye'den ithalatı % 2 oranında azalmış, Türkiye'ye ihracatı ise sabit kalmıştır.

Diğer taraftan, İsveç Merkez Bankası'nın yıllık ortalama döviz kuru baz alınarak İsveç Kronunun ABD dolarına çevrilmesi suretiyle elde edilen dolar bazındaki ikili ticaret rakamlarının incelenmesi, 2007 yılında İsveç'in ülkemizden ithalatının % 7.2, ülkemize ihracatının ise % 9.4 oranında arttığına işaret etmektedir.

İsveç'in 2008 Yılı Genel İhracatındaki İlk 20 Ürün ve Türkiye'nin Payı

CN	Tanım	Toplam 1000 SEK	TR 1000 SEK	TR Pay
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar (ham yağlar hariç)	75.975.482	7.507	0,01%
8517	Kordonsuz ahizeli telli telefon cihazları	63.073.143	1.290.317	2,0%
8703	Binek otomobilleri	55.013.419	142.221	0,3%
3004	İlaçlar	48.417.827	1.364.214	2,8%
8708	87.01 ila 87.05 Pozisyonlarında yer alan motorlu taşıtların aksam, parça ve aksesuarı	33.509.514	175.098	0,5%
4407	Uzunlamasına testere ile biçilmiş/yontulmuş/dilimlenmiş vb. ağaçlar	22.782.548	13.316	0,1%
4810	Sıvanmış kağıt veya kartonlar	21.987.317	314.256	1,4%
8701	Traktörler	15.889.491	38.740	0,2%
4804	Kraft kağıt ve kartonları	15.126.992	151.191	1,0%
8408	Sıkıştırımayla ateşlemeli içten yanmalı pistonlu dizel ve yarı dizel motorlar	14.976.111	190.514	1,3%
4802	Sıvanmamış kağıt ve karton	14.943.325	177.507	1,2%
4703	Sodali veya sülfatlı kimyasal odun hamuru	14.814.392	416.756	2,8%
2601	Demir cevherleri ve zenginleştirilmiş demir cevherleri	14.474.209	1.587.185	11,0%
7219	Paslanmaz çelikten yassı hadde mamulleri	14.411.389	166.954	1,2%

7225	Diğer alaşımli çelikten yassı hadde mamulleri	13.977.800	337.531	2,4%
9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	12.571.590	32.932	0,3%
8419	Isı değiştiricileri ile bunların aksam ve parçaları (ev işlerinde kullanılmaya mahsus olanlar hariç)	11.007.404	173.361	1,6%
8471	Otomatik bilgi işlem makinaları ve bunlara ait birimler	10.562.499	23.831	0,2%
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	8.921.776	175.338	2,0%
8544	İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer iletkenler	8.919.482	107.305	1,2%

İsveç'in 2008 Yılı Genel İthalatındaki İlk 20 Ürün ve Türkiye'nin Payı

CN	Tanım	Toplam 1000 SEK	TR 1000 SEK	TR Pay
2709	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar (ham)	86.855.061	0	0,0%
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar (ham yağlar hariç)	47.896.194	20.851	0,0%
8708	87.01 ila 87.05 Pozisyonlarında yer alan motorlu taşıtların aksam, parça ve aksesuarı	42.519.357	174.469	0,4%
8703	Binek otomobilleri	40.097.571	626.090	1,6%
8517	Kordonsuz ahizeli telli telefon cihazları	27.595.730	4.519	0,0%
8471	Otomatik bilgi işlem makinaları ve bunlara ait birimler	24.547.062	155	0,0%
3004	İlaçlar	20.903.820	9	0,0%
8528	Monitörler ve televizyonlar	12.146.886	249.412	2,1%
2933	Sadece azotlu heterosiklik bileşikler	11.521.680	0	0,0%
2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	10.083.520	0	0,0%
8409	Motor aksam ve parçaları (taşıtlar için)	9.533.419	6.859	0,1%
9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	9.197.984	37.492	0,4%
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	9.116.985	309.198	3,4%
0302	Taze veya soğutulmuş balıklar (Norveç Somonu)	8.871.271	0	0,0%

8542	Elektronik entegre devreler	8.817.973	67	0,0%
4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	7.935.718	22.236	0,3%
7210	Demir veya alaşımsız çelikten yassı hadde mamulleri	7.863.250	0	0,0%
8431	84.25 ila 84.30 pozisyonlarındaki makina ve cihazlar ile birlikte kullanılmaya elverişli aksam ve parçalar	7.679.540	18.362	0,2%
8544	Kablo bağlantı takımları	7.102.478	588.695	8,3%
8523	Optik mesnetler	6.966.292	19.501	0,3%

Yükselişte olan sektörler:

Kimyasal ve kimyasal ürünler imalatı
Otomotiv satışları
Dayanıklı malların perakende satışı
Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri imalatı
İnşaat

Düşüşte olan sektörler:

Diğer makina ve teçhizat imalatı
Diğer taşımacılık araçları imalatı
Dayanıksız malların perakende satışı
Kara taşımacılığı
Kiralama
Bilgisayar ve ilgili faaliyetler
Diğer faaliyetler

Kuvvetli sektörler:

Gıda imalatı
Diğer elektrikli makina ve teçhizat üretimi

Zayıf sektörler

Ahşap kesme, sistreleme ve emprenye etme
Diğer ahşap ürün imalatı
Kağıt hamuru, kağıt ve karton imalatı
Basım ve yayımcılık
Metal olmayan mineral ürünler imalatı
Kauçuk ve plastik ürünler imalatı
Temel demir-çelik ürünleri
Metal mamulleri
Motorlu taşıtlar, römork ve yarı römorklar
Otel ve restoranlar
Turizm acentaları ve tur operatörlerinin faaliyetleri
Gayrimenkul kiralama
Posta ve telekomünikasyon

İsveç'in Türkiye'den son iki yıllık ithalat rakamlarının madde grubu bazında incelenmesi sonucunda ise esasen konfeksiyon ürünleri, elektrikli makina ve cihazlar, makina ve cihazlar, bakır ve bakırdan eşya, alüminyum ve alüminyumdan eşya, tarım ürünleri, mobilya, cam ve seramik eşya gibi ülkemizin ihracatı açısından önem arz eden bir çok ürün grubunda 2007 yılında Türkiye'den ithalatın 2006 yılına kıyasla arttığı izlenmektedir.

2007 yılında İsveç'in Türkiye'den ithalatında tekstil ve konfeksiyon ürünleri (% 28.7), motorlu kara taşıtları (% 25.5), elektrikli makina ve cihazlar (% 16); makina ve cihazlar, aksam ve parçalar (% 8); tarım ürünleri (% 4.6) metal cevherleri (% 4.3) önem arz eden ürün gruplarıdır.

2008 Yılında İsveç'in Türkiye'den İthalatındaki İlk 20 Ürün (1000 SEK)

CN	Tanım	TR	Toplam	TR Pay
8703	Binek otomobilleri	626.090	40.097.571	2%
8544	Taşıtlarda, uçaklarda veya gemilerde kullanılan türden kablo bağlantı takımları	588.695	7.102.478	8%
6109	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme)	500.532	2.720.689	18%
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, maksimum taşıma kapasitesi 5 tonu geçmeyenler	309.198	9.116.985	3%
8528	Televizyonlar	249.412	12.146.886	2%
8474	Taş kırma, beton karıştırma vb. makinaların aksam ve parçaları	203.957	1.746.858	12%
6204	Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler,blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (yüzmekıyafetleri hariç)	191.556	3.104.814	6%
6203	Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler,'blazerler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa 'pantolonlar ve şortlar (yüzme kıyafeti hariç)	187.870	3.264.833	6%
6115	Külotlu çoraplar,taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketler (varis 'çorapları dahil) ve patik şeklinde çoraplar (örme)	178.201	978.758	18%

8708	Motorlu taşıtların aksam, parça ve aksesuarları	174.469	42.519.357	0%
8418	Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar	168.105	4.051.806	4%
2603	Bakır cevherleri ve zenginleştirilmiş bakır cevherleri	166.386	4.189.909	4%
6104	Kadınlar ve kız çocuklar için takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, elbiseler, etekler, pantolon etekler, pantolonlar, askılı ve üst ön parçası olan tulumlar, kısa pantolonlar ve şortlar (örme) (yüzme kıyafeti hariç)	161.103	1.123.549	14%
6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri	129.208	1.298.965	10%
6110	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler ve benzeri eşya (örme)	105.840	2.970.520	4%
8516	Elektrikli ocaklar	97.102	4.124.845	2%
8450	Ev tipi tam otomatik çamaşır makinaları	82.841	2.145.848	4%
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar	78.189	6.308.800	1%
2008	Kıyılmış/dilimlenmiş/kavrulmuş/krokan halinde fındık ve karışımları	67.268	878.852	8%
6908	Cilalı veya sırlı seramikten döşeme veya kaplama karoları ve 'kaldırım taşları; cilalı veya sırlı mozaik küpler ve benzerleri	67.130	773.439	9%

2008 Yılında İsveç'in Türkiye'ye İhracatındaki İlk 20 Ürün (1000 SEK)

CN	Tanım	TR	Toplam	TR Pay
2601	Demir cevherleri ve zenginleştirilmiş demir cevherleri	1.587.185	14.474.209	11,0%
3004	İlaçlar	1.364.214	48.417.827	2,8%
8517	Kordonsuz ahizeli telli telefon cihazları	1.290.317	63.073.143	2,0%
4703	Sodali veya sülfatlı kimyasal odun hamuru	416.756	14.814.392	2,8%
8523	Optik mesnetler:	371.352	7.768.153	4,8%
7225	Diğer alaşımlı çelikten yassı hadde mamulleri	337.531	13.977.800	2,4%
4810	Sıvanmış kağıt veya kartonlar	314.256	21.987.317	1,4%
4801	Gazete kağıdı (rulo veya tabaka halinde):	296.942	8.126.957	3,7%
8429	Sıkıştırma işini tokmaklamak suretiyle yapan makinalar ve yol silindirleri	287.167	1.629.824	17,6%
3901	Etilen polimerleri (ilk şekillerde):	241.438	7.367.324	3,3%

8430	Kömür/kaya kesicileri, tünel açma makinaları, diğer delme veya sondaj makinaları	220.511	5.546.259	4,0%
7204	Demir veya çeliğin döküntü ve hurdaları ile bundan elde edilen külçeler	198.883	4.312.551	4,6%
8408	Sıkıştırmayla ateşlemeli içten yanmalı pistonlu dizel ve yarı dizel motorlar	190.514	14.976.111	1,3%
4802	Sıvanmamış kağıt ve karton	177.507	14.943.325	1,2%
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	175.338	8.921.776	2,0%
8708	87.01 ila 87.05 Pozisyonlarında yer alan motorlu taşıtların aksam, parça ve aksesuarı	175.098	33.509.514	0,5%
8419	Isı değıştiricileri ile bunların aksam ve parçaları (ev işlerinde kullanılmaya mahsus olanlar hariç)	173.361	11.007.404	1,6%
7219	Paslanmaz çelikten yassı hadde mamulleri	166.954	14.411.389	1,2%
4804	Kraft kağıt ve kartonları	151.191	15.126.992	1,0%
8703	Binek otomobilleri	142.221	55.013.419	0,3%

Türkiye'ye ihracatında ise elektrikli makina ve cihazlar; makina ve cihazlar; metal cevherleri; kağıt hamuru, kağıt ve karton ile bunlardan mamul eşya, eczacılık ürünleri; demir ve çelik ürünleri; plastik ve plastikten mamul eşya; ve motorlu kara taşıtları öne çıkan ürün gruplarıdır.

Ticari Engeller

İsveç ticaret alanında genel olarak AB mevzuatını uygulamaktadır. Bununla birlikte, ülkenin Topluluğa Katılım Anlaşmasında yer alan derogasyonlar çerçevesinde, salmonella (zehirlenmeye neden olan bir bakteri) kontrolü ve canlı hayvanların sınır kontrolü (karantina) alanlarında diğer AB üyesi ülkelere kıyasla daha sıkı kurallar uygulamakta; taze ve dondurulmuş et ve et ürünleri ile yumurta ithalatı için daha fazla koşul öne sürebilmektedir. Ayrıca, alkol tüketimini ve bundan doğacak hastalıkları sınırlandırmak gerekçesiyle İsveç'te alkollü içecek satışı sadece ülke çapında 400 adedin üzerinde perakende satış mağazası bulunan "System Bolaget" isimli devlet tekeli tarafından yapılmaktadır. İsveç'te etiketleme, markalama, paketleme, standartlar gibi ticari uygulamalar, temel olarak tüketici güvenliği, çevrenin korunması ile diğer risk faktörlerinin sınırlandırılmasını hedefleyen ve oldukça karmaşık bir yapı arz eden AB mevzuatı ile uyum içerisinde yürütülmektedir. İsveç'te "Serbest Bölge" bulunmamaktadır. İsveç'te gıda ile günlük kullanıma konu olan malların dağıtımının % 80 inden fazlası ICA, Axfood, Coop, Sabis, Lidl gibi büyük zincir firma tarafından gerçekleştirilmektedir. Adı geçen firmalar ithalattan tüketiciye sunuma kadar tüm dağıtım zincirinde etkin olarak faaliyet göstermekte olup, ülke içinde 7000 kadar perakende satış mağazaları bulunmaktadır. Özel ürünlerin satışı ise genellikle mağaza zincirleri kanalıyla gerçekleştirilmektedir. IKEA, mobilya ve iç dekorasyon, H&M ise hazır giyim alanındaki en önemli zincirlerdir. Anılan firmalar büyük ölçüde ithalata dayalı olup, Türkiye de dahil olmak üzere bir çok ülkede temsilcilikleri bulunmaktadır. İsveç'in toplam ithalatının yaklaşık % 70'ini oluşturan sanayi ve yatırım mallarındaki ithalat ise ürün geliştirmeden finansmana kadar bir çok hizmeti bir arada sağlayan ihtisaslaşmış araçlar kanalıyla yürütülmektedir.

Fuarlar

İsveç'te ticari fuar düzenlenen başlıca dört merkez bulunmakta olup, anılan merkezlere ilişkin temel bilgiler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Bunun haricinde, Nolia isimli bir organizasyon şirketi ülkenin kuzey bölgesinde Piteå, Umeå ve Sundsvall isimli üç farklı merkezde küçük çaplı fuarlar düzenlemektedir. İsveç'te yıl içinde düzenlenen tüm fuarlar hakkında ayrıntılı bilgiye www.fairlink.se web adresinden ulaşmak mümkündür.

Fuar Merkezi	Şehir	Web Adresi	Kapalı Alan (m2)
Stockholmsmässan	Stockholm	www.stockholmsmassan.se	56500
Svenska Mässan	Göteborg	www.swefair.se	41000
Elmia AB	Jönköping	www.elmia.se	34 000
MalmöMässan	Malmö	www.malmomassan.se	20 000

Türkiye'den İsveç'e İhracat Yapılacak Sektör ve Ürün Önerileri

1-FINDIK

Ülkemiz dünyanın en büyük fındık üreticisi olmasının yanı sıra fındıkta en büyük ihracatçı ülke konumuna da sahiptir. Türkiye, ürettiği fındığın yaklaşık yüzde 75'ini ihraç etmektedir. Halen ülkemizde yıllık 1.800.000 ton iç kapasiteli 180 kırma fabrikası ile yıllık 350.000 ton iç kapasiteli yaklaşık 40 işleme tesisi bulunmaktadır. 1970'li yıllarda fındık ihracatımızın % 90'ı kabuklu ve natürel iç olarak gerçekleşirken, son yıllarda fındık işleme sanayisindeki olumlu ve hızlı gelişmeler sonucunda işlenmiş fındık ihracatının toplam ihracatımızdaki payı %30'un üzerine çıkmıştır. Son yıllarda kalitenin artması ve fiyatlarında cazip olması nedeniyle fındık ihracatı sürekli artmaktadır. Fındık ihracatımızda Avrupa Birliği ülkeleri en önemli yeri tutmakta ve bu ülkelerin payı ihracatımızdaki artışa paralel olarak artmaktadır. AB ülkelerinin toplam fındık ihracatımızdaki payı yıllar

itibariyle değişmekle beraber % 80-85 düzeyindedir. Ülkemizde ekonomik olarak yetiştirilen 16 çeşit fındık türü bulunmaktadır. Fındık, kabuklu ve kabuksuz olmak üzere, fındık ezmesi, fındık unu, fındık yağı ve işlenmiş fındık olarak 7 grupta ihraç edilmektedir. Bu ana başlıklar altında fındık adı ile ihracata konu olan ürün sayısı 48'dir.İhraç edilen fındığın yüzde 30'luk kısmı işlenmiş, geri kalanı ise naturel olarak ihraç edilmektedir. İhraç edilen fındıkların yüzde 75'i çikolata sektöründe hammadde olarak kullanılırken, yüzde 25'i de şekerleme ve pastacılık sektörlerinde tüketilmektedir.

BAŞLICA ÜLKELER İTİBARIYLA FINDIK VE MAMULLERİ İHRACATI			
ÜLKELER		MİKTAR (KG)	DEĞER (ABD DOLAR)
İTALYA		61.088.548	564.915.746
ALMANYA		48.517.121	435.255.995
FRANSA		17.681.865	162.863.862
BELÇİKA		11.816.854	109.292.019
İSVİÇRE		9.838.672	86.793.785
HOLLANDA		7.716.859	67.242.975
İNGİLTERE		5.087.722	52.115.660
AVUSTURYA		5.375.885	50.443.237
POLONYA		4.433.317	43.764.332
İSPANYA		4.965.176	42.874.818
RUSYA FEDERASYONU		4.403.288	40.955.262
ABD		3.087.683	27.232.331
UKRAYNA		2.747.506	25.167.272
AVUSTRALYA		1.862.893	17.797.331
BREZİLYA		1.800.600	17.749.286
İSVEÇ		1.660.830	17.218.835
YUNANİSTAN		1.700.020	15.487.078
MISIR		1.390.780	12.992.300
DANİMARKA		1.114.634	11.153.203
NORVEÇ		1.058.519	10.748.898
SLOVAKYA		1.038.150	10.324.720
ISRAİL		1.125.200	10.245.630
GÜNEY AFRIKA		844.100	8.617.741

TUNUS	861.308	8.122.275
JAPONYA	703.865	7.009.223
HIRVATİSTAN	698.037	6.785.338

Fındık ihracatımız ülkeler itibariyle incelendiğinde 90 civarında ülkeye fındık ihracatı gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu meyvenin 600 yıldan beri ticareti yapılmaktadır. Türkiye, 1783'den beri dünyaya fındık ihraç etmekte ve bu ürünü her kıtada insanlara yedirmektedir. Türkiye, bugün en fazla fındığı İtalya ve Almanya başta olmak üzere AB ülkelerine satmaktadır. Fındık ihracatı yapılan 90'ı aşkın ülke arasında Çin, Libya, Kanarya Adaları, Kolombiya, ABD, Panama, Özbekistan, Mısır, Kostarika, Pakistan, Japonya, Estonya, Kanada, Kazakistan ve Avustralya gibi ülkeler de yer almaktadır. Fındık çeyrek asır önce toplam ihracatımızda yüzde 20'nin üzerinde bir paya sahipken, son yıllarda bu oran yüzde 2 seviyelerine kadar inmiştir. Buna rağmen, tarım ürünlerinde ilk sıradaki yerini korumakta ve ülkemize döviz kazandırmaktadır.

Çağdaş pazarlama anlayışı gereği, işletme faaliyetlerinin başlangıcı hedef pazara ve hedef pazardaki tüketicilere dayanır. Dolayısıyla, mevcut dış pazarlardaki payını artırmak isteyen ihracatçı işletmeler, faaliyetlerine dış pazar fırsatlarının incelenmesi ile başlamalıdır. Dış pazar fırsatlarının belirlenmesi ve değerlendirilmesi etkin bir bilgi sistemi ve araştırma çalışmaları ile mümkündür. Pazar araştırmaları, yalnızca bugünkü pazar fırsatlarının değil, ileride ortaya çıkabilecek pazar fırsatlarının da değerlendirilmesine yardımcı olur. Böylece, işletmelerin pazar ve mamul geliştirilmesine yönelik faaliyetlerinde süreklilik sağlanır.

Fındık ve mamulleri sektörü ve ihracatı ülkemiz ekonomisi için özel bir önem taşımaktadır. Zira ülkemizin dünya fındık üretimindeki payı %75'e, ihracatındaki payı ise % 84'e ulaşmıştır. Ancak buna rağmen ülkemizin fındık ürününden gereği gibi yararlandığını söylemek mümkün değildir. Çünkü fındık ve mamulleri ihracatımızın yaklaşık %75'i hazır fındık (işlenmemiş) şeklindedir. Ayrıca ihracatımızın büyük bir kısmı (yaklaşık % 87'si), sadece AB ülkelerine yapılmaktadır. Dolayısıyla, birim değeri düşük olarak dar bir pazar çerçevesinde

düşünülen fındık, ülke ekonomisine gereği gibi katkı yapamamaktadır. Yapılan anket çalışmasının sonuçları da göstermektedir ki, genel olarak işletmelerimiz mevcut durumu değiştirmek için kayda değer bir çalışma içinde değillerdir. Mevcut imkanların yetersizliği, bunun en önemli nedeni olarak gösterilmektedir. Eskiden beri birim değeri düşük olarak, dar bir pazar çerçevesinde yürütülen fındık ihracatı; ya bu şekilde devam edecek, ya da pazar ve mamul geliştirme çalışmaları başlatılarak, ülke ekonomisine olan katkısı önemli derecede artırılabilecektir. Bu çalışmada açıklanan tüm veri ve bilgiler ışığında fındık ve mamulleri ihracatımızda pazar ve mamul geliştirilmesi yolunda şu temel hususların yerine getirilmesi önerilir:

i-Fındık mamulleri üretim ve ihracatının artırılması çalışmaları öncelikle, pazarlama anlayışı çerçevesinde ve uzun dönemli bir yaklaşımla ele alınmalıdır. Çünkü, ihracatta başarı ciddi ve uzun vadeli bir uğraşı gerektirir.

ii-Fındık ve mamulleri ihracatçısı işletmeler, ihracatçı birlikleri çatısı altında bir araya gelerek, dış pazar fırsatları hakkında sürekli olarak bilgi toplayan bir bilgi sistemi oluşturmalarıdır. Böylece tek başına pazar fırsatlarını sürekli olarak takip edemeyen işletmeler de, bu imkanı elde etmiş olurlar.

iii-Dış pazar fırsatlarının araştırmasında, AB dışındaki pazarlara özel bir önem verilmelidir. Kuzey Amerika, Latin Amerika, Asya ve Orta Doğu gibi bölgelerdeki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler özellikle incelenmelidir.

iv-İşletmeler pazar ve mamul geliştirmede karşılaştıkları problemlerin çözümünde yöneticilerin sezgileri yanında, pazar araştırmaları ile toplanılacak bilgilerden de yararlanmalarıdır. Başarılı yönetim kararları, araştırma ve sezginin karışımı olarak ortaya çıkarlar. Bu nedenle işletmeler imkanlarının elverdiği ölçüde bünyelerinde bir pazar araştırması birimine yer vermelidirler.

v-Fındık mamulleri üreticisi işletmeler kalite araştırma ve mamul geliştirme laboratuvarları kurmalarıdır.

vi-Dış pazarlardaki alıcıların ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak fındık mamullerini geliştirme çalışmaları bilimsel bir yöntem çerçevesinde yürütülmelidir. Bu çerçevede üniversiteler, danışmanlık şirketleri, reklam ajansları, pazar araştırma kuruluşları gibi uzman kuruluşlarla işbirliği halinde olunmalı; yeni mamulün başarısız olma olasılığına karşı gerekli önlemler alınmalı ve gerekiyorsa pazar testlerine başvurulmalıdır.

vii-Yeni mamul geliştirme iki yönlü bir süreç olarak düşünölmelidir. Bir yandan mamulün esas fiziki yapısı üretime hazır hale getirilmeye çalışılırken; diğer yandan ambalaj, marka, kalite, fiyat, dağıtım ve tutundurma gibi pazarlama stratejileri de kabaca belirlenmelidir.

viii-Yeni mamul fikirlerinin ortaya çıkması tesadüfe bırakılmamalı; sistematik olarak, bilimsel araştırmalar sonucu elde edilebilmeleri için gerekli örgütlenmelere gidilmelidir.

ix-Mevcut fındık mamullerinde değişiklik yaparak yeni mamul geliştirme yerine, daha çok tamamen (orijinal) yeni mamul geliştirilmesi yolunda çalışmalar yapılmalıdır. Ancak bu tür yeni mamullerin geliştirilebilmesi için büyük araştırma bütçelerine, çok fazla uzman personele ve teçhizata sahip olmak gerekir. Bunların tedarikinde işletmelerin güç birliği yapması yanında, devletin de öncülük etmesi gerekir. Öncelikle devlet, işletmelerin çalışmalarına yardımcı olmak amacıyla, makro düzeyde çalışacak uzman personelden araştırma kurulları oluşturmalıdır. Bu faaliyetler için gerekli finansman fındık ve mamulleri ihracatından kesilen Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu primlerinden karşılanabilir.

x-Fındık mamulleri üretiminde ileri gitmiş ölkelerin (Almanya, Fransa, İtalya gibi) işletmeleriyle ortak yatırımlara girilmelidir.

xi-Bugün bir çok ölkenin kabul ettiği ISO 9000 kalite standartlarına uyum için, işletmelerin toplam kalite yönetim sistemine geçiş çalışmalarını başlatmaları gerekir. Çünkü ISO 9000 kalite standartları toplam kalite sistemini esas almaktadır. İşletmeler fındık mamulleri ihracatını artırmak istediklerinde dış pazarlarda şiddetli bir rekabetle karşılaşılacak ve bu standartlara uyum zorunlu hale gelecektir.

xii-Fındık ihracatında pazar ve mamul geliştirme öyle küçömsenecek bir çalışma değildir. İyi bilgi birikimi, diplomatik ilişkiler ve büyük finansman gerektiren böyle bir çalışmanın, çoğu küçük ve orta ölçekli işletme düzeyinde bulunan fındık ihracatçılarınca tek başlarına gerçekleştirilmesini beklemek pek gerçekçi olmaz. Fındık işleme sanayiinin desteklenmesi, işlenmiş fındık ihracatının teşviki gibi ihracatı geliştirmeye yönelik politikaların da fındık ihracatındaki potansiyeli harekete geçirmesi zordur. Oysa, işletmeler güçlerini ve deneyimlerini bir araya getirerek ve ihracatlarını tek elden yürüterek daha başarılı olabilirler. “Ortak ihracat pazarlama grupları” diye adlandırılan bu

şekildeki organizasyonlar, gelişen ülkelerin ihracat performansını kısa sürede geliştirmede çok daha etkili olmuştur.

Ülkemizde Fındık Üretimi ve İşletme Büyüklükleri

Yoğun olarak Karadeniz Bölgesinde yetiştirilen fındık, bugün ülkemizin 33 ilinde üretilmektedir. Ekonomik olarak 395 bin aile yaklaşık 540 bin hektar alanda fındık üretimiyle uğraşmakta olup, bu da tahminen 2 milyon nüfusa tekabül etmektedir. Fındık üretimi yapan işletmelerin %61'inin, başka bir ifade ile 240 bin işletmenin (Trabzon, Giresun ve Ordu illerinde) tek geçim kaynağını fındık oluşturmaktadır. 1991 tarım sayımı sonuçlarına göre ortalama fındık işletme genişliği 14.5 dekar olup, toplam işletmelerin %48'i 20 dekarın altında, %97'si ise 100 dekarın altındadır. Ülkemizdeki ortalama işletme büyüklüğü (59 dekar) dikkate alındığında fındık işletmelerinin (bahçelerinin) 4 kat daha küçük olduğu görülmektedir.

Dünya Fındık Üretimi ve Başlıca Üretici Ülkeler (1000 Ton)

ÜLKELER	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Türkiye	455	446	410	580	530	470	625	510	530	480
İtalya	120	120	98,7	127,6	138,7	119	120	130	115	140
İspanya	15	6,5	25	16,5	27,8	17,8	26,2	22	26	28
ABD	35	17	42,6	14	36,3	20,4	43,5	38	41	43
Dünya	633	613	600	767	802	691	875	790	820	810

Dünya fındık üretiminde ilk sırada yer alan ülkemiz dünya üretiminin yaklaşık % 70 ini oluşturmaktadır. Ülkemizdeki dikim alanlarındaki artışa paralel olarak üretimde meydana gelen artış ve özellikle İtalya ve İspanya'nın üretimi artırması Dünya fındık üretimini artırır iken tüketimde çok fazla artış olmaması (Gelişmiş ülkelerde nüfus artışı negatif olmaktadır) bazı yıllar ülkemizde büyük miktarda fındık stoklarının oluşmasına neden olmakta ve ülke ekonomisi bu durumdan olumsuz etkilenmektedir.

Beslenmemizde önemli bir yeri olan fındık günlük yaşantımızda çok geniş şekilde tüketilen bir yiyecek olmamakla birlikte, çerez olarak, çeşitli işlenmiş şekillerde ve birçok yiyeceğe katılarak tüketilmektedir.

Fındık kabuğu ülkemizde çoğunlukla yakacak maddesi olarak kullanılmaktadır. Oysa fındık kabuğu çeşitli sanayi kollarında (Kontralit , Sunta , Yer Muşambaları, Plastik, Boya, Parlatma Yağı v.s.) hammadde olarak çok rahat kullanılabilir. Fındık dünyada en çok aranan kuru meyve özelliğini yıllardan beri korumaktadır.Kuru meyveler arasında kullanım alanı % 35 civarında olan fındığın yaklaşık % 75 i ülkemizden ihraç edilmektedir. Yıllardan beri ülkemizin geleneksel ihraç ürünlerinden olan fındıkta, 1995 yılında 185 bin ton iç fındık ihraç edilerek 590 milyon dolar, 1996 yılında 143 bin ton iç fındık ihraç edilerek 443 milyon dolar, 1997 yılında 138 bin ton, iç fındık ihraç edilerek 621 milyon dolar, 1998 yılında 137 bin ton iç fındık ihraç edilerek 579 milyon dolar, 1999 yılında 121 ton iç fındık ihraç edilerek 443 milyon dolar, 2000 yılında 112 bin ton iç fındık ihraç edilerek 367 milyon dolar, 2001 yılında ise 174 bin ton iç fındık ihraç edilerek 485 milyon dolar döviz girdisi sağlanmıştır. Türkiye'nin ihracat yaptığı ülke sayısı arttıkça ihracatta da önemli artışlar sağlanmıştır 2002 ve 2003 yıllarında görülen artışa paralel olarak 2004-2005 ihracat sezonunda ilk kez 2 milyon dolar barajı aşılmıştır.

Dünya Fındık Tüketimi

Fındığın temel gıda maddesi olmaması yanında fiyatının yüksek oluşu tüketimini oldukça sınırlamaktadır. Bu özelliğinden dolayı tüketim, genellikle kişi başına milli geliri çok yüksek olan Avrupa ülkelerinde fazladır. Fındık tüketen ülkelerde; fındığın %70'ini çikolata, %20'sini şekerleme ve pastacılıkta, %10'unu ise kuru yemiş olarak değerlendirilmektedir. Dünya fındık tüketimi 300 bin ton/iç civarındadır. Yukarıda da belirtildiği gibi fındığın temel tüketim maddesi olmaması fiyatının yüksek oluşu tüketimini belirleyen önemli faktörlerdir. Dolayısıyla ülkelerin gelişmişlik durumları ve fındık mamulü maddelerin tüketim alışkanlıkları tüketimi büyük ölçüde belirlemektedir. Üretici ülkelerin iç tüketimleri hariç tutulduğunda dünya fındık tüketiminin yaklaşık %95'lik bölümü Avrupada tüketilmektedir. Almanya ve Rusya en büyük tüketici ülkelerdir. Bu ülkeleri Fransa, İngiltere, Hollanda, Avusturya, İsviçre ve İskandinav ülkeleri izlemektedir. Fındık işleme sanayinde, son yıllarda daha da artan araştırma ve geliştirme çalışmalarıyla, mevcut ürün çeşitleri gün geçtikçe artmakta ve gelişen ambalaj sanayi ürünleriyle paketlenmek suretiyle de raf ömürleri uzatılmaktadır.

Ülkemizde fındık sektörü, yerli hammadde kullanım oranı yüksek, yurtiçinde yaratılan katma değer orta düzeyde olduğu, küçük üreticilerden müteşekkil bir üretici kompozisyonuna sahiptir. Fındık işleme sanayinin geliştirilmesi ile, iklim şartları uygun gittiği takdirde, her sene daha fazla stok tehlikesiyle karşı karşı kalan ülkemiz fındığı için, gerek iç tüketimde, gerekse ihracatta önemli bir çıkış noktası sağlanacaktır. Türkiye'nin fındık ihracatı yıllar itibariyle artmış ancak, rekolteye bağlı olarak önemli dalgalanmalar göstermiştir. 1997 yılında 900 milyon dolara ulaşarak zirveye çıkan fındık ihracatı ne yazık ki; ilerleyen yıllarda hem miktar olarak hem de değer olarak azalmış ve 600 milyon dolarlar düzeyine kadar gerilemiştir. Ancak bu olumsuz eğilim 2000'li yılların başından itibaren yükselme trendine girmiş ve 2001 yılında 740 milyon dolar olan ihracat, 2005 yılında da 1.9 milyar doları aşmıştır. Fındığın tüketimin artırılması ve ihracatının yükseltilmesi ile birlikte istikrarlı bir gelir kaynağı sağlanacaktır. Bu amaçla, dış tanıtıma ağırlık verilmelidir. Dünya fındık üretimi ve ihracatının büyük bölümünü elinde bulunduran Türkiye, yeni Pazar arayışlarına devam etmelidir. Son istatistikler de gösteriyor ki bu çabalar sonuçlarını vermektedir. Birkaç yıl öncesine kadar 50 kadar ülkeye ihracat gerçekleştiren Türkiye bugün 100 yakın ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. Hedef yıllık 300 bin tonu aşmak olmalıdır. Türkiye, dünya fındık üretiminin ve ihracatının % 70'ini tek başına gerçekleştirmektedir. Türkiye buna rağmen fındık fiyatlarının belirlenmesinde etkin olamamaktadır. Fındığın fiyatı özellikle çikolata sanayinde bu ürünü kullananlar tarafından belirlenmektedir. Kamuoyunda Hamburg Fındık Borsası diye bilinmesine rağmen, Hamburg'da fiziki anlamda bir Fındık Borsası yoktur. Gelişen teknoloji ile birlikte alıcı ve satıcı arasında elektronik ortamda fiyat belirlenmektedir. Fındık fiyatının belirlenmesini sağlayacak, Fındık Ürün Borsası'nın kurulması, bölgede yetişen fındıkla ilgili kararların bölgemizde alınmalıdır.

Kişi Başına Fındık Tüketimi (Gram/Kişi)

Ülkeler	Nüfus(Milyon)	1990	1993	1998	1999	2000	2001
Almanya	79,5	1.670	1.281	1.075	904	890	1.150
Fransa	56,9	368	314	276	376	250	610
Hollanda	15,0	630	818	400	668	800	750
Belçika	10,0	819	1.062	1.078	1.289	1.400	2.030

İngiltere	56,4	146	173	158	138	160	130
Avusturya	7,8	1.252	1.480	1.316	770	890	900
İsviçre	6,9	1.716	2.096	1.791	1.349	1.820	1.730

Üreticinin mağduriyetinin önlenmesi için bugün gelişmiş ülkelerin tarımda uyguladıkları destekleme şekli uygulanmalıdır. Bir dünya ürünü olan fındıkta izlenecek politikaların belirlenmesinde artık devlet mantığı bir kenara bırakılmalıdır. Fındık sektörü ile ilgili kararların alınması aşamasında ihracatçıların, tüccarların ve onları bağlı olduğu kuruluşların görüşleri alınmalıdır. Özellikle Borsalar üretimden ihracat aşamasına kadar fındığı bir bütün olarak kabul ettikleri, kaliteli ve verimli üretim için üreticinin mutlaka memnun edilmesi gerektiği fikrinden hareket ettikleri için politikaların oluşturulmasında ağırlıklı yer almalıdır. Fiskobirlik kanalıyla uygulanan taban fiyat politikası günümüzün ekonomik şartlarına uymamaktadır. Bu politika artık terk edilerek, Fiskobirlik'in sırtına yüklenen bu kambur artık atılmalıdır. Fiskobirlik'te artık özel sektör gibi hareket ederek piyasada arz ve talebe göre fiyatın kendiliğinden oluşmasına zemin hazırlamalıdır.

Fındıkta izlenecek politikaların belirlenebilmesi için öncelikle mevcut durumun bilinmesi gereklidir. Bunun içinde sağlıklı rakamlar mevcut değildir. Resmi rakamlara göre fındık alanları 550 bin hektar civarında gösterilmesine karşın bu miktarın 700 bin hektar olduğu telafuz edilmektedir. Bu nedenle, uydu sistemlerinden de yararlanarak alanların tespiti yapılmalı, kalite, üretici sayısı ve verimlilik belirlenmelidir.

Üretiminden, ihracatına kadar yaklaşık 5 milyon kişiyi ilgilendiren, fındık sektöründe dünyada hak ettiğimiz yeri alabilmemiz için kamu kurum ve kuruluşları ile özel girişimciler arasında gerekli işbirliğinin sağlanması hayati önem taşımaktadır.

Bir sektörde sanayi yönlü gelişim sağlanabilmesi için sektöre yönelik yeterli arz ve talebin bulunmasının yanında, arzın talep noktalarına hızlı ve güvenli olarak ulaştırılması kriterine de önem verilmelidir. Ulaşım kanalları bir maliyet unsuru olup, bu maliyetin minimize edilmesi ürünün satış fiyatını etkileyecek bu da sektörü ve sektördeki sanayi kuruluşlarını etkileyecektir. Fındık Türkiye'de Ordu, Giresun ve Trabzon illerinde rantabl olarak ve dünyaca kabullenilmiş kalitede üretilmektedir. Buna bağlı olarak da bir çok eksiklik ve sorunuyla birlikte fındık

sanayisi bu illerde yoğunlaşmış ve gelişmiştir. Sanayi anlamında gelişme, ürüne katma değer kazandırmak olarak algılanmalıdır bu durumda da entegre tesislerin kurulması önem ve öncelik arz etmektedir. Ürüne yüksek katma değer kazandıracak tesislerin kurulması, mevcut sermayedarın ve dışarıdan gelecek sermayedarların bu bölgelerde yatırım yapmaya teşvik edilmelidir.

Makro ekonomik istikrarsızlıklar, döviz kurlarındaki dengesizlik, girdi maliyetlerinin yükselmesi ve piyasanın sürekli speküle edilmesi,serbest piyasa mekanizmasının sağlıklı bir şekilde işleyememesi gibi yapısal sorunlar fındık piyasasını olumsuz etkilemektedir. Fındık sektöründeki sanayi kuruluşları bu makro ekonomik olumsuzluklardan etkilenirken bir çoğu kapasite küçültmüş atıl kapasiteyle çalışmak durumunda kalmıştır.Uygulanan devlet teşvikleri sanayinin sorununu çözememiş aksine rekabet gücünü olumsuz etkilemiştir.Sektörel ve Bölgesel Teşviklerin uygulanması gerekmektedir.

Sektördeki mevcut firmaların sermaye yapılarının zayıf olması direkt satış yapma ve büyük parti sipariş alma imkânlarını engellemektedir. Bunun sonucunda düşük kar marjı ile çalışmak zorunda kalmaktadır. Bu manada sektörel teşvikler önem kazanmakta olup, özel kredilendirmeler ve diğer destek teşvikleri ile sektördeki mevcut sanayi işletmelerinin finansal yapıları güçlendirilip, kar marjlarını artırmalarının önü açılmalıdır.

Sektörde bulunan sanayi işletmelerinde yeterli AR-GE çalışması yapılmamaktadır. Bunun sonucunda yeni ürün çeşitlemesi ve yoğun teknoloji kullanımı gerçekleşmemektedir. Üretim faktörleri arasında vazgeçilmez bir noktaya oturmuş olan “Teknoloji”nin çağın ve rekabet şartlarının gerektirdiği şekilde kullanılmaması sektörün sanayi yönlü gelişimi ve örgütlenmesi önünde önemli bir diğer sorundur. Fındık tüketilen yerli sanayilerin gelişimine ve teşvikine yönelik politikalar üretilmelidir. AR-GE çalışmaları finanse edilmelidir . Mamul çeşitlendirmelerinde TUBİTAK, FTG, Fındık Araştırma Enstitüsü gibi kurumlara daha geniş olanaklar sağlanmalı çalışmaları daha ciddiye alınmalıdır.

Türk fındığının tüm dünyaca kabul edilen tanınan bir markası yoktur . Bu gün dünya pazarlarında “Fransız Şarabı”,”Hawana Purosu”, “Belçika Silahı” nasıl ki kendi markası ile yer alıyor ve aranıyorsa Türk Fındığı içinde aynı durumun gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye'nin Fındık İhracatı

Fındık imal eden, fındık işleyen müesseselerin bir çoğu gayri sıhhi çalışmaktadır. Büyük ve ciddi firmalar, ucuz ama kalitesiz üretim yapan bu firmalar ile de rekabet etmek zorunda kalmaktadırlar. Kalite bilinci tam olarak oluşmamıştır tüketici için, malın ucuz olması önemli bir tercih sebebidir. Ancak olaya daha geniş bakılmalıdır, ucuz da olsa insanlar para ödeyerek sağlıklarını riske atmaktadır. Ayrıca kaliteli üretim yapmak için önemli yatırımlar yapan ve ciddi maliyetlere katlanan büyük firmalar haksız bir rekabet ortamı içinde kalmaktadırlar. Avrupa kapılarında "Aflatoksin" iddiası ile geri dönen fındıklar iç piyasaya özellikle metropol kentlerde piyasaya sürülmektedir. Bu durum piyasanın haksız ve denetimsiz rekabet koşullarının baskısında kalmasına neden olmaktadır.

Ürün	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
Kabuklu Fındık	533	1.184	523	1.178	675	928	316	362
İç Fındık	121.199	443.894	112.129	366.737	174.727	486.087	56.362	136.974
Fındık Ezmesi	178	763	602	1.802	76	239	55	134
Fındık Unun	6.619	23.889	6.560	20.659	6.580	17.969	2.242	5.210
Fındık Yağı	1.418	3.358	1.470	2.749	3.484	3.624	2.794	2.494

Dünya sürekli değişim içindedir. Her geçen gün yeni trendler ortaya çıkmaktadır. Sağlıklı yaşam, organik tarım, bilinçli tüketici bu trendlerdendir. Fındık dünyanın en mükemmel gıda maddesidir, kalp-damar sağlığı başta olmak üzere insan sağlığı üzerindeki olumlu etkileri artık tüm otoritelerce kabul edilmiş durumdadır. Sağlık deposu bu ürünü en çok üreten ve ticaretinde lider olmamıza rağmen, bu yönünü gerek dış gerekse iç pazarda işlenememiştir. Fındık kendi bünyesinde bir çok avantaj barındırmaktadır, bu avantajların pazar payını artırmak için bir araç olarak kullanılması vizyonu yoktur. Sektörün sanayi yoluyla gelişimi ve örgütlenmesinde fındıkla ilgili tüm çevreleri içine alacak bir "Milli Fındık Politikası" saptanmalı, kısa-orta ve uzun vadeli hedefler tespit

edilmelidir. Üretiminden, pazarlanmasına kadar plansız bir şekilde bu güne kadar gelmiş olan fındık piyasası için,planlı döneme geçilmelidir.

2-ÇAY

FAO 2006 yılı istatistiklerine göre; Dünya'da çay tarım alanları 2.717.398 hektara ulaşmıştır. Bu alanın % 87,8'i Asya, % 9,8'u Afrika, geri kalan % 2,4'lük kısmı ise Güney Amerika, Okyanusya ve Avrupa kıtalarında bulunmaktadır. 2002-2006 yılları arasında çay üretim alanları % 9 oranında genişlemiştir. Ülkeler itibariyle çay tarım alanlarının, % 41,1'i Çin, % 18'i Hindistan, % 7,8'i Sri Lanka, % 5,4'ü Kenya, % 4,3'ü Endonezya, % 4,5'i Viet Nam, % 2,8'i Türkiye ve % 1,8'i Japonya'da bulunmaktadır. Dünya'da çay üretimi 2006 yılında 3.649.490 ton'a ulaşmıştır. Bu üretimin % 82'si Asya, % 15'i Afrika, % 3'ü ise Amerika, Okyanusya ve Avrupa kıtalarında gerçekleştirilmektedir. 2002-2006 yılları arasında, beş yıllık süreç sonunda dünya üretimi % 13 oranında artmıştır. Yıllık artış oranı ortalaması % 2,6'dır. 1995-2005 yılları arasında, on yıllık süreç sonunda en yüksek üretim artışı Viet Nam (%141,2) da, en fazla üretim azalışı ise (37,6) Gürcistan'dadır.

Dünya toplam çay üretiminin % 27,1'ini Çin, % 24,4'ünü Hindistan, % 8,5'ini Sri Lanka, % 8,5'ini Kenya, % 5,5'ini Türkiye, % 4,7'sini Endonezya, % 2,5'ini Japonya ve % 18,8'ini diğer üretici ülkeler gerçekleştirmektedir. Dünya çay üretiminin % 70'i Siyah, % 23'ü Yeşil, % 7'si Oolong, İstant, White çay ve diğer çay çeşitlerinden oluşmaktadır.

Dünya'da çay ithalatı, hem çay üreticisi olan ülkeler, hem de çay üreticisi olmayan ülkeler tarafından yapılmaktadır. FAO'nun 2004 yılı verilerine göre, toplam çay ithalatı 1.404.971 ton'dur. İthalatta en büyük paya sahip ülkeler, AB-25 ülke (% 23,1), Rusya Federasyonu ve Bağımsız devletler (% 12,2), Pakistan (% 8,2), ABD (% 7,0), Mısır (% 5,2), Irak (% 4,9) ve Japonya (% 4,0) dür.

Dünya da tüketim amaçlı net ithalat miktarı ise 1.395.000 tondur. Toplam ithalat ile net ithalat arasındaki fark 124.000 tondur. Bu miktar çay ise ülkeler tarafından re-export edilmektedir.

Re-export dünya çaycılığında özellikle üretici ülkelerin birbirlerinin çaylarını harmanlamak suretiyle yada tüketici ülkelerin ithal ettikleri çayı yeniden

harmanlayıp ihraç etme işlemidir. Re-export yapan en önemli tüketici ülke İngiltere'dir.

ITC)Yıllık kişi başına çay tüketim miktarları yüksek olan ilk beş ülke ise; İrlanda (3,2 kg), İngiltere (2,6 kg), Kuveyt (2,5 kg), Türkiye (2,3 kg) ve Katar (2,0 kg)'dır. Türkiye, çay tarım alanlarının genişliği bakımından, dünyada üretici ülkeler arasında **7. sırada**, kuru çay üretimi yönünden de **5. sırada**, yıllık kişi başına tüketim bakımından ise **4. sırada** yer almaktadır.

ÜLKELER	ÇAYLIK ALAN (Bin Hektar)
ÇİN	1.118
HİNDİSTAN	490
SRİ LANKA	213
KENYA	147
ENDONEZYA	116
VİETNAM	123
TÜRKİYE	77
Diğer Ülkeler toplamı	433
Genel Toplam	2.717

Doğu Karadeniz bölgesinin doğal şartları gereği, tarımında kimyasal mücadele yapılmaması nedeniyle üretilen kuru çaylarda pestisid kalıntısı bulunmamaktadır. Bu durum organik tarım için ciddi bir avantaj olduğundan Çaykur tarafından Borçka Bölgesi alanı Muratlı Çay Fabrikası hinterlandı ile Çamlıhemşin ve Rize Hemşin ilçe havzalarını organik çay tarımı yapılacak alan olarak belirlemiştir.

Avrupa Birliği aday ülkesi olan Türkiye, sürecin olumlu neticelenmesiyle birlik içerisinde siyah ve yeşil üretiminde olduğu gibi tek "Organik Çay" üreticisi üye ülke olacaktır.

Organik çay tarımını bölgeye yerleştirmek amacıyla yapılacak çalışmaların organizasyonu için Çaykur bünyesinde oluşturulan Kurul, öncelikle üreticilerin organik çay üretebilmesi için projenin teknik altyapısı, tarımsal eğitim ve prosedür çalışmaları anlamında yapılması gereken işlemleri tespit etmiş ve

düzenli olarak toplantılar tertip etmiştir. Bu çalışmalar aralıksız olarak sürdürülmektedir.

Konvansiyonel çay tarımında olduğu gibi organik çay tarımını da ülkemize yerleştirmek ve sanayisini geliştirmek amacıyla Rize İli Hemşin ilçesinde organik ve konvansiyonel yaş çay yaprağı işleyecek 100 ton/gün kapasiteli bir fabrika kurulmuştur. 2009 yılı yaş çay kampanyasında üretime geçmesi planlan fabrikada, bölge hinterlandından toplanacak olan 3.000 ton civarında organik yaş çay alımı planlanmaktadır.

Bununla birlikte bölgenin mevcut tabii coğrafyası ve mikro klima şartlarında tarımı yapılan yarı organik diyebileceğimiz yaş çaylarından hazırlanan geçiş ürünü olan “**Yeşil Çay**” piyasaya sunulmuştur.

Ayrıca özel sektör tarafından da organik çay üretim çalışmaları yapılmaktadır. Ülkemiz çaycılığının sağlıklı bir yapıya kavuşturulabilmesi, üretim tüketim dengesinin sağlanmasıyla mümkündür. Bu denge bugün itibariyle kurulmuştur.

Bugün dünyada 3,6 milyon ton kuru çay üretilmektedir. Üretilen kuru çayın 1,8 milyon tonu üretici ülkelerde tüketilmektedir. Geriye kalan, 1,6 milyon ton tüketim fazlası çayın ise, dünya pazarlarına sürülmesi için üretici ülkeler arasında büyük bir rekabet yaşanmaktadır.

Dünyada çay üreticisi ülkeler az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler olup, bu ülkelerde hem işgücünün hem de hammaddenin ucuz olması nedeniyle maliyetler oldukça düşük olarak gerçekleşmektedir. Diğer üretici ülkelerin hammadde fiyatları bizim fiyatlarımızdan 1,5-2 kat, işçilik giderleri ise 5 kat daha düşüktür. Bunun sonucu olarak da Ülkemizin, diğer üretici ülkelere göre çay ihraç etme şansı oldukça azdır.

İhracatta fiyat engelinin yanında, kalite konusunda da sorunlar mevcuttur. Kalite konusunun halledilmesi, hammadde kalitesinin ıslahıyla ilgili tarımsal projelere ve teknolojiye eksikliklerin giderilmesine bağlıdır.

Avrupa Birliği ve diğer Avrupa ülkelerinde 3.000 ton kadar paketli çay ihraç potansiyeli bulunmaktadır. Çaykur tarafından 2008 yılında Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, Avusturya, Avustralya, Gürcistan, Fransa, İngiltere, İsviçre, Singapur, Hollanda, Belçika, Kanada Romanya, KKTC, Türkmenistan ve Suudi Arabistan gibi ülkelere çay ihracatı yapılmıştır.

Doğu Karadeniz Bölgesinin en temel geçim kaynağı olan çay ürününde önemli sorunlar yaşanıyor. Birçok tarımsal üründe olduğu gibi çayda da üretim-tüketim

dengesizliği vardır. Geleneksel yöntemlerle ve plansız yapılan çay üretimi yıllardır kuralsızlaştırılmış ve tek ürün kültürü-alışkanlığı oluşmuştur.

Uzun yıllar çay üreticileri yerine Çaykur desteklenmiş, özellikle küçük ölçekli üretim yapan ve gelirini sadece çaya bağlayan aileler çok zor bir hayat mücadelesinin içine itilmiştir. Çay sanayicileri de bir taraftan devleti arkasına alan Çaykur ile, diğer taraftan kendi içinde kuralsız, sistem dışı, kayıtsız çalışan değirmen türü imalathaneler, paketlemeci ithalatçı firmalarla ve onların bıraktığı kötü imajla mücadele etmektedir.

1938 yılında başlayan, 1970'li yıllarda önemi artan ve bölgenin en önemli geçim kaynağı olan çay üretimi, Karadeniz insanının bir yaşam parçası haline gelmiştir. Doğrusu 1970'li yıllardan itibaren çayla yatıp-kalkan Karadeniz insanının bu birliktelikten çok memnun olduğu söylenemez.

Dünyada tek zirai ilaç kullanılmadan üretilen ve kimyasal madde içermeyen çay sadece Türk çayıdır. Bu özelliğın çok yoğun reklamlarla işlenmesiyle dünya piyasalarına girmek mümkün olabilir. Çay Sanayicileri dünya piyasalarına tanıtım ve reklam yapabilecek maddi güce sahip olmadığından, bu görevi devletinde katkı sağladığı bir tanıtma grubu oluşturarak uygulamaya koymak gerekir.

Türk çayının dünya pazarına girebilmesi (ihracat) öncelikle düşük maliyet ve kaliteli üretimle birebir alakalıdır. Reklam ve pazarlama çay ihraç etmenin bir diğer önemli koşuludur. Gerektiğinde profesyonel pazarlamacı ve reklamcılarla işbirliğine gidilmelidir.

İşletme sermayesi bile bulmakta zorlanan çay sanayicilerinin dünya piyasalarına hitap edecek tarzda reklam ve pazarlama bütçesi ayırmaları mümkün değildir. Bu nedenle Çay Tanıtma Grubu ve bütçesi oluşturulmalıdır. Bu grubun bütçesi için borsalara kote edilen ürünlerden yüzde 1, üreticiden de yüzde 1 kesilerek bir fon oluşturulabilir. Bu fonun kullanımı devletten tamamen bağımsız özerk bir kurula verilmelidir.

Özel sektörün dünya piyasalarına girebilmesi için, kısa bir süre geçerli olsa bile,

teşvik imkanları sağlanmalıdır. Çay ihracatının artırılması konusunda Dış Ticaret Müsteşarlığı bir an önce harekete geçmelidir.

3-ORGANİK TARIM ÜRÜNLERİ

Ülkemizde sözleşmeli yetiştiricilik sistemi ile başlayan organik tarım ürünleri üretimi, konvansiyonel ürünlerde olduğu gibi talep yaratma çabalarının yoğunluk kazanması sonucu bağımsız projelerle gerçekleştirilen üretim şekliyle de desteklenmeye başlamıştır. Dış pazarlarca talep edilen çeşitlerin talep edilen miktarlarda üretilmesiyle 1985 yılında başlayan organik tarım ürünleri üretimi, 2000’li yıllara gelindiğinde yeni bir boyut kazanmıştır. Kuru incir, kuru üzüm ve kuru kayısı ile başlayan organik tarım ürünleri üretimi; bitkisel ürünler, işlenmiş gıda ürünleri ve diğer tarım ve gıda ürünleri olarak sınıflandırabileceğimiz sektörel yelpazeye ulaşmıştır. İlk yıllarda sadece 8 ürün organik olarak üretilirken, 2007 yılında üretilen ürün çeşidi 201’a ulaşmış, 10.553 üretici 135.360 hektar alanda 431.203 ton ürün elde etmiştir. Organik hayvancılık sektörü henüz gelişmekte olup, özellikle Doğu Anadolu Bölgesi’nde bu konuda yatırımlar yapılmaktadır. Özellikle süt ve süt ürünleri konusunda yurtiçi talep giderek artmaktadır. Organik pamuk üretiminin artmasıyla organik tekstil sektörü giderek önem kazanmış olup, son yıllarda organik ürün yelpazesine organik bebek tekstili, havlu ev tekstili ve yatak da eklenmiştir. Organik bebek mamaları, bebek giysileri, oyuncak ve bebek kozmetiklerine olan talep özellikle 012 aylık bebekleri olan anne babaların hassasiyeti nedeniyle yurtdışında olduğu gibi yurtiçinde de giderek artmaktadır. Ülkemizde organik bitkisel ve hayvansal ürünler üretimi, işlenmesi ve pazarlanması 18Aralık 1994 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan “Bitkisel ve Hayvansal Ürünlerin Organik Metodlarla Üretilmesine İlişkin Yönetmelik”, 11 Temmuz 2002 tarih ve 24812 sayılı resmi gazetede yayımlanan “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelik” ile yeniden düzenlenmiştir. Daha sonra bahsi geçen yönetmelik 22.08.2003 tarih ve 25207 sayılı resmi gazetede yayımlanan “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik” ile revize edilmiştir. Aralık 2004’de de Organik Tarım Kanunu yürürlüğe girmiştir. Söz konusu, kanununun yürürlüğe girişinden yaklaşık 6 ay sonra 10 Haziran 2005 tarih ve 25841 sayılı “ Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin

Yönetmelik” yürürlüğe girmiştir. Son olarak 17 Ekim 2006 tarih ve 26322 sayılı “Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik” ile revize edilmiştir. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı konu ile ilgili yetkili kamu kurumudur. Organik ürünler üretim ve ticareti özel düzenlemeler gerektirmekte, bu düzenlemelerin de uluslararası bazda kabul görmüş kontrol ve sertifikasyon kuruluşlarınca kontrol edilmesi gerekmektedir. Ülkemizde Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş 13 kontrol ve sertifikasyon firması faaliyet göstermektedir. Bunlardan 8’i AB ülkelerinde faaliyet gösteren firmaların Türkiye temsilcilikleri olup, diğerleri Türk firmalarıdır. Diğer ülkelerde olduğu gibi henüz ülkemizde de organik tarım ürünleri dış ticaretine ilişkin istatistiksel altyapı oluşturulamamıştır. Bahsedilen nedenle, ihracata ait istatistiki değerler ancak Ege İhracatçı Birlikleri kayıtlarından izlenebilmektedir. Buradan hareketle ihracatçı firmalarımızın organik tarım ürünlerini ihraç ederken söz konusu ürün grubunun ihracatının kayda bağlı olduğunu göz önünde bulundurmaları ve ilgili İhracatçı Birliğine kayıt yaptırmaları önem arz etmektedir. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından açıklanan üretim istatistikleri ile Ege İhracatçı Birlikleri tarafından açıklanan dış ticaret istatistikleri arasında önemli bir farklılık görülmektedir. Bahsedilen istatistiksel farklılık aşağıdaki nedenlerden kaynaklanmaktadır. · Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından açıklanan istatistiki veriler işlenmemiş ürün değerlerini yansıtmaktadır. · Ege İhracatçı Birlikleri’nce açıklanan istatistik değerler ise işlenmiş ürün (yaş, kurutulmuş, dondurulmuş ve diğer şekillerde işlenmiş ürün) değerlerini yansıtmaktadır. · Organik tarım ürünlerinin bir kısmı yurtiçi tüketime sunulmakta, dolayısıyla Ege İhracatçı Birlikleri kayıtlarında yer almamaktadır. · Organik tarım ürünleri ihracatının kayda bağlı olmasına karşın firmalarımız zaman zaman kayıt yaptırmamaktadır. · Ayrıca, Dünyada ve ülkemizde konvansiyonel ürünler ticaretinin izlenmesine imkan sağlayan Armonize Sınıflandırma sisteminin organik tarım ürünleri için oluşturulmamış olması tüm dünyada organik tarım ürünleri ticaret istatistiklerinin izlenmesini güçleştiren bir diğer önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. 198586 yıllarında kuru üzüm, kuru incir, kuru kayısı ihracata konu olan organik tarım ürünleri iken, günümüzde sektör ve ürün yelpazesi genişlemiştir. Organik ürünler üretim ve ihracatı sert kabuklu ve kuru meyveler, dondurulmuş meyve ve sebzeler, yaş meyveler ve sebzeler, baharatlar ve bakliyat sektörlerinde yoğunlaşmış olup, gülsuyu, gülyağı,

zeytinyağı, pamuk ve tekstil ürünleri üretimi ve ihracatı gerçekleştirilen diğer organik ürünler olmuştur. İhracatımızın yöneldiği ülke sayısı 32 olup, AB ülkeleri en önemli ihraç pazarlarımızı oluşturmaktadır. AB ülkeleri dışında, Kuzey Avrupa ülkeleri, ABD, Kanada ve Japonya dikkat çeken potansiyel pazar görünümündedir. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nca yayımlanan yönetmeliğe ilave olarak ekolojik ürünler ihracatını belirli bir disipline kavuşturmak ve altyapısını hazırlamak amacıyla 6.1.1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan İhracat Yönetmeliği eki Kayda Bağlı İhracat Listesi' nin 7. Maddesi çerçevesinde ekolojik ürünlerin ihracatı kayda bağlanmıştır. Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği söz konusu ürünlerin kayıt ve ihracatına yönelik işlemlerde Koordinatör Birlik olarak tayin edilmiştir. Pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de organik ürün dış ticaret istatistiklerini tutmak üzere geliştirilmiş bir sistem olmadığı için, yapılan ihracatın tamamı istatistiklere yansımamaktadır. Gerçekte ihracatımızın daha fazla olduğu düşünülmektedir. 1930'lardan bugüne kadar biyolojik tarım modeli bir çok ülkede uygulanmıştır. Danimarka, İngiltere ve İsviçre Avrupa'da biyolojik tarımın temellerini atan ülkeler olmuşlardır. Bugün ABD, Kanada, Avustralya, Japonya ve Avrupa Birliği ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde iç pazarı sürekli artış gösteren organik ürünlerin üretimi gelişmekte olan ülkelerde de gerçekleştirilmektedir. Ancak, gelişmekte olan ülkelerde organik üretim yapısı farklılık arz etmektedir. Üretim iç pazarın talebini cevaplamak amacıyla değil, ihracat amacıyla başlamıştır. Değişik ülkelerde yapılan ulusal bazdaki organik tarıma yönelik çalışmalar bağımsız olarak sürdürülürken, 1972 yılından sonra bu çalışmalar IFOAMUluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu'nun organizasyonu altında toplanmıştır. Merkezi Almanya'da olan IFOAM'ın temel fonksiyonu dünyada organik tarımla ilgili bilgi ağının koordinasyonu olarak tanımlanabilir. Datamonitor tarafından hazırlanan pazar araştırmasında; dünya organik pazarının büyüklüğünün 2006 yılında 36.7 ABD dolarına ulaştığı ve tüketimin büyük kısmının Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinde gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Son 5 yılda (20022006) Amerika'da organik gıda satışları % 12 artarak 2006 yılında 18.2 milyar ABD Dolarına ve Avrupa'da %15 artarak 14.6 milyar ABD Dolarına ulaşmıştır. Avrupa'da tüketimin en çok olduğu ülkeler İskandinav ve Alp ülkeleridir. Meyve ve sebzeler, 2006 yılında 14.5 milyar dolarlık satış hacmi ve %39,5'luk payı ile toplam organik gıda pazarından en büyük payı alan sektör olmuştur. Ekmek ve

hububatlar ise 6 milyar dolarlık satış hasılatı ile pazardan % 16.5'luk pay almıştır. 2006-2011 yıllarını kapsayan 5 yıllık dönemin sonunda yine Datamonitor verilerine göre; pazarın toplam değerinin 67.1 milyar ABD doları olacağı tahmin edilmektedir. Amerika'da toplam Pazar büyüklüğünün 29.7 milyar ABD dolarına, Avrupa'da ise 27.8 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Artan destekleyici hükümet politikaları, sağlık ve çevresel konularda bilinçli tüketiciler ile organik gıdalara olan talebin büyüyerek devam etmesi beklenmektedir. Organik ürünlere olan talebin büyük bir bölümü gelişmiş ülkelerden kaynaklanmaktadır. Son zamanlarda süt ürünleri, et ve et ürünleri, hazır yemekler dahil olmak üzere işlenmiş diğer gıdalar, bebek mamaları, çikolata gibi ürünler önem kazanmakla birlikte Batı Avrupa pazarında organik yaş meyve ve sebze sektörü hala büyük bir paya sahiptir. Bu bağlamda konvansiyonel yaş meyve ve sebze sektörünün yanı sıra organik yaş meyve ve sebze sektörü açısından da önemli potansiyele sahip olan ülkemizin, bu potansiyeli değerlendirebilmesi için Avrupa Birliği ülkelerinde yaşanan gelişmeleri dikkatle izlemesinde fayda görülmektedir.

4-KAĞIT ÜRÜNLERİ SANAYİİ

Kağıtkarton üretim teknolojisi genel olarak; odun, yıllık bitki ve atık kağıt gibi hammaddelerden kimyasal, yarı kimyasal ve mekanik yollarla elde edilen hamurların dövme, kesme, saçaklandırma ve temizleme gibi işlemlere tabi tutularak dolgu ve şartlandırma maddeleri ilave edildikten sonra elek üzerinde safiha oluşturulması, kurutulması ve bunun uygun ebatla kesilmesi işlemlerini kapsar. İnsan ömrü boyunca en çok tüketilen sanayi ürünü olan kağıt ve kağıt türevlerine ilişkin veriler, bir ülkenin gelişmişlik düzeyinin önde gelen evrensel ölçütlerini oluşturmaktadır. Modern dünyanın vazgeçilmez ürünü kağıt, esas olarak tabakalar halinde olup, odun hamurunun selülozik liflerinden oluşmuştur. İlkönceleri, yazı yazma ortamı olarak kullanılan kağıt, bu kullanımı ile uygarlık ve kültürün gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Ama yazı kağıtları artık günümüzde kağıt endüstrisi üretiminin küçük bir oranını oluşturmaktadır. Türkiye'de 1936 yılında kurulan kağıt sektörü, 1980'li yıllara kadar talebi yurtiçi üretimle karşılama amacı doğrultusunda faaliyet göstermiştir. 1963-79 dönemi

Türk kağıt sektörü için tam bir büyüme ve gelişme dönemi olmuştur. Uzun yıllar dış rekabete kapalı olarak gelişen sektör, Avrupa Birliği (AB) ile Türkiye arasındaki gümrük duvarlarının kaldırılması ile yeni bir döneme girmiştir. Dünya kağıtkarton üretimi 382 milyon ton'dur. Türkiye 3 milyon ton kurulu kapasitesi ile dünya kâğıtkarton üretiminde 25. sırada yer almaktadır. Türkiye, yılda ortalama 2 milyon ton kağıt üretmekte, tüketim ise 4,3 milyon tonu bulmaktadır. Dünya kağıt tüketiminde 18. sırada yer almaktadır. Türkiye'deki kâğıtkarton tüketim miktarı 2008 yılı için 4.3 milyon ton olup, bu miktar 2007 yılındaki tüketim miktarımız olan 4.6 milyon tona göre %6 azalmıştır Amerika 'da kişi başına yıllık kağıt tüketimi 350 kg., Avrupa'da 150 kg., Türkiye'de ise 55,4 kg. dır. Kağıt, karton ve oluklu mukavva tüketimindeki büyüme nedeniyle, yurtdışından gelecek yeni bilgi ve teknolojiye olan ihtiyaç hızla artmıştır. Diğer ülkelerde, özellikle Batı Avrupa'da sektördeki büyüme durma noktasına gelmiştir. Karton tüketimi de düşme eğilimi göstermektedir. Türkiye'de ise kağıt ve mukavva tüketimi artmaktadır. Türkiye oluklu mukavva üretiminde yıllık 921,000 tonla Avrupa'da 6.sıradadır. Türkiye halen Avrupa'nın temel oluklu mukavva tüketicilerinden biridir. Yıllık 261,000 tonluk tüketimiyle de altıncı sırada yer almaktadır. Türkiye'de kağıt üretimi selüloz ithal edilerek ve geri dönüşümlü kağıtların değerlendirilmesi ile yapılmaktadır. SEKA, özelleştirilmeden önce hammadde sağlayan tek kuruluş özelliğini taşımaktaydı. SEKA özelleştirildikten sonra bu sektörün temel hammadde kaynakları, selüloz ithalatı ve atık kağıtların yeniden değerlendirilmesi olmuştur

2007 yılında kağıtkarton üretimi 2.2 milyon ton olarak gerçekleşmiş, 2008 yılında toplam üretim 2.3 milyon ton olmuştur. Selüloz Kağıt Sanayi Vakfının verilerine göre 2006 yılı kağıtkarton üretiminin yüzde olarak dağılımı aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir. Oluklu Mukavva Kağıtları %48 Kartonlar %20 Yazı ve Tabı Kağıtları %16 Gazete Kağıtları %1 Kraft Torba Kağıdı %2 Temizlik Kağıtları %11 Sargılık Kağıt %1 Sigara Kağıdı ve Özel İnce Kağıtlar %1
Kaynak: Selüloz ve Kağıt Sanayi Vakfı 2006 yılı sonunda kağıtkarton üretim kapasitesi, 2.779.902 ton/yıl'a ulaşmıştır Ülkemizde kağıt üretim kapasitesinin ürünlere dağılımı şöyledir: Oluklu Mukavva Kağıtları (%46) Kartonlar (%19) Yazı ve Tabı Kağıtları (%14) Gazete Kağıtları (%7) Kraft Torba Kağıdı (%2) Temizlik Kağıtları (%10) Sargılık Kağıt (%1) Sigara Kağıdı ve Özel İnce Kağıtlar (%0.1)

Kaynak: Seluloz ve Kağıt Sanayi Vakfı Ülkemizde kağıt karton kapasitesinin yüzde 45'i Trakya ve Marmara bölgesinde bulunmaktadır. Üretimin yüzde 47'si bu bölgede gerçekleşmektedir. Sektörde 36 kağıtkarton tesisi mevcuttur. SEKA Bolu, Dalaman, Afyon, Balıkesir, Aksu, Kastamonu ve Çaycuma işletmelerinin özelleştirmesi tamamlanmış bulunmaktadır. Seka İzmit İşletmesi de kapatılıp Kocaeli Belediyesine devredilmiştir. İstanbul Sanayi Odası'nca 1968 yılından günümüze kadar her yıl düzenli olarak kamuoyuna sunulan "Türkiye'nin 500 Sanayi Kuruluşu" çalışmasında kağıt sektöründe faaliyet gösteren 10 firma da yer almaktadır. Bunlar sırasıyla, İpek Kağıt, Hayat Kimya, Olmuksa, Tire Kutsan, Astel, Modern Karton, Kartonsan, Dentaş, Meteksan ve Viking Kağıt'dır. Ayrıca oluklu mukavva sanayinde özel kesime ait 105 firma mevcuttur.

Ülkemizde atık kağıt karton, özellikle ambalaj kartonu üretimi için geri kazandırılmaktadır ve atık kağıt geri kazanımı ve geri dönüşümü için çalışan, orta ve büyük ölçekli 30'un üzerinde işletme mevcuttur. Yılda yaklaşık 600.000 ton kağıt/karton geri kazandırılmaktadır. Toplanan atık kağıdın kağıt sanayiinde hammadde olarak kullanılabilen miktarının toplanan atık kağıt miktarına oranı ise atık kağıt kullanım oranı olarak ifade edilir.Ülkemizde atık kağıt kullanım oranı özellikle kağıt ambalaj malzemesinde %80 'lere ulaşmıştır. Kullanım miktarı her geçen gün artan atık kağıdın yurtiçinde toplanan miktarı 2007 yılında 1.8 milyon ton iken, 2008 yılında 1.9 milyon ton olmuştur. Bu da 2008 yılı için % 43'lük bir geri dönüş oranına tekabül etmektedir. Geri kullanım oranı ise %82'dir. Batılı ülkeler bir yandan ambalaj normları ve standartları geliştirerek atıkları azaltma yoluna giderken, diğer taraftan da ambalaj atıklarını toplayıp yeniden sanayiye kazandırma konusunda yoğun emek ve para harcamaktadırlar. Buradan yola çıkarak İlk düzenleme Alman Ambalaj yönetmeliği kapsamında "Yeşil Nokta" 1 Ocak 1993 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu tarihten itibaren tüm ambalajlar geri alınmak ve işlenmek zorundadır. Yeşil Nokta, ürünün ambalajının ekolojik yönden uygunluğunu gösteren bir işarettir. Satış ambalajının üzerindeki Yeşil Nokta tüketicie o ambalajın yeniden kullanılabileceğini veya geri dönüşümünün yapılabileceğini göstermektedir. Almanya'ya ambalajlı mal satan her ihracatçı, malın ambalajının geri alınmasını garanti etmek zorundadır. Eğer bunu sağlayamıyorsa ambalajların geri toplanması için kurulmuş olan şirketlerle anlaşıp Yeşil Nokta lisansı almak

zorundadır. Almanya'nın öncülüğünü yaptığı bu sistem Belçika, Fransa, Benelux ülkelerini takiben tüm AB ülkelerinin ayrı ayrı benimsediği bir yapıya kavuşmuştur. Bu nedenle, AB'nin ilgili organları biraraya gelerek tüm ülkelerin ortak kullanımına dönük "Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Direktifi (94/62/EEC)"ni Aralık1994' de kabul etmiştir. Bu direktif tüm AB üyesi ülke devletlerini, hükümetlerini ve firmalarını kapsamaktadır. Söz konusu direktif ülkemizde de 2007 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmeliğe göre Türkiye'nin kağıt ambalaj atıklarının geri kazanım hedefleri aşağıda yer almaktadır. Nisan 1994'te yaşanan yüksek oranlı devalüasyon global selüloz ve kağıt fiyatlarındaki yükselme ile birleşince kağıtkarton ithalatı durma noktasına gelmiş, yerli üreticilerin birikmiş stokları tamamen eridiği gibi, artan talebin karşılanmasında zorluk çekilmeye başlanmıştır. Global üretimde görülen aksamalar nedeniyle, Türk kağıtkarton ürünlerine önemli bir dış talebin olduğu bu dönemde, kurulu kapasiteyi azami limitlerine kadar kullanan Türk kağıtkarton şirketleri önemli ihracat bağlantıları kurmuşlardır. Türkiye'nin kriz döneminde gerçekleştirilen üretimin büyük bölümünü ihraç etmesi, Türk kağıt ve kağıt ürünlerinin dış pazarlarda tanıtılması açısından önemli olmuştur ve kağıt sektörü ihracatı son 16 yıl içinde kısıtlı da olsa ihracata yönelmiştir. Türk kağıt karton sanayi ihracatının 20072008 döneminde en fazla ihracı gerçekleşen kalemler temizlik kağıtları, karton kutular, oluklu mukavva ve karton ile defterler olmuştur. Kağıt üretiminde maliyetlerin artışı ve kağıt kalitesinin düşük olması, kağıt ihracatını olumsuz yönde etkileyen etmenlerdendir. Kağıt ve kağıt ürünlerinde az hacimli ancak katma değeri yüksek mamüllerin ihracatı mümkün olmaktadır. Bitmiş ya da bobin halde yazı tabı kağıdı, karton ve gazete kağıdı ihracı, yüksek karlılık sağlamaktadır. Buna karşın oluklu mukavva ve nihai temizlik kağıdı ürünlerinde hacmin genişliğinden dolayı navlun tutarı yüksek olduğundan, ihracat uzun mesafe için elverişli olmamaktadır. Örneğin, bitmiş temizlik kağıdı ürünlerinin 400500 km'den daha uzak mesafeye taşınması ekonomik değildir. İhracata yönelik faaliyet gösteren firmaların kalitelerini rakipleri üzerinde tutmak zorunda olmaları, Türk kağıt sanayinde kalite olgusunun yerleşmesine neden olmuştur. Diğer taraftan, Türkiye'nin dış pazarlara gönderdiği ambalajlı sanayi ve tarım ürünlerinin %90'ı oluklu mukavva ambalaj kutularıyla ihraç edilmektedir. İhraç ürünlerinin oluklu mukavva kullanılarak ambalajlanmasında, oluklu mukavva üreticilerinin AB ülkelerinde kabul gören kalite ve standartları yakından takip

etmeleri ve uygun teknolojileri kullanmalarının önemli payı vardır. Türkiye'nin Kağıt Sektörü İhracatının Ürünlere Göre Dağılımı (Değer:1000 Dolar) Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) verileri. 2008 yılı itibariyle Türkiye'den 174 ülkeye kağıtkarton ihracatı yapılmıştır. Türkiye'den yaptıkları ithalat son üç yılda sürekli önemli oranda artış gösteren ülkeler Yunanistan, Irak, İngiltere, İsrail, Romanya ve Bulgaristan'dır. Selüloz için sadece kamu kurumu olan SEKA ağaç kesiyordu, SEKA'nın özelleştirilmesiyle kağıt üreticileri üretimde hammadde olarak atık kağıt, yıllık bitkiler ve ağırlıklı olarak yurtdışından ithal edilen selülozu kullanmaktadırlar. Türkiye'de Kağıt Sektörü İthalatının Ürünlere Göre Dağılımı (Değer: 1000 Dolar) Kaynak: DTM verileri Türkiye'de kağıtkarton tüketiminin yurtiçi üretim yoluyla karşılanan bölümünün haricinde kalan kısmı ithalatla karşılanmaktadır. Kağıtkarton sektöründeki ithalat, genel olarak talebin karşılanamadığı türlerde ve lüks kağıtlarda olmakta, döviz kurlarının düşük kaldığı dönemlerde, kağıt ürünleri ithalatının cazibesi artmaktadır. Gazete, baskı ve yazı tabı kağıtları, sıvanmamış ya da emdirilmiş kağıtkartonlar, kraft torba kağıdı ve yağ geçirmez kağıtlar başlıca ithal kalemleridir. Ülkemizde kağıtkarton üretimi ile tüketimi hemen hemen başabaş gitmesine rağmen, ithalatta görülen artış, genel olarak dış ülkelere baz kağıt alınıp işlendikten sonra kağıttan mamul eşya halinde Ortadoğu ülkelerine ihraç edilmesinden ve kaliteli yayın türlerinin (kuşe baskılı mecmua vb.) ithalatının artmasından ileri gelmektedir. Nitekim kağıttan mamul eşya ihracatı, ithalatından fazladır. Bu durum ülkemiz açısından olumlu bir gelişmeyi göstermektedir. 2002 yılında 855 milyon Dolar olan kağıt ithalatı artan bir seyir izleyerek 2008 yılında 2.6 milyar Dolar olmuştur. 2006 yılı dünya kağıtkarton üretimi 382 milyon ton olmuştur. 2004 yılından itibaren Dünya kağıtkarton üretimi ortalama yıllık %1 oranında, tüketim ise ortalama yıllık % 3 oranında artış göstermiştir. Dünya'da milyonlarca insan, çevre bilinciyle, kağıt ürünlerinin dönüşümü için çaba göstermektedir. Örneğin, Avrupa'da 1990'lı yılların başlarından günümüze kadar kağıt dönüşüm oranı %55 üzerinde gerçekleşmiştir. Avrupa Birliği ülkeleri içerisinde Almanya %72, Avusturya % 69, Hollanda %64, İsviçre %63, İsveç'te ise % 55 ortalama ile en yüksek geri dönüş oranına sahip ülkelerdir. ABD dünya kağıt ve selüloz üretiminde lider konumundadır. Dünya toplamının % 30 unu üretmektedir. Kağıt sanayi ABD nin en yüksek "sermaye yoğun" işkolu olup, 40 eyaletinde toplam 550 kağıt 200 selüloz fabrikası bulunmaktadır. Dünyadaki mevcut uzun elyafli

ormanların yarısından fazlası Rusya'da, kısa elyafli ormanların da %40 dan fazlası Latin Amerika'dadır. Kuzey Amerika'da toplanan hurda kağıtların %50 si kullanılmış oluklu hurdasıdır. FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)'nün tahminine göre 2010 yılına kadar dünya kağıt ve karton talebi yıllık %3.1 oranında artacaktır. Buna göre 1993 de 252 milyon ton olan bu talep 2010 yılında 440 milyon tona ulaşacaktır. Bu 188 milyon tonluk artış yaklaşık 900 yeni kağıt fabrikasının üretimine eşittir. Dünya kağıtkarton ticaretinin büyük bir kısmı gelişmiş ülkeler arasında olmaktadır. Kağıt ürünlerinin en önemli ithalatçıları başta ABD olmak üzere İngiltere, Almanya, Fransa ve İtalya gibi gelişmiş ülkelerdir. En önemli ihracatçılar ise büyük orman kaynaklarına sahip Kanada, Finlandiya, İsveç gibi ülkeler yanında Batı Avrupa ülkeleri ve ABD'dir. 2007 yılı dünya kağıtkarton ithalatı 168 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. 20062007 yılı itibariyle dünya kağıtkarton ithalatında önde gelen ülkeler ABD, Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya ve Belçika'dır. 2007 yılı itibariyle dünya kağıtkarton ihracatı 164 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. 20062007 yılında dünya kağıt ihracatında önde gelen ülkeler; Almanya, ABD, Kanada, Finlandiya, İsveç ve Fransa'dır. Değer bazında Türkiye'nin dünya ihracatındaki payı %0.28'tir.

5-HAZIR GİYİM

2006 yılı İsveç moda sektörü bakımından "rüya yıl" addedilmektedir. Hazır giyim satışları tarihte hiç görülmediği kadar artmış, pazarın cirosu 73.4 Milyar SEK'e ulaşmıştır. 2006 yılında toplam hazır giyim, ayakkabı ve aksesuar satışlarında bir önceki yıla kıyasla % 8 oranında artış kaydedilmiş olup, toplam satışların % 82 sini hazır giyim, % 14'ünü ayakkabı ve % 4'ünü aksesuar satışları oluşturmaktadır. 2006 yılı hazır giyim satışlarında ardarda artış kaydedilen 10. yıldır. İsveç nüfusunda ciddi bir artış bulunmadığı dikkate alındığında, İsveçli tüketicilerin harcanabilir gelirlerinin giderek daha büyük bir kısmını modaya ayırdıkları anlaşılmaktadır. 2006 yılı itibariyle kişi başına 6,595 SEK kıyafet; 1,161 SEK ayakkabı ve 296 SEK aksesuar harcaması düşmekte, özel tüketimin % 5.3'ünü hazır giyim oluşturmaktadır. Uzun yıllar süren durgunluğun ardından 2006 yılında hazır giyim sanayiindeki tüm ürün gruplarında fiyatlar tekrar artmaya başlamıştır. Hazır giyimde % 2,2 lik makul düzeyde bir fiyat artışı

izlenmişken, uzun bir dönem düşüş görülen ayakkabı fiyatlarında % 5'in üzerinde artış kaydedilmiştir. Sektör içinde en düşük fiyat artışına konu olan aksesuar grubundaki % 2'lik artış dahi % 1.2 seviyesindeki tüketim harcamaları ve hizmetlerdeki ortalama artıştan yüksektir. Çok düşük fiyatlı ve düşük kaliteli ürünler İsveç piyasasında alıcı bulamamaktadır. Bununla birlikte, düşük fiyat her zaman düşük kalite anlamına gelmeyebilir. İsveç'te en çok orta-düşük fiyat yaygındır. Bu fiyat grubunda pazar hakimiyeti bazı merkezi ve doğu Avrupa ülkelerini de içeren düşük maliyetli ülkelerden ithalat yapan büyük mağaza zincirleri, posta yoluyla satış şirketleri ve ithalatçı/toptancıların elindedir. İsveç'te lüks malların pazar payı oldukça düşüktür. İnsanların giderek hem harcanabilir gelirleri hem de harcama alternatifleri çoğalmaktadır. Bu nedenle, hazır giyim firmaları hanehalkı gelirinin daha büyük bir bölümünü diğer tüketim mallarından ziyade bu sektöre yönelebilmeyi teminen reklam ve pazarlama faaliyetlerine daha fazla önem vermek durumundadırlar. İndirim ve özel aktiviteler sunan klüp üyelikleri gibi yollarla sadık müşteri kitleleri yaratılmaya çalışılmakta, dikkat çekme amaçlı kampanyalarda markalar ünlülerle özdeşleştirilmektedir (Madonna-H&M, Richard Gere-Kapp Ahl). Klasik anlamda çarşı gezmek artık boş zaman geçirmek için tercih edilen bir aktivite olmadığından, "alışveriş deneyimi", "marka değeri" gibi kavramlara vurgu artmış bulunmaktadır. Tüketiciler, kaliteli ürün; güvenebilecekleri bir marka; sonsuz seçenek yerine bir tema içeren koleksiyonlar; farklılaşan ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikte ürünler; gerektiğinde kombine edilebilecek kıyafetler; hizmet; tavsiye ve bilgi talep etmektedir. Günümüzde tüketiciyi etkilemek için fiyat ve kaliteden çok daha fazlasına ihtiyaç duyulmakta, markaların tüketici tarafından bilinmesi ve kabul görmesine yönelik önemli yatırımlar yapılmakta, bu nedenle marka sayısı azalmaktadır. Bununla birlikte, özel marka addedilen ve özellikle büyük perakendecilerin kendilerinin yarattığı markalar artmaktadır. Bu çerçevede, İsveç hazır giyim piyasasında öne çıkan eğilimler aşağıda özetlenmektedir: Piyasadaki büyük aktörler gittikçe daha da büyümektedir, Pazara sürekli olarak yeni aktörler girmekte, rekabet gittikçe arttırmaktadır, En çok satılan marka mağazaları ortaya çıkmaktadır, Birçok yerel marka piyasadaki silinmekte, az sayıda dünya markası öne çıkmaktadır, Şehir içindeki dükkanlardan şehir dışındaki büyük alışveriş merkezlerine kayma izlenmektedir, Niş kavramlar türemektedir, Seri imalatta düşüş yaşanırken,

“markalı mağazalara” ilgi artmaktadır (H&M bunun en iyi örneğini oluşturmaktadır), Pazar sürekli büyümektedir, Belirli hedef kitlelere yönelik yeni kavramlar geliştirilmektedir (Sisters, Brothers, vs.), Uluslararası rekabet artmaktadır (Vero Moda/Danimarka, Dressman/Norveç, Zara/İspanya),

6-GIDA

İsveç Tarım, Gıda ve Tüketici İşleri Bakanlığı, İsveç'in tarım politikası ve prensiplerini Avrupa Birliği üyeliği ile birlikte kabul edilen “Ortak Tarım Politikası” ilkeleri çerçevesinde belirlemektedir. Bu ortak uygulamalar zincirinin ilkeleri ise, tarımda verimliliğin artırılması, çiftçilerin yaşam standartlarının iyileştirilmesi, pazarların stabilize edilmesi, gıda talebinin korunması ve yurttaşlara uygun fiyatlar karşılığında gıda ürünleri sağlanmasıdır. Bu amaçlara ulaşmak için Avrupa Birliği üç prensibin baz alındığı tarım politikası üzerinde çalışmaktadır. Bu üç prensip, ortak fiyatların sözkonusu olduğu ortak pazar, tüketicilerin Birliğin mallarını tercih etme eğilimini arttırmak ve ortak finansman oluşturulmasıdır. İsveç tarım ürünleri üretiminde tahıl başta gelmektedir. Tahıl üretiminde ise arpa, buğday, yulaf ve mera mahsülleri dikkat çekmektedir. Ticaret amaçlı sebze, meyva, süs bitkisi ve fidan üretimi ise seralarda veya açık alanlarda, özellikle güney İsveç'te yapılmaktadır. İsveç'te yaklaşık 1,7 milyon büyükbaş hayvan bulunmaktadır. Bunların 449.000 adetini süt inekleri oluşturmaktadır. Bu hayvanlardan elde edilen süt miktarı, Avrupa Birliği'nin İsveç'e uyguladığı süt kotasına eşit miktarda olmaktadır. Ayrıca, İsveç'te yaklaşık 6000 adet domuz üreticisi bulunmaktadır. Koyun yetiştiriciliği ise İsveç'te nispeten daha az yapılmaktadır. İsveç'te yaklaşık 15 yıldır değişmeyen bir veri ise, kişi başına alınan günlük besin değeridir ve bu miktar 2919 kilo/kalori olup besinlerin çoğunluğunu ekmeke, yağ, süt, peynir ve yumurta oluşturmaktadır. İsveç'te üretilen tarım ürünlerinin % 70'lik bölümü İsveç gıda sektörü tarafından tüketilmektedir. İsveç'in Avrupa Birliği'ne üyeliğinden itibaren gıda sektöründe birtakım değişimler ortaya çıkmıştır. Avrupa Birliği üyeliği İsveç gıda sektöründeki dış yatırımların artmasına sebep olmakla beraber, İsveç'in bu sektördeki ihracatında da büyüme meydana gelmiştir. Bunların sonucunda gıda sektöründe rekabet artmıştır. Genel olarak gıda sektöründeki eğilimler kişilerin yaşam standartları ile doğrudan bağlantılı olarak değişmektedir. Yeni günlük

alışkanlıklar ve yaşam tarzları sonucunda, gıda sektöründeki tüketim kalıpları ve kişilerin yiyecek alışkanlıkları farklılık göstermeye başlamaktadır. Hem geleneksel öğün sayısının azalması hem de evde yenilen öğünlerin sayısındaki azalma, ayrıca, tek bireyden oluşan hane sayısındaki artış günümüz yiyecek sektörünü etkilemektedir. Ara öğünler ve eve giderken satın alınan “hazır ve hızlı” yemekler günümüzde birçok kişi için çalışma günlerinin yemek alışkanlığı durumuna gelmiştir. Yeni yemek alışkanlıkları, daha fazla sayıda gıda ürünü ihtiyacını yaratmakla beraber, yiyeceklerin içerik ve kökeninin de paketlerin üzerine yazılması zorunluluğunu getirmektedir. Diğer sektörlerden farklı olarak, gıda sektöründe, ismi toplum tarafından bilinen ve kabul edilmiş markalar bulunmaktadır.

2003 Yılı Gıda Sektörü Alt Dallarında Çalışanların Sayısı ve Dağılımı

Fırıncılık	14 906
Kasap ve Şarküteri	14 465
Süt Ürünleri Endüstrisi	6 933
Dondurma Sanayi	1 225
Meyva-Sebze Konserve Sanayi	5 042
Balık ve Balık Konservesi Sanayi	1 652
Bitkisel ve Hayvansal Yağ Sanayi	1 443
Değirmencilik ve Nişasta Sanayi	1 462
Şeker Sanayi	701
İçki ve Şarap Sanayi	971
Mayalı İçecek Sanayi	3 832
Maden Suyu ve Meşrubat Sanayi	874
Çokolata ve Şekerleme Sanayi	3 565
Diğer Gıda Sanayi	2 895

Kaynak: Livsmedelsföretagen Son yıllarda İsveç gıda sektöründe yükselmekte olan bir diğer trend ise, İsveç menşeli gıda şirketlerinin uluslararası pazarda büyümesi ve yabancı firmaların İsveç pazarındaki paylarını arttırmasıdır. Örneğin, İsveç süt ürünleri endüstrisinde en fazla pazar payına sahip olan Arla Foods, Danska MD Foods ile ortaklığından dolayı yabancı kaynaklı bir şirkettir. Gıda sektöründe yabancı şirketlerin İsveç pazarındaki payını arttırması durumu, İsveç'in Avrupa Birliğine üyeliğinden sonra hız

kazanmıştır. İsveç'in 1995 yılında Avrupa Birliği üyesi olmasıyla beraber, gıda sektöründe hem iç pazarda hem de ihracatta rekabete maruz kalmıştır. Avrupa Birliği üyeliği sonrasındaki süre içinde oluşan yeni pazar şartlarına uyum sağlamakta İsveç başarılı olmuş ve gıda ihracatını 1995'ten itibaren % 11 oranında arttırmıştır. İsveç gıda sektöründe hizmet vermekte olan kuruluşların sayısı 6000'in üzerinde olup, bunlar arasında hiper ve süper marketler olmakla beraber, daha küçük ölçekli dükkanlar ve benzin istasyonlarının dükkanları da bulunmaktadır. 2004 yılında, büyük ölçekli ve ucuz fiyatlı market sayısında önemli bir artış olmuştur. ICA marketleri sektörde % 35' lik bir oran ile başta gelmektedir. Bir diğer gruplaşma ise, İsveç'in değişik bölgelerinde depo merkezlerini kendi bünyesinde bulduran şirketler olmaktadır.

İsveç Gıda Sanayinde Faaliyet Göstermekte Olan Kuruluşların Dökümü (2004)

Hipermarketler (en az 2500 m2 büyüklüğünde olanlar)	97
Market ve Süpermarketler	2 545
Ucuz Marketler	339
Servis ve 24 Saat Açık Marketler	1 462
Benzin İstasyonu Marketleri	1 510

Zincir Marketlerin Ciroları (2004, milyar SEK)

ICA- Handlarna	76
Axfood	36
Kooperationen	38
Bergendahls	6
Diğer	15

1990'ların sonlarından itibaren dikkati çeken bir eğilim, servis sektörünün parçası olan birçok kuruluşun, özellikle de benzin istasyonlarının, gıda sektörüne yönelmesidir. Örneğin, Statoil benzin istasyonu marketleri, ICA marketlerine dönüştürülmüştür. Stockholm'ün merkezinde ise bazı "Shell Select"ler benzin satışını durdurup, sadece market olarak hizmet vermeye başlamıştır. Gıda sektöründeki bir diğer eğilim ise, batılı tüketicilerin rağbet ettiği

hazır gıda tüketiminin İsveç'te de artmasıdır. Bir diğer nokta ise, ICA başta olmak üzere, gıda sektöründe hizmet veren şirketlerin küçük marketleri kapatıp daha büyük marketlere yönelmesidir. Bu süreç İsveç gıda piyasasında varlığını devam ettirmektedir. Gıda sektörünü etkileyen bir diğer unsur müşteri profili olmaktadır. Özellikle büyük şehirlerde, hanelerdeki insan sayısının azalması önemli bir gelişme olarak dikkati çekmektedir. İsveç'teki hanelerin % 80'den fazlası iki bireyden meydana gelmektedir. Gıda sektörünün gelecekteki müşteri profilini ise tek başına yaşayan bireyler oluşturacaktır. Modern büyük şehir insanı, öğünlerini ev dışında yeme veya eve hazır yemek götürme alışkanlığını kazanmış durumdadır. Ancak, İsveçlilerin çoğunluğu hala öğünlerin evde birarada yenilmesinin aile üyelerinin beraber zaman geçirmesi için vazgeçilmez bir etken olduğunu da belirtmektedirler. Bir diğer durum ise, 1900'lerin ikinci yarısından itibaren, mutfakta geçirilen zamanın azalmasıdır. Bunun, hem kadın hem de erkeklerin çalışma hayatında aktif olması ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Bu demektir ki, evde yemek hazırlama aktivite olarak çalışma günlerinde acele olarak yapılırken, hafta sonları hobi olarak yerine getirilmektedir. Zaman kaygısı içinde olan modern toplumun paradoksu ise İsveç'te, televizyondaki yemek programlarına duyulan ilgiyle açıklanabilmektedir. Gıda sektöründe hizmet vermekte olan kuruluşların çalışma koşullarında ve pazarlama yöntemlerinde yeni trendlere rastlamak mümkündür. Bunlardan birincisi bilgisayar kullanımının yaygınlaşması, bir diğeri ise halkla ilişkiler ve reklam unsurlarının etkinliğinin artırılmasıdır. Ayrıca, gıda sektöründe müşterilere ilham veren unsurlar da artırılmıştır. Özel tüketim İsveç'te GSMH'nın yaklaşık yarısına denk gelmektedir. Bu özel tüketimin % 40'lık bölümünde ise perakende satış yapan marketler görev yapmaktadır. Perakende alınan mallarda gıda ürünleri % 75' lik bir paya sahiptir. Geri kalan miktar ise temizlik maddeleri, tütün ürünleri, gazeteler, çiçekler vs.'den oluşmaktadır. Öte yandan, İsveç'e ihraç edilen gıda ürünlerinde bazı şartlar aranmaktadır. Öncelikle, ithalatçı İsveç Ulusal Gıda Kurumu'na (Livsmedels Verket) kayıtlı olmak zorunluluğundadır. İsveç'te satılan tüm gıda ürünlerinin üstündeki bilgiler İsveççe olmak durumundadır. İthal edilen gıda ürünleri, kullanılmasına izin verilmeyen maddeleri içermemelidir. Alkol oranları, bira için 3,5, şarap, içki ve alkollü gazozlar için 2,25'den fazla olan ürünlerin ithal edilmesi durumunda ilgili vergi daireleri ile bağlantıya geçilmesi gerekmektedir.

(Tel: +46 240-87 000). Bu konuyla ilgili bağlantıya geçilmesi gereken diğer kuruluşlar ise İsveç Gümrük Kurumu ve Halk Sağlığı Enstitüsü olmaktadır. Sağlıklı beslenme ve diet ürünlerinin ithalatçıları ise, ithal edilen ürünün ilaç veya gıda ürünü kategorisi altında olduğunun belirlenmesi için, İsveç İlaç Kurumu (Läkemedels Verket, Tel: +46 18 17 46 00) ile bağlantıya geçmelidirler. Hazır olarak ithal edilen içeceklerin ambalaj izinleri için ise, örneğin pet şişeler, İsveç Tarım, Gıda ve Tüketici İşleri Bakanlığı ile bağlantıya geçilmelidir. Avrupa Birliği dışından ithal edilen tarım ürünleri için İsveç lisans talep etmektedir. İsveç Tarım, Gıda ve Tüketici İşleri Bakanlığı'nın lisans talep ettiği ürünler arasında meyva ve sebzeler, et ürünleri, şarap, şeker, süt ürünleri, tahıl ürünleri, pirinç bulunmaktadır (Jorbruksverket, Tel: +46 36 15 50 00). Özel kişiler ise, Avrupa Birliği harici ülkelerden İsveç'e et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri ile giriş yaptıklarında kontrolden geçmektedirler. Ayrıca, Avrupa Birliği dışındaki üçüncü ülkelerden ithal edilen hayvansal gıdaların testleri de Tarım, Gıda ve Tüketici İşleri Bakanlığı tarafından yapılmaktadır. Avrupa Birliği dışındaki ülkelere hayvansal gıda ithali durumunda yapılan bazı işlemler bulunmaktadır. İthal edilen gıda maddesinin kontrolünden İsveç Ulusal Gıda Kurumu sorumludur. Ayrıca, gümrük kontrolünden geçecek olan gıda ürünlerinin ithalinden önce başvuru yapma gerekliliği bulunmaktadır. Bunun yanında, Avrupa Birliği dışından ithal edilen gıda maddelerinin ithal edildiği ülkenin Avrupa Komisyonu tarafından onaylanmış ülke olması gerekmektedir. İlave olarak, ithal edilen hayvansal gıda ürünlerinin, Avrupa Birliği onaylı içeriklere sahip olması ve sağlık belgesi içermesi gerekmektedir. Her türlü taze et ve et ürünleri "salmonella" kontrolünden geçmektedir. Bazı gıda maddelerine özgü kontroller de bulunmaktadır. Gıda maddelerinin örnek analiz ve gümrük kontrol tutarlarını ödeme yükümlülüğü ithalatçı kişi veya firmaya ait olup, hayvansal gıda maddelerinin gümrük kontrol sabit ücreti 700 SEK ve buna ek olarak kilo başına 6 öre olmaktadır. Çalışma saatleri dışında yapılan kontroller için bu fiyat yükselmektedir. Nebati gıdaların, Avrupa Birliği dışındaki ülkelere ithal edilmesi durumunda ise Kasım 2003'de yürürlüğe giren düzenlemeler uygulanmaktadır. Buna göre, ithal edilen nebati gıdaların kontrolü İsveç Ulusal Gıda Kurumu tarafından yapılmaktadır. Bu nedenle, ithal edilecek olan gıda maddeleri ancak, gıda maddeleri için gümrük kontrollerinin yapılabildiği merkezlere gönderilebilmektedir. İthalatçı firma ya da kişi, nebati gıdaların

ithalatı için izin başvurusunda bulunmak zorunluluğunda değildir. Kontrol edilen gıda ürünleri, Avrupa Birliği dışından ithal edilen yer fıstığı, kuru incir, Brezilya fıındığı ve hakkında özel karar alınmış olan nebati gıdalardır. Örneğın, Türkiye'den ithal edilen incir, fıındık, antep fıstığı ve benzer gıdaların aflatoksin değeri için belge gerekmektedir. Testler gümrükte yapıldığı için, bu tür gıdalar sadece gümrük kontrollerinin olduğı yerlere gönderilme zorunluluğundadır. Aflatoksin maddesinin ithal edilen mallarda bulunması durumunda, örnek analiz kontrolleri genişletilmekte ve analizlerin sonuçları alınıncaya kadar ithal edilen mallar gümrükte tutulmaktadır. Aynı zamanda, gönderilecek ürünler için ithalatçı kişi veya firma ön başvuru yapmak yükümlülüğündedir. Bunun yanında, kontrolden geçmesi gereken mallar için ithalatçı kişi veya firma 500 SEK tutarında bir ödeme yapmak durumundadır. Çalışma saatleri dışında yapılan kontroller için bu fiyat yükselmektedir. Özellikle mantar ithalatında Avrupa Birliği'nin sınırlamaları ve farklı uygulamaları bulunmaktadır. Ekolojik yiyecek maddelerinin Avrupa Birliği dışındaki ülkelerden ithalatı söz konusu olduğunda ise, 1 Kasım 2002 tarihli yönergede ithal edilecek ekolojik gıda maddelerinin ne tür kontrol belgelerine sahip olması gerektiğı detaylı olarak açıklanmıştır. Mineral su, kaynak suyu ve paketlenmiş içme suyunun ithalatında, ithalatçının İsveç Gıda Kurumu'na kayıtlı olması zorunluluğı vardır. Doğal mineral suyun ithali ve pazara sunulabilmesi için, herhangi bir AB ülkesi tarafından, ürünün doğal mineral su olduğuna dair onaylanması gerekmektedir. İsveç Hükümeti tarafından, AB ülkelerinden ve üçüncü ülkelerden canlı kerevitin (Astacidae, Cambaridae ve Parastacidae türleri) ülkeye girişi 1 Ağustos 2003 tarihinden itibaren yasaklanmıştır.

RİZE'DEN İSVEÇ'E ÜRÜN İTHAL EDEBİLECEK POTANSİYEL FİRMALAR

- 1- FİRMA İSMİ : 3NP
YETKİLİ KİŞİ : MR.CARL ERIC SVENSSON
E-MAIL : carleric@3np.se
TELEFON : 042 386032
İLGİ ALANI : YAŞ SEBZE MEYVE,ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ

- 2- FİRMA İSMİ : AXFOOD
YETKİLİ KİŞİ : MR.STEINAR HALVORSEN
E-MAIL : steinar.halvorsen@axfood.se
TELEFON : 08 553 99 00
İLGİ ALANI : ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ

- 3- FİRMA İSMİ : B&S FOODS AB
YETKİLİ KİŞİ : MS.ANNE GRETE NILSSON
E-MAIL : annegrete.nilsson@bsfoods.se
TELEFON : 08 506 109 00
İLGİ ALANI : ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ

- 4- FİRMA İSMİ : CHARABANG HB
E-MAIL : info@charabang.se
TELEFON : 08 20 49 32
İLGİ ALANI : ÇAY

- 5- FİRMA İSMİ : COOP
YETKİLİ KİŞİ : MR.MIKAEL ROBERTSSON
E-MAIL : mikael.robertsson@coop.se
TELEFON : 08 743 10 00
İLGİ ALANI : TEKSTİL VE GIDA ÜRÜNLERİ

- 6- FİRMA İSMİ : DAY FRESH SCANDINAVIA AB
YETKİLİ KİŞİ : MR.JOHN OADES
E-MAIL : john@dayfresh.se
TELEFON : 042 24 11 80
İLGİ ALANI : YAŞ SEBZE MEYVE,ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ
- 7- FİRMA İSMİ : EKOLODAN
YETKİLİ KİŞİ : MR.TOBIAS ZEIHNER
E-MAIL : info@ekolodan.se
TELEFON : 08 554 810 80
İLGİ ALANI : YAŞ SEBZE MEYVE,ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ
- 8- FİRMA İSMİ : ENGELHARDT
YETKİLİ KİŞİ : MR.STAFFAN OLSSON
E-MAIL : staffan.olsson@engelhardt.se
TELEFON : 031 709 17 35
İLGİ ALANI : TEKSTİL,ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ
- 9- FİRMA İSMİ : EVERFRESH GROUP
YETKİLİ KİŞİ : MR.ALEX NEVES
E-MAIL : alex.n@everfresh.se
TELEFON : 042 450 23 00
İLGİ ALANI : YAŞ SEBZE MEYVE
- 10-FİRMA İSMİ : HAUGEN GRUPPEN
YETKİLİ KİŞİ : MR.DICK HOLMDAHL
E-MAIL : dick.holmhdal@haugen-gruppen.se
TELEFON : 011 36 29 00
İLGİ ALANI : TEKSTİL,ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ

11-FİRMA İSMİ : ICA GROUP

YETKİLİ KİŞİ : MS.PETRA AXDORF

E-MAIL : petra.axdorf@ica.se

TELEFON : 08 561 500 00

İLGİ ALANI : YAŞ SEBZE VE MEYVE,ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ

12-FİRMA İSMİ : KRAFT FOODS SVERIGE AB

YETKİLİ KİŞİ : MS.MARIANNA ROSHDAL

E-MAIL : mroshdal@krafteurope.com

TELEFON : 08 627 1000

İLGİ ALANI : GIDA ÜRÜNLERİ,ÇAY VE KAHVE

13-FİRMA İSMİ : LYCKEBY CULINAR AB

YETKİLİ KİŞİ : MR.PATRIK WENDEL

E-MAIL : patrick.wendel@culinar.se

TELEFON : 044 585 08

İLGİ ALANI : ÇAY VE GIDA ÜRÜNLERİ

14-FİRMA İSMİ : MAGNIHILL

YETKİLİ KİŞİ : MS.WIVECA ALMGREN

E-MAIL : wiveca@magnihill.se

TELEFON : 042 40 00 230

İLGİ ALANI : GIDA ÜRÜNLERİ VE ÇAY

15-FİRMA İSMİ : NORDENSTEDT FRUKT

YETKİLİ KİŞİ : MR.ROLF NORDENSTEDT

E-MAIL : rolf.nordenstedt@mtscand.com

TELEFON : 0708 13 49 32

İLGİ ALANI : YAŞ SEBZE VE MEYVE

16-FİRMA İSMİ : NORDMARKETING

YETKİLİ KİŞİ : MR.LARS NORDENENKAR

E-MAIL : lars.n@nordmarketing.se

TELEFON : 036 13 87 60

İLGİ ALANI : GIDA ÜRÜNLERİ VE ÇAY

17-FİRMA İSMİ : NORFOODS

YETKİLİ KİŞİ : MS.PERCY ANDERSSON

E-MAIL : percy.andersson@norfoods.se

TELEFON : 0708 10 89 68

İLGİ ALANI : GIDA ÜRÜNLERİ VE ÇAY

18-FİRMA İSMİ : SABA FRUKT&GRONT

YETKİLİ KİŞİ : MR.PETER HOVART

E-MAIL : frukt&gront@saba.se

TELEFON : 042 24 95 00

İLGİ ALANI : GIDA ÜRÜNLERİ VE ÇAY

19-FİRMA İSMİ : SACKEUS

YETKİLİ KİŞİ : MR.JENS SACKEUS

E-MAIL : jens@sackeus.se

İLGİ ALANI : GIDA ÜRÜNLERİ VE ÇAY

20-FİRMA İSMİ : TOPP LIVSMEDELS PRODUKTER AB

YETKİLİ KİŞİ : MS.PERNILLA TORKILSSON

E-MAIL : pernilla.torkilsson@toppibralanda.se

TELEFON : 0521 277 000

İLGİ ALANI : TEKSTİL ÜRÜNLERİ,GIDA ÜRÜNLERİ VE ÇAY

21-FİRMA İSMİ : TORE SMITHOSON

YETKİLİ KİŞİ : MR.TORE SMITH

E-MAIL : tore.smith@toresmithoson.se

TELEFON : 040 47 57 80

İLGİ ALANI : TEKSTİL ÜRÜNLERİ,GIDA ÜRÜNLERİ VE ÇAY

KAYNAKÇA:

- "A History of Sweden", Swedish Institute, 2001
- "Annual Report 2007", Sveriges Riksbank
- "Business and Investment Opportunities Report 2007/08", Invest In Sweden Agency
- "Economic Survey of Sweden" 2008, OECD (www.oecd.org)
- "European Communities/Trade Policy Review", WTO, WT/TPR/S177, 22 January 2007
- "European Union, 2008 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers", Office of the United States Trade Representative (www.ustr.gov)
- "Exporting to Scandinavia, A Guide for Exporters from Developing Countries", The Swedish Chambers of Commerce
- Statistics Sweden (www.scb.se)
- "Sweden, Background Note", January 2007, US Department of State (www.state.gov)
- "Sweden, Country Profile", 2008, Economist Intelligence Unit
- "Sweden, Country Profile", WTO, April 2008, (www.wto.org)
- "Sweden, Country Report", 2008, Economist Intelligence Unit
- "Sweden", Lonely Planet Publications, 2nd Edition, April 2003
- "Swedish Health Care", The Official Gateway to Sweden, (www.sweden.se)
- "Swedish Industry", Swedish Institute, June 2006
- "Swedish Labor Market Policy", The Official Gateway to Sweden, (www.sweden.se)
- Swedish Trade Council, www.swedishtrade.se
- "The Swedish Economy", June 2008, Konjunkturinstitutet (www.konj.se)
- "The Swedish Economy", The Official Gateway to Sweden, (www.sweden.se)
- "The Swedish Education", The Official Gateway to Sweden, (www.sweden.se)
- "Turkey", Country Profile, WTO, April 2008, (www.wto.org)
- "Update of Sweden's Convergence Program", December 2006, Ministry of Finance (www.sweden.gov.se)