

HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG

THỤY SỸ

Người liên hệ: **Nguyen Anh Phuoc**
Tel: **04.3542022 ext 204**
Email: **phuocna@vcci.com.vn**

10.2018



HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG THỤY SỸ

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU CHUNG.....	1
1. Các thông tin cơ bản.....	1
2. Lịch sử.....	2
3. Đường lối đối ngoại.....	2
4. Văn hoá xã hội.....	3
5. Du lịch.....	3
6. Con người.....	4
7. Văn hóa kinh doanh.....	4
II. TÌNH HÌNH KINH TẾ.....	5
1. Tổng quan.....	5
2. Các ngành kinh tế mũi nhọn.....	6
3. Các chỉ số kinh tế.....	6
III. QUAN HỆ NGOẠI GIAO – CHÍNH TRỊ VỚI VIỆT NAM.....	7
1. Các chuyến thăm cao cấp gần đây.....	7
IV. QUAN HỆ KINH TẾ VỚI VIỆT NAM.....	8
1. Hợp tác thương mại.....	8
2. Hợp tác đầu tư.....	8
V. HỢP TÁC VỚI VCCI.....	9
1. Thỏa thuận hợp tác đã ký kết.....	9
2. Hoạt động đã triển khai.....	9
VI. THÔNG TIN HỮU ÍCH.....	9
1. Địa chỉ hữu ích.....	9
2. Các thông tin khác.....	10
PHỤ LỤC THAM KHẢO	
Bảng 1. Xuất khẩu VN – Thụy Sĩ.....	Error! Bookmark not defined.
Bảng 2. Nhập khẩu VN – Thụy Sĩ.....	12

I. GIỚI THIỆU CHUNG



1. Các thông tin cơ bản

Tên nước	Liên bang Thụy Sĩ (The Swiss Confederation)
Thủ đô	Bern
Quốc khánh	01/08
Diện tích	41.277 km ²
Dân số	8,236,303 (ước tính đến tháng 7/2017) trong đó người Đức chiếm 65%, Pháp 18%, Italia 10%, Roman 1%, còn lại 6% dân số thuộc các dân tộc khác.
Khí hậu	Chịu ảnh hưởng của khí hậu đại dương và lục địa nên ôn hoà, mát, nhiệt độ trung bình 12oC
Ngôn ngữ	Tiếng Đức (63,7%); tiếng Pháp (20,4%); tiếng Italia (6,5%); các ngôn ngữ khác (9,4%)
Tôn giáo	Thiên chúa giáo La mã (37,3 %); Tin lành (24,9 %); Christian (5,8%), Đạo Hồi (5,1 %), Khác
Đơn vị tiền tệ	Đồng Frãng Thụy Sĩ (CHF) - Tỷ giá 1 CHF = 1.15 USD (2011)
Múi giờ	GMT + 1
Thể chế	Thụy Sĩ theo chế độ cộng hòa với mô hình nhà nước liên bang. Cấu trúc nhà nước liên bang được phân thành ba cấp như sau: chính quyền liên bang (confederation), chính quyền bang (canton) và chính quyền xã (commune). Thụy Sĩ không có Thủ tướng Chính phủ và Tổng thống là 1 trong 7 thành viên của Chính phủ được Quốc hội bầu luân phiên với nhiệm kỳ 1 năm.
Tổng thống	Doris LEUTHARD (Từ 1/1/ 2017);



Phó Tổng thống : Alain BERSET (Từ 1/1/2017)

2. Lịch sử

Thụy Sĩ là một quốc gia được hình thành khá sớm ở Châu Âu, là một trong những quốc gia theo chế độ Liên bang lâu đời nhất trên thế giới (chỉ sau Hợp chủng quốc Hoa Kỳ).

Vào thế kỷ thứ 13, con đường chạy qua Gotthard nằm ở tâm dãy núi Alps được hình thành và phát triển nhanh chóng trở thành điểm giao lưu, qua lại quan trọng về kinh tế - thương mại Bắc - Nam Châu Âu và trở thành điểm nằm trong tầm ngắm của các cường quốc Châu Âu. Tình hình đó đã đẩy các nhóm dân cư nơi đây lập ra các phường, hội rồi hình thành quốc gia Thụy Sĩ ngày nay, dưới các minh ước quân tử để bảo vệ và hỗ trợ nhau theo tính chất của một liên minh và chính thức ra đời ngày 01/8/1291. Trong thực tế, thời bấy giờ liên minh đó chưa hoàn toàn có dụng ý lập ra một nhà nước mà chủ yếu để giữ tính tự trị truyền thống nhằm bảo vệ quyền lợi cho những người nông dân tự do dưới chế độ Roman. Đó là sự thai nghén mở đầu của quá trình hình thành Liên bang Thụy Sĩ. Nguyên tắc tự trị ở Thụy Sĩ đã hình thành từ rất sớm cho tới ngày nay từ chính quyền địa phương tới chính phủ liên bang.

Sang thế kỷ 15 và đầu thế kỷ 16, các đơn vị hành chính độc lập trong liên bang (13 bang) đã trải qua một cuộc khủng hoảng nghiêm trọng do tranh chấp về phạm vi ở một số vùng, khu vực tiếp giáp nhau; Nhưng trước nguy cơ ý đồ bành trướng của một số nước có biên giới chung, Thụy Sĩ đã nhanh chóng đưa ra các cuộc tranh chấp, giành giật nội bộ đi tới chấm dứt. Trong thế kỷ 16, các cuộc cải cách về xã hội đã tạo ra những mâu thuẫn về tôn giáo, dẫn tới một cuộc xung đột trong liên bang và cuối cùng các bên tranh chấp đã đi tới một cuộc biểu quyết trên cơ sở của một sự thỏa hiệp giữa các bên.

Sau khi những người chủ trương giữ Thụy Sĩ đứng ngoài cuộc chiến tranh 30 năm trên lục địa Châu Âu trong thế kỷ 17 giành thắng lợi, giữ được chủ quyền và nền độc lập của Thụy Sĩ, Nhà nước Liên bang Thụy Sĩ đã được quốc tế công nhận tại Hội nghị hòa bình Westphalia, đặc biệt là tại Hội nghị Vienna 1815, Thụy Sĩ cam kết theo đuổi quy chế trung lập có vũ trang và đã được luật pháp quốc tế bảo đảm.

Đến đầu thế kỷ 19, với sự cổ vũ của cuộc cách mạng tư sản Pháp, giai cấp tư sản Thụy Sĩ đã ra tuyên bố thành lập nhà nước Cộng hòa (Helvetic Republic) và đi tới việc chấm dứt chế độ phong kiến với cấu trúc nhà nước phong kiến cát cứ.

Sau cuộc nội chiến cuối cùng ở Châu Âu năm 1847, nhà nước liên bang lỏng lẻo đã được thay thế bởi một nhà nước liên bang gắn kết hơn, tuy nhiên tính chất tự trị của các bang, các xã về cơ bản vẫn tiếp tục được duy trì. Nhiều nội dung cơ bản trong Hiến pháp liên bang ngày nay là những nội dung được soạn thảo từ Hiến pháp Liên bang được ban hành từ 1847.

3. Đường lối đối ngoại

Thụy Sĩ theo đuổi chính sách đối ngoại trung lập nhằm giữ độc lập và bảo vệ lợi ích dân tộc, tăng cường vị thế trên thế giới. Chính sách đối ngoại trung lập là công cụ quan trọng, xuyên suốt và là nội dung chủ yếu của nền ngoại giao Thụy Sĩ từ 1815 tới nay. Thụy Sĩ nhấn mạnh chính sách đối ngoại phải dựa trên luật pháp. Luật pháp quốc tế là công cụ để bảo vệ quyền lợi các quốc gia, đặc biệt là các quốc gia nhỏ và quan hệ quốc tế cần được tiến hành trên các quy định của luật pháp quốc tế. Do đó, việc tôn trọng pháp luật quốc tế là điểm đặc trưng và nguyên tắc trong chính sách đối ngoại của Thụy Sĩ.

Thụy Sĩ chưa bao giờ thực hiện chính sách đối ngoại trung lập theo một định chế cứng nhắc, mà sử dụng chính sách đối ngoại trung lập như một công cụ thích hợp trong từng thời kỳ để bảo vệ lợi ích quốc gia. Chính phủ Thụy Sĩ cho rằng tuy chiến tranh lạnh đã kết thúc, nhưng tình hình chính trị, an ninh thế giới vẫn căng thẳng, mất ổn định, nguy hiểm, chính sách trung lập vẫn là một công cụ thích hợp cho việc thực thi chính sách đối ngoại và an ninh của mình. Thụy Sĩ cam kết không đứng vào bên

nào trong các cuộc xung đột theo trách nhiệm và nghĩa vụ luật quốc tế quy định đối với các quốc gia trung lập. Mặc dù là nơi được đặt trụ sở lớn thứ hai của Liên Hợp Quốc (sau New York), năm 2002 Thụy Sĩ mới gia nhập tổ chức này và là một trong những thành viên trẻ tuổi nhất. Những mục tiêu chủ yếu trong chính sách đối ngoại trung lập của Thụy Sĩ:

- Bảo vệ, củng cố và tăng cường an ninh và hòa bình thế giới;
- Khuyến khích việc cùng tồn tại trong xã hội;
- Khuyến khích phát triển các quyền con người, dân chủ và luật pháp;
- Thúc đẩy cho sự phát triển phồn vinh;
- Bảo vệ môi trường, tài nguyên thiên nhiên.

Thụy Sĩ có quan hệ ngoại giao với hầu hết các nước trên thế giới và tham gia vào nhiều Tổ chức quốc tế như: UN, OECD, UNIDO, OSCE, WIPO, WTO, UNCTAD, WMO, ILO, IMO, Interpol, Paris Club ... Cho đến nay Thụy Sĩ chưa gia nhập EU, nhưng đã ký với EU 7 hiệp định song phương quan trọng để đảm bảo các quan hệ trao đổi kinh tế thương mại quan trọng của Thụy Sĩ với châu Âu - bạn hàng lớn nhất và chủ yếu nhất của Thụy Sĩ. Từ tháng 12/2008, Thụy Sĩ chính thức gia nhập Hiệp ước Schengen (quy định công dân nước ngoài có visa với thời hạn dưới 90 ngày của một nước tham gia Hiệp ước được phép đi lại tự do tới các nước tham gia còn lại), đánh dấu mốc mới trong quá trình hội nhập của Thụy Sĩ vào châu Âu thời kỳ sau chiến tranh lạnh.

4. Văn hoá xã hội

Văn hoá Thụy Sĩ hết sức đa dạng do có nhiều cộng đồng ngôn ngữ khác nhau, số người nhập cư vào Thụy Sĩ chiếm tới 8,9% dân số và họ cũng góp phần đáng kể vào sự đa dạng ngôn ngữ của quốc gia nhỏ bé này. Đây cũng là điểm rất thuận lợi cho giới trẻ Thụy Sĩ: đa số các nhà tuyển dụng thích tuyển nhân viên là người Thụy Sĩ vì họ thường thông thạo hai hay ba thứ tiếng. Thụy Sĩ còn rất nổi tiếng với Geneva – miền đất lành cho vô số các hội nghị vì sự phồn vinh của các quốc gia toàn cầu, đài phun nước Jet d'eau – dấu chấm cảm trên hồ Geneva và Đồng Hồ Hoa - biểu tượng cho ngành công nghiệp sản xuất đồng hồ vốn nổi tiếng từ lâu đời không chỉ vì chất lượng hoàn hảo mà còn vì mẫu mã sang trọng lịch sự của Thụy Sĩ.

5. Du lịch

Thụy Sĩ là quốc gia đồi núi, có trên 40 dãy núi cao trên 4.000m so với mặt nước biển với dãy Alps nổi tiếng thế giới. Phong cảnh thiên nhiên của Thụy Sĩ tuyệt đẹp với những đỉnh núi cao trên dãy Alps, những dòng sông băng và nhiều hồ nước đẹp. Hồ Geneve nổi tiếng nhất khu vực Trung Âu với lễ hội pháo hoa được tổ chức hàng năm thu hút hàng triệu lượt khách quốc tế. Thụy Sĩ có 1 vườn quốc gia, 9 khu bảo tồn thiên nhiên và có 6 di sản thiên nhiên thế giới được UNESCO công nhận. Các di sản này đều là những địa danh có cảnh quan thiên nhiên tuyệt đẹp. 80% khách du lịch cho rằng, thiên nhiên là lý do chính để đi du lịch đến Thụy Sĩ. Chính phủ Thụy Sĩ ước tính thiên nhiên và cảnh quan mang lại 2,5 tỷ franc Thụy Sĩ dịch vụ công mỗi năm.

Với đặc điểm đa dân tộc, có 4 ngôn ngữ chính thức được sử dụng nên văn hoá của Thụy Sĩ khá đa dạng. Những truyền thống văn hoá, phong tục tập quán của người dân Thụy Sĩ được khai thác tốt cho mục đích du lịch. Các phố cổ, lâu đài, nhà thờ là những minh chứng cho sự giàu có về di sản văn hoá của Thụy Sĩ. Thụy Sĩ có 6 di sản văn hoá thế giới được UNESCO công nhận. Hệ thống bảo tàng của

Thụy Sĩ không chỉ giúp cho du khách khám phá lịch sử, phong tục tập quán và truyền thống của Thụy Sĩ mà còn khám phá các chủ đề hiện đại như giao thông, bưu chính, công nghệ và khoa học.

Hệ thống khách sạn và nhà hàng của Thụy Sĩ được xây dựng và đưa vào hoạt động rất chuyên nghiệp. Kết cấu hạ tầng của Thụy Sĩ phát triển vào loại cao nhất thế giới. Hệ thống giao thông đường bộ, đường không và đường sắt rất phát triển, hiện đại và tiện lợi. Với tổng chiều dài 5.062 km, hệ thống đường sắt Thụy Sĩ là một trong những mạng lưới dày đặc nhất thế giới, được nối với hệ thống đường sắt Châu Âu có đội tàu hiện đại với tốc độ trên 200km/giờ là điều kiện thuận lợi thúc đẩy thu hút khách du lịch. Mạng lưới giao thông đường bộ hiện đại và được kết nối với mạng lưới giao thông của Châu Âu nên khách từ các nước Châu Âu khác dễ dàng sử dụng phương tiện ô tô đến Thụy Sĩ. Do đó, du lịch bằng xe riêng chiếm tới trên 1 nửa hoạt động du lịch.

Thụy Sĩ là một nước nhỏ nhưng cũng có tới 7 sân bay, trong đó sân bay Zurich là lớn nhất, vận chuyển tới hơn 1 nửa số hành khách đi bằng đường hàng không mỗi năm. Ngoài ra, hệ thống phương tiện vận chuyển tàu thuyền trên sông hồ, cáp treo ở khu vực núi cũng khá hiện đại và tiện lợi, góp phần quan trọng phục vụ cho phát triển nâng cao lợi thế cạnh tranh về du lịch cho Thụy Sĩ.

6. Con người

Người dân Thụy Sĩ không chỉ coi trọng những giá trị tinh hoa dân tộc mà còn coi trọng những giá trị cá nhân, họ rất tôn trọng bạn bè người thân và đặc biệt là những vị khách, họ thường tổ chức các cuộc hẹn hay gặp mặt, tiệc tùng.

Môi trường kinh doanh Thụy Sĩ rất bảo thủ: một bộ vét tối màu và thắt cà vạt đối với nam giới và một bộ vét hay váy đối với nữ giới là thích hợp cho một buổi hẹn hoặc bữa tiệc kinh doanh. Họ sẽ đánh giá bên ngoài của bạn kể cả sự kiện bạn xuất hiện là không chính thức hãy ăn mặc lịch sự.

Trao đổi các món quà kinh doanh không phổ biến ở Thụy Sĩ. Trên thực tế nhiều công ty không khuyến khích việc đó. Nếu bạn tặng một món quà thì hãy tặng riêng tư và kín đáo kèm với tấm danh thiếp của bạn. Nếu bạn nhận quà đừng mở ra trước mặt người tặng. Gửi lời cảm ơn hoặc gọi điện riêng cảm ơn họ. Đối với một món quà đặc biệt (để chúc mừng việc kết thúc hợp đồng) một món đồ thủ công của Úc là thích hợp. Đừng tặng sô cô la.

7. Văn hóa kinh doanh

Thói quen trong kinh doanh:

Đưa danh thiếp của bạn cho người lễ tân khi đến cuộc hẹn. Trao đổi danh thiếp với người liên hệ khi gặp lần đầu. Danh thiếp nên bao gồm đầy đủ thông tin về chức danh và chuyên môn của bạn.

Bắt tay khi đến và rời cuộc họp. Người Thụy Sĩ rất dè dặt bởi vậy đừng cảm thấy bị xúc phạm khi bạn cười mà không được đáp lại ở lần gặp đầu tiên.

Người Thụy Sĩ rất trịnh trọng và nghiêm túc trong kinh doanh. Người Thụy Sĩ Ý và Pháp có thể trao đổi những vấn đề khác tuy nhiên người Thụy Sĩ Đức thì sẽ đi thẳng vào vấn đề kinh doanh.

Người Thụy Sĩ coi trọng sự thẳng thắn và trực tiếp và họ nói lên suy nghĩ của họ. Trả lời mập mờ được coi là sự nghi ngờ thay cho vì lịch sự.

Ngắt lời người khác nói được xem là thô lỗ và những cử chỉ bằng tay cũng không được tán thành.

Gửi thư xin sắp xếp buổi hẹn ít nhất trước 3 tuần hoặc gọi điện trước 4 hoặc 5 ngày. Không nên đến vào tháng 7/tháng 8 vì hầu hết mọi người nghỉ trong thời gian này.

Nên đúng giờ. Đến muộn trong kinh doanh hay các hoạt động xã hội được coi là xúc phạm.

Thực hiện đúng theo các kế hoạch đặt ra và các buổi hẹn hiếm khi bị gián đoạn.

Chiến lược đàm phán:

Người Thụy Sĩ tập trung vào vấn đề chính. Họ đàm phán dựa trên các giá trị cảm nhận được của hợp đồng mà thấy không cần phải phát triển một mối quan hệ cá nhân tốt hơn (mặc dù điều này có thể phát triển trong quá trình thảo luận). Việc đàm phán có thể kết thúc trong một vài phút.

Làm báo giá ban đầu thực tiễn hơn việc áp dụng chiến thuật “cao-thấp”. Người Thụy Sĩ có thể phản ứng tiêu cực với việc mặc cả. Bằng mọi cách xây dựng một biên độ nhỏ vào trong giá mở thầu của bạn để bao gồm những diễn biến bất thường nhưng tránh lạm phát quá giá báo.

Người Thụy Sĩ đàm phán rất kỹ lưỡng trong khâu chuẩn bị và họ sẽ giữ vững lập trường khi đối mặt với chiến thuật áp lực.

Đàm phán kinh doanh trong bữa ăn:

Nói chung người Thụy Sĩ thích tách riêng cuộc sống riêng tư và công việc. Những người cộng tác trong kinh doanh hiếm khi được mời về nhà tuy nhiên nếu được mời thì bạn nên mang theo hoa đến tặng gia chủ.

Các bữa tiệc kinh doanh vào buổi trưa vào tối là thông thường ngoại trừ buổi sáng. Buổi trưa thường là không chính thức trong khi bữa tối là thời gian để gây ấn tượng với khách. Nâng cốc là một thủ tục trang trọng. Sau khi chủ tiệc đề xuất nâng cốc thì hãy nhìn trực tiếp vào anh ta/cô ta và đáp lại. Chạm cốc với tất cả mọi người ở bàn tiệc.

II. TÌNH HÌNH KINH TẾ

1. Tổng quan

Thụy Sĩ là một quốc gia có nền kinh tế thị trường thịnh vượng và hiện đại với tỷ lệ thất nghiệp thấp, lực lượng lao động có tay nghề cao và GDP bình quân đầu người cao nhất thế giới. Nền kinh tế của Thụy Sĩ được hưởng lợi từ một ngành dịch vụ phát triển cao, dẫn đầu bởi các dịch vụ tài chính, và ngành công nghiệp sản xuất chuyên về công nghệ cao, sản xuất dựa trên tri thức. Sự ổn định về kinh tế và chính trị, hệ thống pháp luật minh bạch, cơ sở hạ tầng phát triển, thị trường vốn hiệu quả và tỷ lệ thuế thu nhập doanh nghiệp thấp cũng làm cho Thụy Sĩ trở thành một trong những nền kinh tế cạnh tranh nhất thế giới.

Thụy Sĩ đã gia nhập EU để nâng cao khả năng cạnh tranh quốc tế, nhưng luôn kiểm soát chặt chẽ thương mại, đặc biệt là đối với lĩnh vực nông nghiệp nhỏ. Nền kinh tế Thụy Sĩ liên quan chặt chẽ với các nước trong khu vực đồng euro – nơi thu mua một nửa sản phẩm xuất khẩu của Thụy Sĩ. Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008 và kết quả suy thoái kinh tế trong năm 2009 đã khiến nhu cầu xuất khẩu của Thụy Sĩ giảm, khiến Thụy Sĩ rơi vào suy thoái. Trong thời kỳ này, Ngân hàng quốc gia Thụy Sĩ (SNB) thực hiện chính sách không lãi suất để thúc đẩy nền kinh tế, cũng như để ngăn chặn sự tăng giá của đồng franc, và nền kinh tế Thụy Sĩ bắt đầu hồi phục trong năm 2010.

Tuy nhiên, những cuộc khủng hoảng nợ có chủ quyền đang diễn ra tại các quốc gia khu vực đồng euro, cùng với tình trạng bất ổn kinh tế đang diễn ra ở Nga và các nền kinh tế Đông Âu khác tiếp tục gây ra một nguy cơ đáng kể cho nền kinh tế Thụy Sĩ. Vào tháng 1 năm 2015, SNB đã bỏ chế độ tỷ giá hối đoái của Thụy Sĩ sang đồng euro, làm rung chuyển thị trường tiền tệ toàn cầu. SNB duy trì độc lập chính sách lãi suất bằng không và tiến hành các can thiệp thị trường chính để ngăn chặn sự tăng giá của

đồng frãng Thụy Sĩ. Tuy nhiên ảnh hưởng của việc này vẫn làm cho xuất khẩu của Thụy Sĩ kém cạnh tranh và làm suy yếu triển vọng tăng trưởng của đất nước; cụ thể tăng trưởng GDP giảm xuống dưới 2% mỗi năm từ năm 2011 - 2016.

Trong những năm gần đây, Thụy Sĩ đã phản ứng với áp lực ngày càng tăng từ các nước láng giềng và các đối tác thương mại để cải cách luật bảo mật ngân hàng bằng cách đồng ý tuân thủ các quy định của OECD về hỗ trợ hành chính về thuế, bao gồm cả tình trạng trốn thuế. Chính phủ Thụy Sĩ cũng đã thương lượng lại các hiệp định đánh thuế hai lần với nhiều nước, trong đó có Hoa Kỳ, để kết hợp các tiêu chuẩn của OECD và công khai xem xét khả năng áp thuế đánh trên tiền gửi ngân hàng của người nước ngoài.

2. Các ngành kinh tế mũi nhọn

- **Nông nghiệp:** Nông nghiệp đóng góp gần 1,2% vào GDP và chiếm dưới 5% dân số (chỉ 10% đất phù hợp cho việc canh tác). Các sản phẩm nông nghiệp chủ yếu là gia súc và sản phẩm sữa. Chính phủ Thụy Sĩ đã cấp khoản hỗ trợ trực tiếp khổng lồ cho người nông dân nhằm đáp ứng nghiêm ngặt các tiêu chí sinh thái như bảo vệ tài nguyên đất. Bơ sữa, nho và cỏ khô cho gia súc là những sản phẩm nông nghiệp quan trọng.

- **Công nghiệp:** Nền công nghiệp Thụy Sĩ có các lĩnh vực sản xuất quan trọng bao gồm năng lượng (dựa vào nguồn năng lượng thủy điện rẻ (sản xuất điện năng đạt 61,076 tỷ kWh, trong đó thủy điện chiếm 40,18%), điện chủ yếu được tạo ra từ nguồn điện hạt nhân và điện hydro.), cơ khí sản xuất từ tuốc bin cho đến đồng hồ, ngành dệt, chế biến thực phẩm, ngành dược và ngành hoá chất. Công nghiệp khai thác và chế biến gỗ cũng là ngành đóng vai trò đáng kể.

- **Dịch vụ:** Các ngành có khả năng cạnh tranh trên thế giới và phát triển mạnh của Thụy Sĩ là ngân hàng, bảo hiểm và vận tải tàu biển. Vận tải tàu biển của Thụy Sĩ đóng vai trò quan trọng trong việc chuyên chở hàng hóa thương mại trên khắp cả nước.

Du lịch cũng đóng góp đáng kể cho nền kinh tế Thụy Sĩ, điều đó giúp cân bằng thâm hụt mậu dịch của Thụy Sĩ.

- Thương mại:

Ngoại thương đóng góp gần 80% vào GDP của Thụy Sĩ. Liên minh EU là khối thương mại lớn nhất của Thụy Sĩ, chiếm 2/3 tổng ngoại thương nước này. Xuất khẩu hàng hóa chiếm 45% GDP của Thụy Sĩ. Ba đối tác xuất khẩu hàng đầu của Thụy Sĩ là Đức, Mỹ và Pháp. Hàng hóa xuất khẩu chủ yếu là sản phẩm dược, máy móc, chất hữu cơ, đồng hồ, thiết bị điện và điện tử. Ba đối tác nhập khẩu chính của Thụy Sĩ là Đức, Ý và Pháp. Thụy Sĩ chủ yếu nhập khẩu máy móc, hóa chất, xe hơi, kim loại, sản phẩm nông nghiệp, hàng dệt may.

3. Các chỉ số kinh tế

	2013	2014	2015	2016	2017
GDP (ppp)	370,3 tỷ USD	485,7 tỷ USD	489,5 tỷ USD	496 tỷ USD	517,2 tỷ USD
Tăng trưởng GDP	1.7%	2%	0.8%	1.3%	1.1%
GDP theo đầu người	46.000	59.700	61.200	61.300	61.400
GDP theo ngành (2017)	Nông nghiệp: 0,7% Công nghiệp: 25,6% Dịch vụ: 73,7%				
Tỷ lệ thất nghiệp	2,9%	na	3,2%	3,3%	3%
Tỷ lệ lạm phát	-0,4%	na	-1,1%	-0,4%	0,5%
Mặt hàng nông nghiệp	Ngũ cốc, hoa quả, rau; thịt, trứng, sản phẩm sữa				

Các ngành công nghiệp	Cơ khí chế tạo, điện cơ, hóa chất, dược phẩm, thuốc tân dược, tài chính-ngân hàng, du lịch, đồng hồ, đồ trang sức, dịch vụ và bảo hiểm				
Kim ngạch xuất khẩu	312,3 tỷ USD	na	303,5 tỷ USD	308,1 tỷ USD	336,8 tỷ USD
Mặt hàng chính	Máy móc, hóa chất, kim loại, đồng hồ, sản phẩm nông nghiệp Đối tác chính: Germany 15,2%, US 12,3%, China 8,2%, India 6,7%, France 5,7%, Italia 5,3%, UK 5,7%, Hong Kong 5,7%, UK 5,7% (2017)				
Kim ngạch nhập khẩu	275,7 tỷ USD	na	247,7 tỷ USD	243,4 tỷ USD	286,7 tỷ USD
Mặt hàng chính	Máy móc, hóa chất, xe hơi, kim loại, sản phẩm nông nghiệp, hàng dệt may Đối tác chính: Germany 20,9%, UK 7,3%, US 7,9%, Italy 7.6%, France 6.8%, China 5% (2017)				

III. QUAN HỆ NGOẠI GIAO – CHÍNH TRỊ VỚI VIỆT NAM

Ngày 11/10/1971 Việt Nam và Thụy Sĩ thiết lập quan hệ ngoại giao cấp đại sứ.

Tháng 2/1973, Thụy Sĩ mở Đại sứ quán thường trú tại Hà Nội. Tháng 3/1994, Thụy Sĩ mở thêm Lãnh sự quán tại TP. Hồ Chí Minh.

Từ năm 1990 đến nay, quan hệ Việt Nam – Thụy Sĩ có những bước phát triển tích cực, đặc biệt sau khi Thụy Sĩ mở lại Đại sứ quán tại Hà Nội.

1. Các chuyến thăm cao cấp gần đây

Đoàn Thụy Sĩ thăm Việt Nam: Phó Tổng thống kiêm Bộ trưởng Ngoại giao Flavio Cotti (tháng 12/1996); Tổng thống Thụy Sĩ Arnold Koller sang Việt Nam tham dự hội nghị cấp cao Pháp ngữ (tháng 11/1997); Chủ tịch Thượng Viện (Quốc hội) René Rhinow (tháng 3/1999); Quốc vụ khanh Bộ Kinh tế David Syz cùng 21 doanh nghiệp (tháng 6/2001); Phó Tổng thống kiêm Bộ trưởng Kinh tế Liên bang Pascal Couchepin cùng đại diện của trên 20 doanh nghiệp (tháng 10/2002); Bộ trưởng Kinh tế Doris Leuthard thăm chính thức Việt Nam (tháng 7/2007); Tổng thống Thụy Sĩ Pascal Couchepin thăm chính thức Việt Nam (tháng 8/2008).

Tháng 4/2018 bà Doris Leuthard, Bộ trưởng Môi trường, Giao thông, Năng lượng và Truyền thông Thụy Sĩ thăm Việt Nam. Hai nước đã ký Hiệp định vận chuyển hàng không mới. Dự kiến hãng hàng không Edelweiss Air của Thụy Sĩ sẽ mở đường bay trực tiếp Zurich-TP Hồ Chí Minh vào tháng 11, tạo cơ hội mới cho phát triển du lịch, thương mại. Hiện Việt Nam và Hội Mậu dịch tự do châu Âu (EFTA) mà Thụy Sĩ là một trong bốn thành viên đang tiếp tục đàm phán về một Hiệp định Thương mại tự do giữa các bên.

Đoàn Việt Nam thăm Thụy Sĩ: Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Văn An thăm Thụy Sĩ (tháng 3/2005); Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng tham dự WEF tại Davos kết hợp thăm (tháng 1/2007); Phó Chủ tịch Quốc hội Trương Quang Được (tháng 6/2007); Phó Chủ tịch nước Trương Mỹ Hoa thăm và làm việc tại Thụy Sĩ (tháng 6/2007); Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải tham dự WEF tại Davos (tháng 1/2008); Phó Chủ tịch Quốc hội Huỳnh Ngọc Sơn (tháng 9/2008); Phó Thủ tướng kiêm Bộ trưởng GD&ĐT Nguyễn Thiện Nhân (tháng 2/2009); Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng dự WEF tại Davos (tháng 1/2009); Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết thăm và làm việc tại Thụy Sĩ (tháng 5/2010); Phó Thủ tướng Hoàng Trung Hải thăm Nghị viện Thụy Sĩ (tháng 9/2011).

Tháng 9/2017, Phó Thủ tướng Vương Đình Huệ thăm Thụy Sĩ.

Tháng 3/2018, Chủ tịch Quốc Hội thăm Thụy Sĩ.

IV. QUAN HỆ KINH TẾ VỚI VIỆT NAM

1. Hợp tác thương mại

Việt Nam tiếp tục được hưởng các quy chế ưu đãi về thương mại của Thụy Sĩ, như Quy chế tối huệ quốc (MFN) theo Hiệp định thương mại song phương (1994) và Chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) theo quyết định đơn phương của Thụy Sĩ từ năm 1972 dành cho các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

Các mặt hàng Việt Nam xuất sang Thụy Sĩ chủ yếu là giày dép (chiếm khoảng 25%), hải sản (24,25%), cà phê, dệt may, sản phẩm túi xách, ô dù và đồ dùng nội thất. Trong số các sản phẩm xuất khẩu có kim ngạch lớn, chỉ có giày dép, cà phê, hải sản có kim ngạch tăng so với cùng kỳ năm trước, các mặt hàng còn lại giảm đáng kể. Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Thụy Sĩ tuy đã bắt đầu trải rộng (trên 300 mặt hàng), nhưng kim ngạch vẫn tập trung chủ yếu vào những mặt hàng quen thuộc kể trên. Khả năng phát triển các mặt hàng mới và mở rộng diện mặt hàng xuất khẩu hàng năm vẫn còn hạn chế. Việt Nam nhập khẩu từ Thụy Sĩ các mặt hàng như kim loại quý, máy móc thiết bị, phụ tùng, hóa chất, tân dược, sản phẩm và nguyên liệu chất dẻo phục vụ cho sản xuất và gia công hàng hóa trong nước.

Thụy Sĩ là thị trường cao cấp “khó tính” nên đòi hỏi chất lượng sản phẩm nhập khẩu rất cao. Vì vậy, để tiếp cận sâu, có chỗ đứng tại thị trường Thụy Sĩ đòi hỏi các nhà xuất khẩu Việt Nam phải có trình độ kỹ thuật cũng như phương thức quản lý, chuyên nghiệp, uy tín. Ngoài ra, xuất khẩu hàng hóa, đặc biệt là nông sản, vào Thụy Sĩ còn phải chịu chế độ cấp phép rất chặt chẽ nhằm đảm bảo yêu cầu về sức khỏe, vệ sinh an toàn thực phẩm. Đây là một rào cản thương mại lớn đối với hàng hóa chất lượng vừa và thấp của các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

Thụy Sĩ là một thị trường nhỏ (dân số 7.5 triệu người), mức sống bình quân cao, nằm ở trung tâm Châu Âu, nên người tiêu dùng có rất nhiều lựa chọn sản phẩm do chính sách mở cửa và mức độ hội nhập quốc tế cao của Thụy Sĩ. Việt Nam chưa phải là đối tác kinh tế, thương mại ưu tiên của Thụy Sĩ, hơn nữa doanh nghiệp hai nước chưa biết nhiều về nhau, do đó việc tăng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Thụy Sĩ ít có khả năng đột biến trong thời gian ngắn.

Kim ngạch XNK giữa Việt Nam – Thụy Sĩ - Đơn vị 1.000 USD

Năm	Việt Nam xuất khẩu	Việt Nam nhập khẩu	Tổng kim ngạch	Mức tăng (%)
2010	2.651.988	1.006.631	3.658.619	21%
2011	1.188.502	1.771.010	2.959.512	-23%
2012	397.725	398.120	795.845	-73%
2013	289.567	410.829	700.396	-11,90%
2014	265.000	368.000	633.000	-9,62%
2015	230.000	437.000	667.000	5,37%
2016	593.000	505.000	1.098.000	14,90%
2017	241.000	600.000	841.000	-23,4%
9/2018	123.810	476.349	600.159	

Nguồn: Tổng Cục Hải quan

2. Hợp tác đầu tư

Đầu tư của Thụy Sĩ chủ yếu tập trung vào lĩnh vực công nghiệp (Dự án sản xuất xi măng của Tập đoàn Holcim đứng đầu với tổng vốn đầu tư khoảng 800 triệu USD), nông lâm nghiệp và dịch vụ. Hiện có khoảng 90 doanh nghiệp Thụy Sĩ đang hoạt động ở Việt Nam. Đa số các nhà đầu tư Thụy Sĩ lựa chọn hình thức công ty 100% vốn nước ngoài khi đầu tư vào Việt Nam. Trong số các tập đoàn lớn của Thụy Sĩ đầu tư tại Việt nam, có thể kể đến Nestlé (Thực phẩm, đồ uống), Novartis/ Ciba - Sandoz (Hóa dược), Roche (Dược phẩm), Holderbank/ Holcim (Xi măng), ABB (Thiết bị điện, xây dựng trạm biến

thê), Sulzer (Cơ khí, thiết bị điện), SGS (Giám định), Escatec (Thiết bị điện tử), Ringier (In ấn), André/CIE (Thương mại) v.v.

Hiện nay Thụy Sĩ có hơn 110 dự án đầu tư tại Việt Nam với tổng số vốn đạt trên 2,2 tỷ USD. Thụy Sĩ có chiến lược Hợp tác phát triển mới của Thụy Sĩ dành cho Việt Nam giai đoạn 2017-2020.

V. HỢP TÁC VỚI VCCI

1. Thỏa thuận hợp tác đã ký kết

- Phòng Thương mại Thụy Sĩ - Đông Nam Á (SEA) (24/3/2005)
- Phòng Thương mại Thụy Sĩ - Đông Nam Á đổi tên thành Phòng Thương mại Thụy Sĩ - Châu Á (SACC) (03/11/2008)
- Phòng Thương mại Thụy Sĩ - Châu Á, và Tổ chức kinh tế Thụy Sĩ (economiesuisse) - thỏa thuận hợp tác ba bên (18/5/2010)

2. Hoạt động đã triển khai

- Tháng 5/2010, VCCI đã tổ chức đoàn doanh nghiệp tháp tùng Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết thăm chính thức Belarus, Thụy Sĩ, Phần Lan từ 12-23/5/2010 và tổ chức thành công diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam - Thụy Sĩ ngày 17/5/2010. Trên cơ sở nhu cầu phát triển quan hệ hợp tác, hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp hai nước trong việc phát triển quan hệ đối tác trong thời gian tới, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Phòng Thương mại Thụy Sĩ - Châu Á, và Tổ chức kinh tế Thụy Sĩ (economiesuisse) đã ký thỏa thuận hợp tác ba bên vào ngày 18/5/2010 tại cuộc gặp gỡ giữa các tập đoàn, công ty lớn của hai nước tại Nhà khách Chính phủ Bernerhof, Thành phố Bern, hình thành khung pháp lý nhằm đẩy mạnh hoạt động xúc tiến hai chiều, hỗ trợ kỹ thuật lẫn nhau phục vụ tốt hơn nhu cầu của các doanh nghiệp thành viên.

- Tháng 6/2011, tổ chức đoàn 20 doanh nghiệp thăm và làm việc tại Anh, Pháp, Thụy Sĩ từ ngày 12-21/6/2011 và tổ chức các Diễn đàn doanh nghiệp song phương tại các nước trên. Tại Thụy Sĩ, VCCI đã hợp tác với Phòng Thương Mại Thụy Sĩ Châu Á để tổ chức diễn đàn doanh nghiệp thu hút sự quan tâm của nhiều doanh nghiệp bạn muốn tìm hiểu về thị trường Việt Nam. Bước đầu, các doanh nghiệp hai bên đã có những trao đổi sơ bộ về khả năng hợp tác và có kế hoạch triển khai các cơ hội này trong tương lai gần.

VI. THÔNG TIN HỮU ÍCH

1. Địa chỉ hữu ích

Đơn vị - Địa chỉ	Tel/Fax	Email/Website
Việt Nam		
Ban Quan hệ quốc tế, VCCI Số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội	T: 84-4-35771380	ducva@vcci.com.vn
Đại sứ quán Thụy Sĩ tại Việt Nam Tầng 15 – Tòa nhà Hanoi Central Office Building – 44 Lý Thường Kiệt	T: +84-4-39346589 F: +84-4-39346591	http://www.eda.admin.ch/hanoi
Thụy Sĩ		
Đại sứ quán Việt Nam tại Thụy Sĩ Schlosslistrasse 26 – CH - 3008 Bern,	T: +41 31 388 78 72 F: +41 31 388 78 79	vietsuisse@bluewin.ch http://www.vietnam-

<i>Switzerland</i>		embassy.ch
Thương vụ Việt Nam tại Thụy Sĩ <i>Stadtbach str., 42 CH – 3012 Bern, Switzerland</i>	T: +41 31 301 83 34 F: +41 31 301 46 81	ch@moit.gov.vn
Phòng Thương mại Thụy Sĩ - Châu Á (Swiss-Asian Chamber of Commerce) <i>Wiesenstrasse 10, P.O. Box 1073, CH-8032 Zurich, Switzerland</i>	T: +41 41 620 88 02 F: +41 41 620 88 03	sacc@sacc.ch http://www.sacc.ch

2. Các thông tin khác

2.1. Các công cụ trực tuyến, miễn phí hỗ trợ doanh nghiệp khi giao thương với thị trường EU

2.1.1 Bản đồ thương mại (trade map)

<http://www.trademap.org>

Bản đồ thương mại (trademap) được phát triển bởi Trung tâm thương mại quốc tế ITC, cung cấp:

- Cơ sở dữ liệu trực tuyến, liên tục cập nhật từ các cơ quan thống kê cấp quốc gia
- Chứa phân tích dữ liệu thương mại của hơn 5600 sản phẩm giữa 220 quốc gia/vùng lãnh thổ trên thế giới
- Giao diện sử dụng thân thiện, xuất báo cáo theo định dạng mong muốn (word, excel, pdf) – minh họa đồ thị dễ dàng cho việc phân tích
- Miễn phí sử dụng cho các nước đang phát triển

Bản đồ thương mại (Trade map) của Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) sẽ giúp bạn đánh giá, phân tích tiềm năng hợp tác thương mại với thị trường EU; tìm kiếm mặt hàng và đối tác phù hợp, đánh giá cạnh tranh và đa dạng hóa nguồn cung cấp; truy xuất thông tin liên quan về thuế quan, rào cản thương mại.. qua đó xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp.

Hướng dẫn sử dụng : <http://legacy.intracen.org/marketanalysis/Docs/Trademap/TradeMap-Userguide-EN.pdf>

2.1.2. Website hỗ trợ xuất khẩu sang khối Liên minh Châu Âu (EU Export Helpdesk)

<http://exporthelp.europa.eu>

- EU Export Helpdesk là công cụ hoàn toàn miễn phí do Phái đoàn Châu Âu cung cấp, hỗ trợ việc xuất khẩu sang thị trường các nước trong liên minh EU, thông qua việc cung cấp:
- Các thông tin về yêu cầu của thị trường về tiêu chuẩn sản phẩm, thủ tục thuế quan tại các nước trong liên minh Châu Âu
- Các thông tin về thuế nhập khẩu, quy chế tối huệ quốc, ưu đãi thuế xuất cũng như các hạng mục khác như định mức cho phép, yêu cầu giấy phép nhập khẩu, các biện pháp chống bán phá giá ..
- Thống kê về dòng giao dịch thương mại giữa EU và các nước khác
- Các thỏa thuận hợp tác thương mại giữa EU và các nước phát triển, các yêu cầu về hồ sơ và chứng nhận xuất xứ cần thiết để thâm nhập thị trường EU
- Danh bạ các cơ quan chức năng liên quan của các nước EU, danh bạ doanh nghiệp

2.2. Website tham khảo

Website Bộ Ngoại giao Việt Nam

http://www.mofa.gov.vn/vi/cn_vakv/euro/

Website CIA – The World Factbook

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>

Bảng 1

XUẤT KHẨU NƯỚC/VÙNG LÃNH THỔ - MẶT HÀNG CHỦ YẾU
Tháng 9 năm 2018

Nước/Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Số liệu tháng báo cáo		Cộng dồn đến hết tháng báo cáo	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
THỤY SỸ			11.092.905		123.810.819
Hàng thủy sản	USD		2.132.612		24.781.034
Cà phê	Tấn			225	456.041
Than các loại	Tấn			17.599	2.775.159
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		72.665		997.754
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	USD		626.622		4.260.404
Gỗ và sản phẩm gỗ	USD		31.783		1.435.139
Hàng dệt, may	USD		939.262		8.573.923
Giày dép các loại	USD		1.340.773		17.671.745
Sản phẩm gốm, sứ	USD				22.849
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	USD				325.626
Sắt thép các loại	Tấn	4	38.339	64	123.582
Sản phẩm từ sắt thép	USD		816.644		6.287.416
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		1.791.725		13.311.185
Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác	USD		1.578.204		13.757.738

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 2

BỘ TÀI CHÍNH
TỔNG CỤC HẢI QUAN

Biểu số 5N/TCHQ
Cục CNTT & Thống kê Hải quan

Sơ bộ

NHẬP KHẨU NƯỚC/VÙNG LÃNH THỔ - MẶT HÀNG CHỦ YẾU
Tháng 9 năm 2018

Nước/Mặt hàng chủ yếu	ĐVT	Số liệu tháng báo cáo		Cộng dồn đến hết tháng báo cáo	
		Lượng	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá (USD)
THỤY SỸ			35.654.847		476.349.560
Chế phẩm thực phẩm khác	USD		209.315		3.218.800
Hóa chất	USD		864.825		8.829.955
Sản phẩm hóa chất	USD		1.053.929		31.261.994
Nguyên phụ liệu dược phẩm	USD		779.910		6.004.727
Dược phẩm	USD		6.308.399		135.120.193
Chất thơm, mỹ phẩm và chế phẩm vệ sinh	USD		262.435		6.183.534
Thuốc trừ sâu và nguyên liệu	USD		960.493		9.124.084
Sản phẩm từ chất dẻo	USD		1.157.324		9.583.106
Vải các loại	USD		223.169		3.371.992
Đá quý, kim loại quý và sản phẩm	USD		345.064		3.840.429
Sản phẩm từ sắt thép	USD		704.286		8.479.033
Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện	USD		3.846.730		26.450.135
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	USD		9.883.117		144.874.136

Nguồn: Tổng cục Hải quan