

THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN

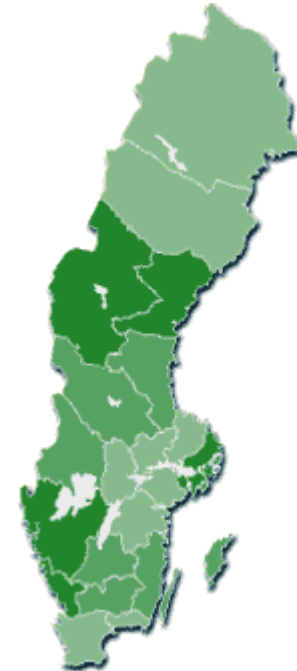


Ola Ericson/Image Bank Sweden

Thương vụ, Đại Sứ quán Việt Nam tại Vương quốc Thụy Điển

TỔNG QUAN VỀ ĐẤT NƯỚC THỤY ĐIỂN

- Diện tích: 450,000 km² - đất nước có diện tích lớn thứ 55 trên thế giới và thứ 3 ở Châu Âu.
 - Rừng : 53%
 - Núi : 11%
 - Đất canh tác : 8%
 - Sông và hồ : 9%
 - Bắc – Nam dài nhất : 1,574 km
 - Đông – Tây dài nhất : 499 km
- Chia làm 21 vùng và 290 tỉnh/quận.
(trong đó 13 Thống đốc nữ/21 Thống đốc)
- Dân số: 9,47 triệu dân (9/2011, xếp hạng thứ 91 về dân số trên thế giới)



- Thủ đô : Stockholm
- Hai thành phố chính: Gothenburg, Malmö
- Thành viên EU từ năm 1995.
- Đồng tiền: Cua-rôn Thụy Điển (SEK).
Ký hiệu đồng tiền là :-
- Thời tiết tùy theo vùng :
 - Từ -0.2°C đến -16.0°C vào tháng 1
 - Từ $+16.8^{\circ}\text{C}$ đến $+12.8^{\circ}\text{C}$ vào tháng 7
- Múi giờ: GMT+1
- Mã quốc gia: 46
- Miền internet : .se



Malmö seaside – Justin Brown/Image BankS weden



Ice Hotel – Peter Grant/Image Bank Sweden



KINH TẾ THỤY ĐIỂN

- GDP: 466,3 tỷ USD (tăng trưởng 5,6%) bình quân đầu người : 48.938 USD (năm 2010).
- Là một nền kinh tế mở, quy mô nhỏ, phụ thuộc vào ngoại thương.
- Doanh nghiệp sở hữu tư nhân đóng góp 90% tổng sản lượng công nghiệp quốc gia.



Helena Wahlman – Christmas shopping/ImageBankSweden

- Số lượng doanh nghiệp tư nhân : khoảng 900.000, xấp xỉ 10% dân số.

- Năng suất người Thụy Điển:

- Dân số : 0,135%
dân số thế giới
 - Xuất khẩu: 1,05% tổng XK
thế giới – 7,7 lần DS
 - Nhập khẩu : 0,94% tổng NK
thế giới – 6,96 lần DS
- Tương đương 7 lần.



Jan Simonsson – Glassblowing at Kota Boda/ImageBankSweden

- Quy mô doanh nghiệp : nhỏ và dẹt



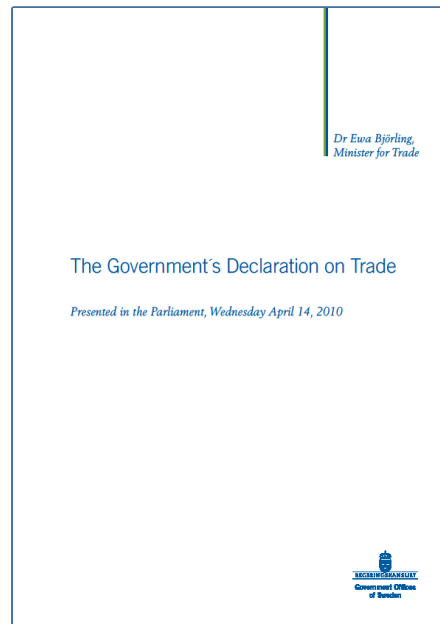
QUY MÔ DOANH NGHIỆP THỤY ĐIỂN

Phân loại	Số LĐ	Tỷ lệ	Số DN
Tự làm chủ	0	74,0%	676.302
DN cực nhỏ	1 – 9	22,2%	203.107
DN nhỏ	10 – 49	3,2%	29.202
DN vừa	50 – 249	0,5%	4.497
DN lớn	> 250	0,1%	935
Tổng cộng	0 ->250	100%	914.043

Nguồn : Thống kê Thụy Điển, 25/11/2010



- Chính sách kinh tế
 - Tài chính công vững mạnh
 - Ngân hàng tập trung giữ lạm phát ở mức thấp (2%) và ổn định giá cả.
- Chính sách thương mại : Tự do hóa thương mại



Một số nét khác:

- Hơn một nửa hàng hóa sản xuất tại Thụy Điển được dùng để xuất khẩu.
- Là một nước có một lực lượng lớn trong khu vực công hoạt động trong hệ thống chăm sóc sức khỏe, giáo dục và chăm sóc trẻ em.
- Đặc điểm nổi bật của Thụy Điển là đánh thuế thu nhập rất cao, ngay cả đối với những thu nhập thấp.



Lena Granefelt/ImageBankSweden



MÔ HÌNH THỤY ĐIỂN

- Lĩnh vực công nghiệp thuộc sở hữu đại đa số tư nhân, trừ một số độc quyền của nhà nước.
- Khu vực công rộng lớn được tài trợ bằng thuế
- Phong trào hội đoàn thương mại lớn
- Nhà nước đóng vai trò tích cực trong các chính sách thị trường lao động
- Tham vọng đạt được sự phân bổ vững chắc của thu nhập và sự giàu có.



NGOẠI THƯƠNG

Mặt hàng xuất khẩu chính :

- Thiết bị điện và viễn thông, máy móc, xe hơi, giấy, sản phẩm được, sắt và thép.



Mặt hàng nhập khẩu chính :

- Thiết bị điện và viễn thông, máy móc, thực phẩm, dầu thô, sản phẩm dệt may, giày dép, xe hơi.



MỘT SỐ SẢN PHẨM TÊN TUỔI

- Thiết bị điện, chuyên dụng: **ABB, Atlas Copco**
- Thiết bị viễn thông : **Ericsson, Sony Ericsson**
- Xe hơi, xe tải: **Volvo, SAAB, Scania**
- Thiết bị phương tiện vận tải: **Autoliv, Kockums, Thule, Volvo**
- Công nghệ hàng không, quốc phòng: **Saab**



- Giấy và bột giấy: **SCA, Billerud, Holmen, Rottneros, Norske Skog, Domsjö, Södra Cell, Munksjö Paper, Iggesund, Nordic Paper.**
- Bao bì : **SCA, TemPac, Elopak, Tetra Pak, Rimpac, Medipac.**
- Khoáng sản và kim loại: **LKAB, Boliden, Lundin, SSAB, Sandvik, SAPA, Endomines, Botnia.**



c/o Life



BILLERUD



Norske Skog

HOLMEN

IGGESUND
HOLMEN GROUP



BOTNIA Fibres of success



BOLIDEN

lundin mining

sapa:



SSAB

Endomines

ORDICPAPE

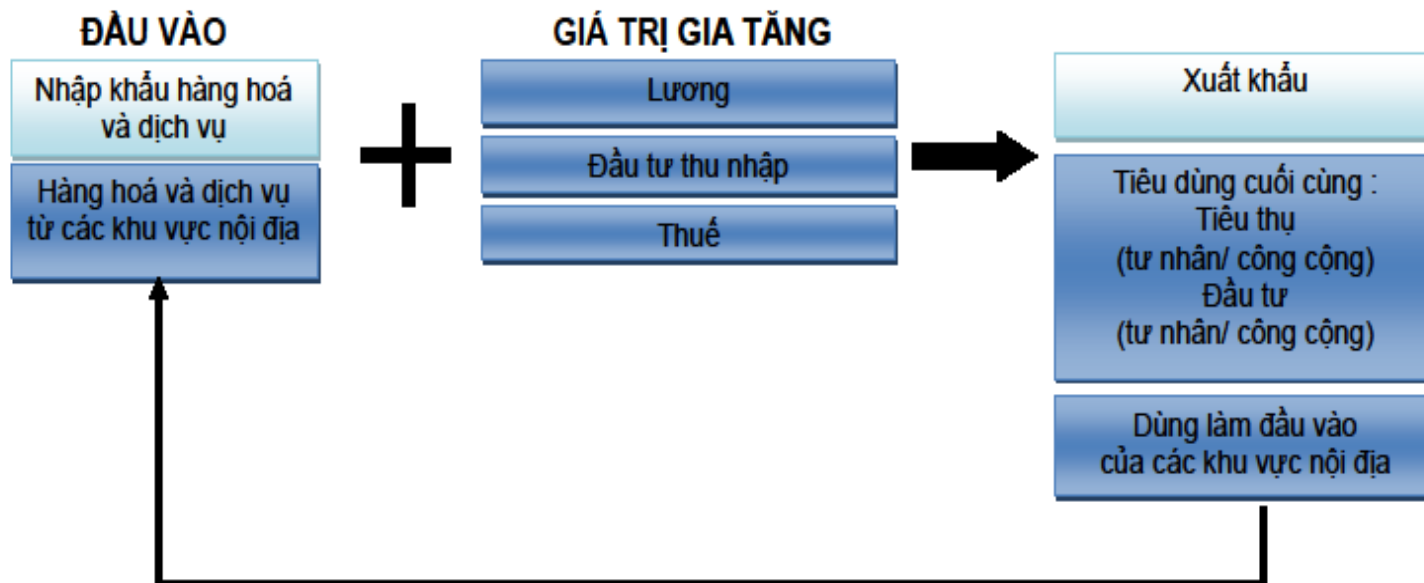
- Dược : **AstraZeneca**
- Sản phẩm khác : **Trelleborg, Electrolux, SKF, Assa Abloy, Husqvarna, , Alfa Laval**
- Gốm sứ : **Gustavberg**
- Thủy tinh: **Orrefors, Kosta Boda**
- Thực phẩm (bao gồm đồ uống): **Scan, Pågen, Arvid Nordquist.**



DÂY CHUYỀN SẢN XUẤT HÀNG HOÁ VÀ DỊCH VỤ

ĐẦU VÀO

ĐẦU RA



Nguồn : National Trade of Board

TỔNG QUÁT THỊ TRƯỜNG

- Tự do cạnh tranh là một nguyên tắc cơ bản trong hoạt động thương mại và công nghiệp Thụy Điển. Các lực tác động của thị trường quyết định mức giá cả, trừ một vài ngoại lệ.
- Thụy Điển luôn được đánh giá là một thị trường khó khăn và đòi hỏi cao : sản phẩm có chất lượng cao, mẫu mã đẹp, bao bì tốt, giá cả phải chăng, và trên hết là việc giao hàng đúng hẹn.
- Theo tiêu chuẩn quốc tế thì Thụy Điển là một quốc gia giàu có, điều này có thể khiến cho các nhà cung cấp nghĩ rằng thị trường Thụy Điển sẵn sàng chấp nhận những loại hàng hóa đặc biệt thuộc vào hàng 'xa xỉ'. Người tiêu dùng Thụy Điển rất quan tâm đến yếu tố giá cả và họ nhận thức rõ về số tiền có thể trả đối với từng loại hàng hóa và dịch vụ khác nhau.
- Nhiều loại sản phẩm xa xỉ bán chạy tại các nước có sức mua thấp hơn so với Thụy Điển lại có thể gặp thất bại trên thị trường này. Ngược lại cũng không có chỗ đứng cho các sản phẩm có giá trị quá thấp và chất lượng kém.



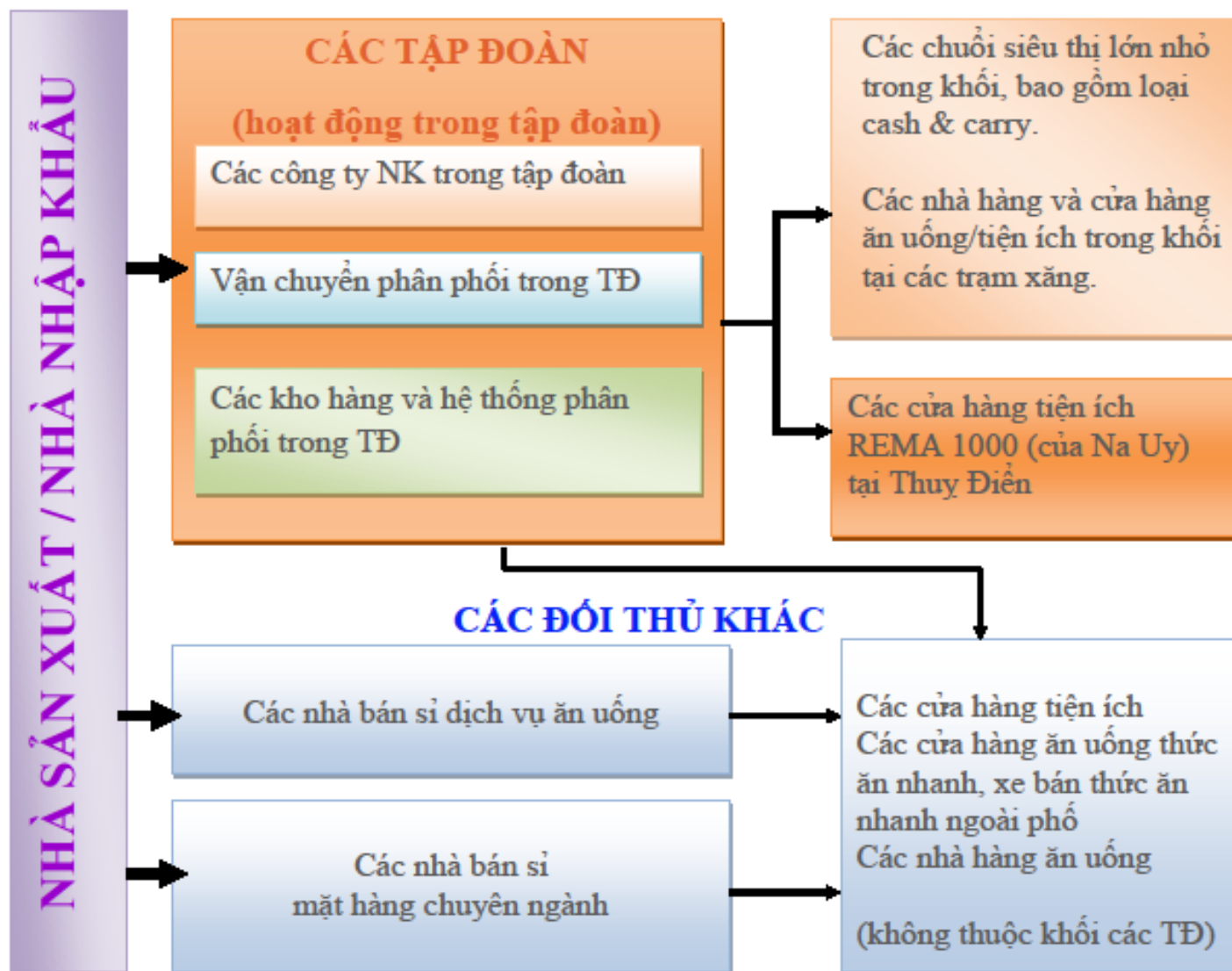
CƠ CẤU THỊ TRƯỜNG

- Các nhà bán sỉ và phân phối hình thành một tầng lớp trung gian giữa nhà sản xuất và người tiêu thụ.
- Chức năng các nhà bán sỉ bao gồm việc : thu thập các loại sản phẩm phù hợp, nhập khẩu, tồn trữ và phân phối, tiếp thị cho phép mua chịu và các hình thức hợp tác khác.



BIỂU ĐỒ LƯU THÔNG HÀNG TIÊU DÙNG TIỆN DỤNG

CÁC TẬP ĐOÀN BÁN SỈ VÀ LỄ THỐNG LĨNH THỊ TRƯỜNG



NHẬP KHẨU & PHÂN PHỐI HÀNG SỈ

- **Công ty bán sỉ độc lập** : là những công ty độc lập về tài chính, có quyền sở hữu đối với hàng hóa và có khả năng thực hiện hầu hết các hoạt động bán sỉ.
- **Công ty vừa bán sỉ và lẻ** : Là những công ty/ tập đoàn có các hệ thống kho trung tâm và kênh phân phối đến hệ thống các cửa hàng bán lẻ. Như bốn tập đoàn thống lĩnh thị trường hàng tiêu dùng tiện dụng ICA, Axfood, KF (Coop), Bergendahls,
- **Các nhà sản xuất** : hoạt động bán sỉ của các nhà sản xuất có thể diễn ra tập trung tại nơi sản xuất, hoặc tại các văn phòng độc lập, hoặc tại các kho hàng. Chi nhánh các công ty nước ngoài cũng thuộc loại này.
- **Đại lý** là những nhà buôn đàm phán thương vụ mà không có quyền sở hữu hàng hóa và không có bất kỳ tiếp xúc vật chất nào với các hàng hóa này.



MỐI LIÊN HỆ GIỮA NHÀ SẢN XUẤT & NHÀ BÁN SỈ VÀ LẺ

- Thế mạnh của nhà bán sỉ và lẻ : sự tập trung vào kinh doanh bán lẻ vào những thị trường riêng biệt của nhóm bán sỉ này đã củng cố ưu thế của mình đối với các nhà sản xuất.
- Các nhà sản xuất khi muốn tung một sản phẩm mới ra thị trường phải thông qua một trong số ít nhà bán sỉ chi phối thị trường đó.
- Nếu không có công ty bán sỉ và lẻ nào muốn phân phối sản phẩm đó thì triển vọng bán được hàng và lời được nhiều của nhà sản xuất đó sẽ bị giảm đi.



THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG THỤY ĐIỂN

- * **Một nhà xuất khẩu tiềm năng phải xem xét hai vấn đề có liên quan mật thiết với nhau :**
 - Làm thế nào để thâm nhập thị trường
 - Làm thế nào để trụ được trên thị trường
- * **Cần lựa chọn chiến lược trước khi vào thị trường. Có nhiều cách để lựa chọn, nhưng mỗi cách đều kèm theo một hệ quả riêng của nó.**
 - Mở chi nhánh : giải pháp này thường bị loại trừ vì là một giải pháp tốn kém.
 - Bán hàng thông qua một hay nhiều nhà nhập khẩu
 - Bán hàng thông qua một đại lý



LỰA CHỌN CÁC KÊNH NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI

- **Nhà nhập khẩu** : là một cá nhân hay một công ty đứng ra mua nhập hàng, tích trữ và phân phối sản phẩm.
- **Một đại lý** được luật pháp Thụy Điển định nghĩa như là một cá nhân hoặc một công ty nhận hoa hồng của chủ hàng để bán hàng bằng cách vận động khách hàng đặt mua hàng của chủ hàng. Đại lý không phải là nhân viên của chủ hàng mà hoạt động như một nhà kinh doanh độc lập'.



BÁN HÀNG CHO NHIỀU NHÀ NHẬP KHẨU

- Các nhà nhập khẩu không bị ràng buộc bởi sự trung thành đặc biệt nào đối với nhà cung cấp
- Các nhà nhập khẩu có thể quay sang mua hàng của một nhà cung cấp khác nếu được hưởng nhiều điều kiện ưu đãi hơn
- Bất lợi này đối với nhà cung cấp được bù lại bằng khối lượng hàng bán có thể lớn hơn nếu bán cho nhiều nhà nhập khẩu.



BÁN HÀNG CHO MỘT NHÀ NHẬP KHẨU ĐỘC LẬP LÀ ĐẦU MỐI TRONG MỘT TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI HỢP NHẤT THEO HÀNG DẠY

- Số lượng bán sẽ bị hạn chế trong khuôn khổ thị phần của nhà nhập khẩu này
- Không chắc chắn về triển vọng khách hàng đặt mua liên tiếp
- Công tác tiếp thị nằm ngoài tầm kiểm soát của nhà xuất khẩu



BÁN HÀNG CHO MỘT NHÀ NHẬP KHẨU – PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN

- Sản phẩm được đưa vào một thị trường rộng lớn hơn giải pháp trên liền kề, tùy thuộc vào khả năng tiếp thị của các nhà nhập khẩu.
- Đại diện độc quyền thường trung thành hơn với nhà cung cấp của mình
- Quan tâm đầy tư vào các hoạt động tiếp thị hơn là một trong nhiều nhà nhập khẩu cùng nhập một sản phẩm



BÁN HÀNG THÔNG QUA ĐẠI LÝ

- Đa số các xí nghiệp nhỏ và vừa lần đầu tiên thâm nhập một thị trường.
- Đối với nhà xuất khẩu hoặc nhà thương mại chưa hiểu biết về một thị trường.
- Thù lao được tính trên cơ sở hoa hồng, và kết quả bán hàng. Điều này thúc đẩy người đại lý phấn đấu tích cực trong các hoạt động đại lý của mình.
- Hợp đồng đại lý có thể được nhà xuất khẩu chấm dứt bất cứ lúc nào người này muốn.
- Điểm bất lợi, người đại lý thường đòi hỏi :
 - sự độc quyền trên một vùng lãnh thổ nhất định,
 - và cũng có thể cùng một lúc là đại diện bán hàng cho nhiều nhà sản xuất/ nhà cung cấp,
 - không nỗ lực hết mình cho nhà xuất khẩu.



TỪ GIÁ XUẤT XƯỞNG ĐẾN GIÁ BÁN LẺ

- Thông thường giá xuất khẩu chỉ bằng $\frac{1}{4}$ giá bán lẻ, đối với hàng hóa có nhãn hiệu nổi tiếng, giá bán lẻ sẽ cao từ gấp 5 lần trở lên.
- Dưới đây là một ví dụ để tham khảo về cơ cấu giá bán lẻ đối với mặt hàng giày nhập khẩu – giá thành và lợi nhuận.



Chi tiết	Giá	Lợi nhuận
Giá xuất xưởng	100	
Cước, bảo hiểm, thuế, phí	20	20% (thuế NK 5 – 17%)
Giá nhập khẩu tại cảng	120	
Nhà NK/ nhà bán sỉ cộng thêm từ 25 – 30%	36	Tương đương lợi nhuận khoảng 20 – 23%
Giá đến tay người bán lẻ	156	
Nhà bán lẻ cộng thêm vào khoảng 90 – 120%	156	Tương đương lợi nhuận 50%
Giá đến tay người tiêu thụ chưa có thuế VAT	312	
Thuế VAT 25%	78	Tương đương 20% giá bán lẻ
Giá bán lẻ cho người tiêu dùng bao gồm thuế VAT	390	



LÀM VIỆC VỚI DOANH NGHIỆP THỤY ĐIỂN

- Trung thực trong mọi vấn đề
- Chung thủy với khách hàng uy tín
- Chặt chẽ về giờ giấc, thông báo ngay nếu không đúng giờ hẹn
- Mọi thỏa thuận đều phải lập văn bản
- Trọng chữ tín
- Đừng hứa quá nhiều so với khả năng và thời hạn giao hàng
- Coi trọng nguyên tắc hơn là quan hệ
- Không nhận quà có giá trị lớn
- Đi thẳng vào vấn đề, trực diện
- Nam nữ bình quyền, và không phân biệt tuổi tác



- Rất điềm đạm, không nói chuyện hay tranh cãi lớn tiếng, thích ôn hòa và tránh xung đột
- Giao tiếp rộng rãi bằng tiếng Anh hơn một số nước châu Âu khác
- Không dùng từ Ông, Bà, Cô, Anh/chị trong xưng hô, gọi thẳng tên
- Tránh làm việc vào mùa hè, đặc biệt là tháng 7.
- Chuẩn bị trước đơn chào hàng hay bảng báo giá cho các cuộc hẹn
- Không linh hoạt trong việc thương lượng giá cả, do họ nghĩ rằng giá khởi đầu là giá tốt
- Chủ động dự thảo hợp đồng, nêu đầy đủ, rõ ràng, chặt chẽ nghĩa vụ của mỗi bên: tên đối tác hai bên, mặt hàng (đang bàn thảo), số lượng, mô tả chất lượng, quy cách phẩm chất, đơn giá, thời hạn và điều kiện giao hàng, thời hạn và điều kiện thanh toán, giải quyết tranh chấp, v.v...



THAM GIA HỘI CHỢ, TRIỂN LÃM

Mỗi năm Thụy Điển có khoảng 100 hội chợ lớn nhỏ, trong đó khoảng 20 hội chợ quốc tế. Những hội chợ quốc tế chuyên ngành:

- Thủ công mỹ nghệ: Formex, tháng 1 và 8
- Đèn, âm thanh và truyền thông : tháng 2, 5
- Đồ gỗ: Stockholm Furniture, tháng 2
- Đồ cổ, đồ cũ thế kỷ 20: Antikmässa, t. 2
- Hàng thêu : tháng 2 và 11
- Du lịch : TUR, tháng 3
- Công nghệ thông tin : IT mässor, t. 3
- Giấy và bột giấy : SPCI, tháng 5
- Công nghiệp bao bì và đóng gói : Pack & Emballage, tháng 10
- Công nghiệp điện tử : tháng 10
- Nông nghiệp : Elmia, tháng 10
- Thuyền : Boat show, tháng 11



TIÊU CHUẨN KỸ THUẬT

- Tuân theo các quy định của EU
- Hàng thực phẩm: thể loại và hàm lượng chất phụ gia thực phẩm, dư lượng hóa chất
- Hàng công nghiệp: tiêu chuẩn an toàn
- Nhãn CE và các yêu cầu kỹ thuật cho từng mặt hàng cụ thể
- Nhãn mác hàng hóa



CÁC ĐỊA CHỈ HỮU ÍCH

Xúc tiến nhập khẩu

- Liên đoàn Thương mại Thụy Điển
(Swedish Trade Federation – Svensk Handel) :
www.svenskhandel.se



Là tổ chức trung ương trong lĩnh vực **nhập khẩu, bán sỉ và bán lẻ** của thị trường Thụy Điển. Gồm 13.000 thành viên.

Kinh doanh lẻ gồm các lĩnh vực : tạp hóa, quần áo, đồng hồ, sách, hoa, đồ điện tử, thuốc lá, đồ thể thao, đồ nội thất, và nhiều thứ khác.

Kinh doanh sỉ gồm : vật liệu xây dựng, máy móc, phụ tùng xe hơi, và nhiều thứ khác.



- Liên đoàn Doanh nghiệp Thụy Điển (Confederation of Swedish Enterprise) : www.svensktnaringsliv.se

Là tổ chức lớn nhất và có ảnh hưởng về kinh doanh mạnh nhất, tổ chức đại diện cho 50 thành viên là các tổ chức/hiệp hội và 60.000 thành viên là doanh nghiệp với trên 1,6 triệu lao động Svensk Handel là tổ chức thành viên lớn nhất của Liên đoàn Doanh nghiệp Thụy Điển.

- Phòng Thương mại Thụy Điển (Swedish Chambers of Commerce) : www.cci.se

- Cổng thông tin Thương mại Thụy Điển (Open Trade Gate) : www.opentradegate.se



Xúc tiến và hỗ trợ xuất khẩu

- Hội đồng Thương mại Thụy Điển
(Swedish Trade Council – Exportrådet) :
www.swedishtrade.se
- Ban bảo lãnh tín dụng xuất khẩu (Swedish Export Credit
Guarantee Board) : www.ekn.se



Hỗ trợ doanh nghiệp – xúc tiến đầu tư

- Đầu tư vào Thụy Điển (Invest in Sweden)
www.investsweden.se



Cổng thông tin thành lập và phát triển doanh nghiệp

- Verksamhet : www.verksamhet.se



Các công ty tài chính hỗ trợ cho doanh nghiệp Thụy Điển và/hoặc tìm đối tác xuất khẩu :

- Almi : www.almi.se
- Vinnova : www.vinnova.se
- Swedfund : www.swedfund.se



Các quỹ hỗ trợ phát triển khác :

- Nordic Development Fund (của Bắc Âu): www.ndf.fi
- Sida :
 - Innovations against poverty :
<http://www.sida.se/English/Partners/Private-sector/Innovations-against-poverty/>
 - Một số chương trình khác : www.sida.se



Thông tin khác

- Hội chợ Thương mại Thụy Điển : www.fairlink.se
- Cổng thông tin chính thức của Thụy Điển : www.sweden.se
- Thông tin pháp lý doanh nghiệp : www.bolagsverket.se
- Thuế suất nhập khẩu (chung với EU) :
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:284:0001:0887:EN:PDF>
- Chính sách thương mại : www.kommers.se

Các hiệp hội thương mại

- Hiệp hội
các Đại lý Thụy Điển : www.agenturforetagen.se
- Hiệp hội những nhà bán lẻ Thực phẩm :
www.svenskdagligvaruhandel.se
- Liên đoàn các nhà bán sỉ Điện : www.seg.se



Các hiệp hội thương mại

- Hiệp hội những nhà cung cấp hàng gốm sứ và thủy tinh : www.glasochporslin.se
- Liên đoàn các thương nhân VLXD và đồ ngũ kim: www.byggjarnhandlarna.se

Các hiệp hội ngành hàng

- Hiệp hội các giới chủ : www.almega.se
- Hiệp hội các nhà SX Thép : www.jernkontoret.se
- Hiệp hội ngành vận tải: www.transportgruppen.se
- Hiệp hội các ngành kỹ thuật công nghiệp : www.teknikforetagen.se



- Hiệp hội các nhà quản lý tư vấn : www.samc.se
- Hiệp hội ngành CN dược phẩm : www.lif.se
- Hiệp hội các doanh nghiệp thực phẩm : www.li.se
- Liên đoàn xây dựng : www.bygg.org
- Hiệp hội Hóa Mỹ phẩm : www.ktf.se
- Liên đoàn CN rừng : www.skogsindustrierna.se
- Cơ quan Thực phẩm Quốc gia : www.slv.se



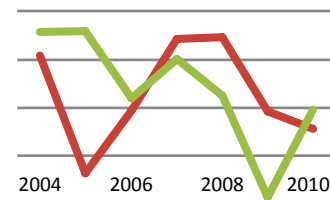
- Liên đoàn các DN đồ họa : www.grafiska.se
- LD hóa chất, nhựa : www.plastkemiforetagen.se
- Hiệp hội nhà hàng và khách sạn : www.shr.se
- Hiệp hội giới chủ các ngành công nghiệp và hóa chất :
www.industriochkemigruppen.se
- Hiệp hội ngành công nghiệp dệt may : www.teko.se
- Hiệp hội kinh doanh
trực tuyến : www.distanshandel.se



QUAN HỆ KINH TẾ VIỆT NAM – THỤY ĐIỂN

- Thương mại hai chiều đạt 495 triệu USD (2010)

- Việt Nam xuất khẩu: **259 triệu USD**
- Việt Nam nhập khẩu: **235 triệu USD**



Màu đỏ : NK, màu xanh : XK

- Thụy Điển có 26 dự án đầu tư vào Việt Nam với tổng số vốn là **57 triệu USD**.
- Các dự án của Thụy Điển tập trung vào ngành công nghệ chế tạo, công nghiệp nhẹ, dịch vụ. Và vào các địa phương : **Hà Nội, Long An, Bình Dương, Vĩnh Phúc, Thành phố Hồ Chí Minh và Hưng Yên**.



NHẬP KHẨU TỪ VIỆT NAM

(Đơn vị : triệu USD)

○ Giày dép	: 49
○ Dệt may	: 49
○ Đồ gỗ	: 39
○ Thủy sản	: 16
○ Thủ công mỹ nghệ	: 15
○ Máy tính và linh kiện	: 10
○ Cà-phê	: 3
○ Rau quả	: 1



Trích từ Kommerskollegium

XUẤT KHẨU SANG VIỆT NAM

(Đơn vị : triệu USD)

- Máy móc thiết bị viễn thông : 109
- Máy móc thiết bị khác : 55
- Sản phẩm dược : 13
- Phương tiện vận tải : 7
- Sắt thép : 3
- Hóa chất : 2

Nguồn : Thống kê Thủy Điện



HOẠT ĐỘNG XTMM CỦA THƯƠNG VỤ

- Hỗ trợ doanh nghiệp tham gia các hội chợ
- Hỗ trợ các đoàn khảo sát thị trường: ngành, địa phương, doanh nghiệp đơn lẻ
- Cung cấp thông tin, tìm đối tác cho doanh nghiệp hai bên
- Thực hiện các cuộc hội thảo, bàn tròn giới thiệu về Việt Nam
- Tổ chức và tham gia các sự kiện quảng bá và giới thiệu hàng hoá Việt Nam
- Phát hành sổ tay ‘Kinh doanh tại Việt Nam’



XIN CẢM ƠN!

Thời gian Bạn đã xem những điều Bạn đã biết.

Chúng tôi rất vui lòng cung cấp thêm thông tin, nếu Bạn cần.
Xin liên hệ :

Thương vụ, Đại sứ quán Việt Nam tại Thụy Điển
Upplandsgatan 38, 113 28 Stockholm

ĐT: +46 8 322 666

Tham tán Lê Thị Thu Nguyệt

Email: se@moit.gov.vn



Ghi chú : Nguồn hình minh họa trong bài này được tải về từ Image Bank Sweden và các cơ quan liên quan trong bài. Nếu Bạn muốn sử dụng các ảnh này, các bạn tự tải về từ các nguồn trên.

