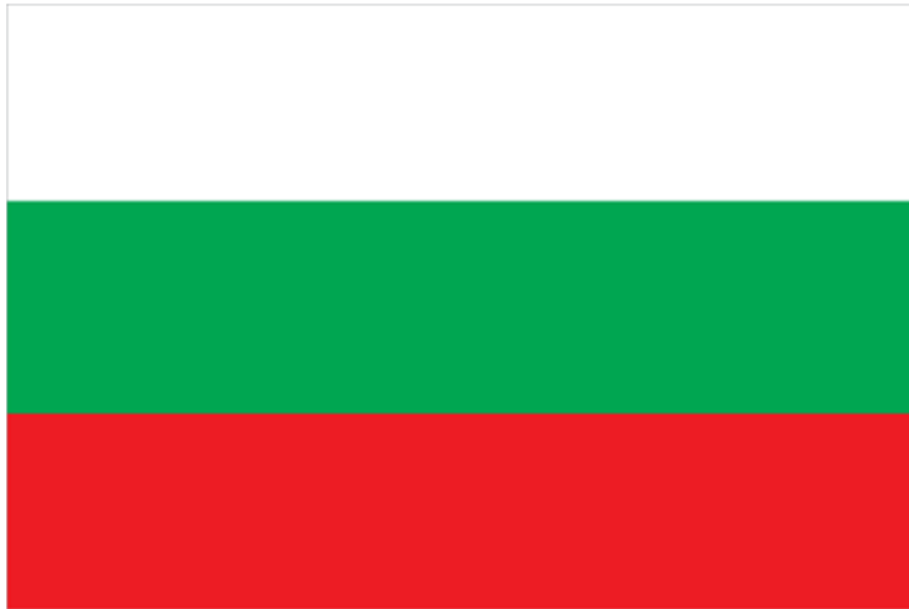




BỘ CÔNG THƯƠNG - MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE
CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY



HỒ SƠ THỊ TRƯỜNG BULGARIA



Hà Nội, 2016

Mục lục

I. Giới thiệu khái quát về thị trường Bulgaria.....	3
1. Thông tin cơ bản.....	3
2. Điều kiện tự nhiên.....	3
3. Khí hậu.....	3
4. Xã hội.....	3
5. Thể chế và cơ cấu hành chính.....	4
6. Hệ thống pháp luật.....	5
9. Giáo dục.....	6
II. Tình hình phát triển kinh tế, thương mại và đầu tư.....	7
1. Kinh tế.....	7
2. Thương mại.....	9
3. Cơ sở hạ tầng kinh tế.....	10
4. Các chỉ số kinh tế, thương mại, đầu tư cơ bản:.....	10
5. Đầu tư.....	11
6. Quan hệ quốc tế.....	11
III. Quan hệ hợp tác Việt Nam - Bulgaria.....	13
1. Quan hệ ngoại giao.....	13
2. Quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại.....	14
3. Hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển.....	16
IV. Một số điều cần biết khi kinh doanh với thị trường Bulgaria.....	17
1. Các qui định về xuất nhập khẩu.....	17
2. Chính sách thuế và thuế suất.....	17
3. Quy định về bao gói, nhãn mác.....	18
4. Quy định về kiểm dịch động thực vật.....	20
5. Quyền sở hữu trí tuệ.....	20
6. Quy định về tiêu chuẩn đối với hàng hoá và dịch vụ.....	21
7. Thành lập văn phòng đại diện.....	23
8. Nhượng quyền thương mại.....	24
9. Văn hoá kinh doanh.....	24
V. Đánh giá tiềm năng thị trường Bulgaria.....	25
VI. Một số địa chỉ liên hệ hữu ích.....	26
VII. Tài liệu tham khảo.....	27

I. Giới thiệu khái quát về thị trường Bulgaria

1. Thông tin cơ bản

Tên chính thức: Cộng hòa Bulgaria

Ngày quốc khánh: 3/3/1878

Vị trí địa lý: nằm ở Đông Nam Châu Âu

Diện tích: 110.879 km²

Thủ đô: Sofia

Ngôn ngữ chính thức: tiếng Bulgaria

Đơn vị tiền tệ: Leva

Thể chế chính phủ: Dân chủ nghị viện

2. Điều kiện tự nhiên

- Vị trí địa lý:

Nằm ở Đông Nam Châu Âu.

- Giáp giới:

- Phía Bắc giáp Romania
- Phía Đông giáp biển Đen
- Phía Nam giáp Hy Lạp
- Phía Tây giáp Serbia
- Phía Tây Nam giáp Macedonia

- Diện tích:

Tổng diện tích: 110.879 km²

Diện tích đất liền: 108.489 km²

Diện tích mặt nước: 2.390 km²

- Tài nguyên thiên nhiên: quặng bauxite, đồng, chì, kẽm, than đá, gỗ, đất canh tác...

Diện tích đất sử dụng:

Đất nông nghiệp: 46,9%

Rừng: 36,7%

Khác: 16,4%

3. Khí hậu

Khí hậu ôn hòa, phía bắc và vùng trung tâm ôn đới lục địa, phía nam khí hậu Địa Trung Hải. Nhiệt độ trung bình tháng 1: từ -2⁰C đến 2⁰C, tháng 7: 25⁰C. Lượng mưa trung bình: 450-600 mm ở vùng đồng bằng, 1.300-3.000 mm ở vùng núi.

4. Xã hội¹

Dân số

Tổng số dân: 7.186.893 người (7/2015)

Cơ cấu dân số:

0-14 tuổi: 14,53% (nam 538.266 / nữ 505.927)

15-24 tuổi: 9,95% (nam 373.340/nữ 341.507)

¹Nguồn: www.cia.gov theo số liệu 2016

25-54 tuổi: 43,35% (nam 1.598.130 /nữ 1.517.744)
55-64 tuổi: 13,45% (nam 451.814 /nữ 514.696)
65 tuổi trở lên: 18,72% (nam 547,887/nữ 797.555) (2015)
Tuổi thọ trung bình: 74,39 tuổi
Tuổi thọ trung bình đối với nam: 71,05 tuổi
Tuổi thọ trung bình đối với nữ: 77,93 tuổi
Tốc độ gia tăng dân số: - 0,58% (2015)
Tỷ lệ sinh: 8.92 người/1.000 dân (2015)
Tỷ lệ tử: 14,4 người/1.000 dân (2015)
Tỷ lệ nhập cư: -0,29 người/1.000 người (2015)
Tỷ lệ thất nghiệp trong độ tuổi từ 15 – 24 tuổi:
Tổng số: 28,4%
Nữ: 30,2%
Nam: 25,7%

Tôn giáo

Chí thống giáo (36,5%), Hồi giáo (13%), Do thái (0,85%), Đạo Thiên chúa (1,5%)....

Ngôn ngữ

- Tiếng Bulgaria

Các dân tộc: Người Bulgaria (83%), Thổ Nhĩ Kỳ (8,5%), Hy Lạp (2,6%) và các dân tộc khác

5. Thể chế và cơ cấu hành chính

5.1 Thể chế

Bulgaria có nền thể chế dân chủ nghị viện. Hiến pháp mới nhất được soạn thảo từ cuối năm 1990 và đầu năm 1991, được thông qua ngày 12/7/1991, được sửa đổi nhiều lần, lần cuối cùng vào năm 2007 (2015).

Cơ quan hành pháp:

- Đứng đầu nhà nước: tổng thống Rosen Plevneliev, nhậm chức tháng 01/2012.
- Đứng đầu chính phủ: Thủ tướng Boyko BORISOV (kể từ ngày 7/11/2012)
Các phó thủ tướng: Tomislav DONCHEV, Rumyana BACHVAROVA, Meglena KUNEVA, Ivaylo KALFIN (kể từ ngày 7/11/2012)
- Nội các: Hội đồng bộ trưởng do thủ tướng chọn, do Quốc hội bầu ra.

Bầu cử: Tổng thống và phó Tổng thống được bầu cử theo nguyên tắc phổ thông đầu phiếu qua 2 vòng cho một nhiệm kỳ 5 năm. Cuộc bầu cử gần đây nhất được diễn ra vào ngày 23 và 30 tháng 10/2011 (cuộc bầu cử tiếp theo được tổ chức vào năm 2016). Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng (thủ tướng) do Quốc hội bầu. Quốc hội bầu ra các Phó thủ tướng do Thủ tướng đề xuất.

Cơ quan lập pháp: Quốc hội đơn viện gồm 240 ghế, các thành viên Quốc hội được bầu trực tiếp tại khực vực bầu cử theo hình thức phổ thông đầu phiếu, nhiệm kỳ 4 năm

Cơ quan tư pháp: Tòa án Tối cao, Chánh án do Tổng thống bổ nhiệm với nhiệm kỳ 7 năm, Tòa án Hiến pháp được bổ nhiệm hoặc bầu với nhiệm kỳ 9 năm.

Chế độ bầu cử: từ 18 tuổi trở lên, theo hình thức phổ thông đầu phiếu

Đảng phái chính trị: Đảng Xã hội chủ nghĩa Bulgaria (BSP), Liên minh các lực lượng dân chủ (UtdDF), Đảng châu Âu cánh tả, Liên minh nhân dân (PU), v.v...

5.2 Cơ cấu hành chính

Gồm 28 tỉnh: Blagoevgrad, Burgas, Dobrich, Gabrovo, Haskovo, Kardzhali, Kyustendil, Lovech, Montana, Pazardzhik, Pernik, Pleven, Plovdiv, Razgrad, Ruse, Shumen, Silistra, Sliven, Smolyan, Sofia, Sofia - Grad (Sofia City), Stara Zagora, Targovishte, Varna, Veliko Tarnovo, Vidin, Vratsa, Yambol.

6. Hệ thống pháp luật

Luật dân sự và luật hình sự dựa trên cơ sở luật La Mã.

7. Lịch sử

Từ thế kỷ VI, Bulgaria là vùng đất của người Xla-ơ, đến thế kỷ VII có thêm người Bulgaria nói tiếng Thổ Nhĩ Kỳ. Vào cuối thế kỷ XIV, Bulgaria nằm dưới sự thống trị của đế quốc Ôt-tô-man. Năm 1878, Bulgaria giành được độc lập và dưới sự trị vì của nhà vua người Xla-ơ. Trong Chiến tranh thế giới thứ nhất, Bulgaria đứng trong phe của Đức và Áo. Trong Chiến tranh thế giới thứ hai, Bulgaria theo Khối liên minh Đức – Ý - Nhật. Ngày 9/9/1944, với sự giúp đỡ của Hồng quân Liên Xô, nhân dân Bulgaria đã giành được độc lập từ tay phát xít. Từ đó cho tới năm 1989, chính quyền nằm trong tay Đảng Cộng sản. Sau khi thay đổi thể chế chính trị (tháng 11-1989), Bulgaria đã đổi tên thành Cộng hòa Bulgaria và đã nhiều lần thay đổi chính phủ. Từ tháng 5-1997, chính quyền do Liên minh các lực lượng dân chủ (UDF) nắm.

8. Văn hóa

Bulgaria là đất nước có nền văn hóa lâu đời và phong phú có lịch sử từ hơn 1300 năm nay. Bulgaria có nền văn hóa đa dạng, với nền nghệ thuật, âm nhạc và văn học tuyệt vời là niềm tự hào của người dân Bulgaria từ bao năm nay. Tại Bulgaria còn có dấu ấn lịch sử nền văn minh của người Thracia, người Hy Lạp cổ đại, La Mã, Ostrogoth, Slavs, Varangians và đặc biệt là Bulgar. Bulgaria là quốc gia có những di sản dân gian giàu có nhất trên thế giới. Các di sản Thracian đó bao gồm những ngôi mộ và kho báu vàng, trong khi người Bulgar đã để lại dấu vết di sản trong âm nhạc và kiến trúc từ thuở sơ khai.

Bulgaria được UNESCO công nhận di sản văn hóa thế giới các công trình:

- Hai ngôi mộ Thrace
- Ba di tích của nền văn hóa Bulgaria thời trung cổ (Giáo hội Boyanna, tu viện Rila và các giáo hội Ivanovo)
- Khu bảo tồn thiên nhiên Fisherman Momeerland và Sreburna
- Thành phố cổ Nessebur – một sự kết hợp độc đáo của sự tương tác văn hóa Châu Âu cũng như là một trong những trung tâm quan trọng nhất của thương mại đường biển bên bờ Biển Đen.

Các nhà khảo cổ cho rằng, số lượng các công trình khảo cổ tại Bulgaria lớn thứ 3 Châu Âu chỉ sau Italia và Hy Lạp.

Đây cũng là một trong những đất nước trồng hoa hồng lớn nhất thế giới, có lễ hội Hoa hồng được tổ chức hàng năm tại Kazanlak từ ngày 30/5 đến 1/6.

9. Giáo dục

Giáo dục miễn phí và bắt buộc trong 8 năm, đến hết bậc trung học. Đào tạo khoa học - kỹ thuật được đặc biệt chú ý trong các trường học tại Bulgaria. Để vào được trung học, học sinh phải qua một kỳ thi và phần lớn học sinh ở các thành phố chọn 1 trong 5 loại trường học chuyên ban.

Giáo dục tại Bulgaria được quản lý bởi Bộ Giáo dục và Khoa học. Giáo dục toàn thời gian bắt buộc đối với trẻ em ở độ tuổi từ 7 đến 16. Học sinh được học miễn phí tại hệ thống trường công, trừ các trường tư nhân, cao đẳng và các cấp đại học cao hơn.

Chương trình đào tạo của hệ thống giáo dục Bulgaria tập trung vào 8 môn học chính là: ngôn ngữ Bulgaria, Văn học, ngoại ngữ, toán học, công nghệ thông tin, khoa học xã hội và giáo dục công dân, khoa học tự nhiên và sinh thái học, âm nhạc, nghệ thuật, thể dục. 1 năm học bắt đầu từ ngày 15 tháng 9 và kết thúc vào tháng năm học tháng sau tùy theo cấp học.

10. Ngày nghỉ/lễ tết:

01/01: Năm mới

03/03: Quốc Khánh

10/04: Thứ sáu tốt lành (Good Friday)

13/04: Thứ hai lễ phục sinh

01/05: Ngày Lao động

06/05: Ngày lễ Thánh George, Ngày Anh dũng và Quân đội Bulgaria

24/05: Lễ các thánh Cyril và Methodius

22/09: Ngày Độc lập

24/12: Giáng sinh

25/12: Giáng sinh

II. Tình hình phát triển kinh tế, thương mại và đầu tư

1. Kinh tế

1.1 Tổng quan tình hình phát triển kinh tế

Với vị trí nằm ở Đông Nam Châu Âu, Bulgaria đã đi một chặng đường dài trong quá trình chuyển đổi về kinh tế - xã hội vô cùng bất ổn từ những năm 1990 để trở thành thành viên của Liên minh Châu Âu vào tháng 1 năm 2007. Hiện nay, nền kinh tế của Bulgaria có mức thu nhập bình quân đầu người ở mức 7.420USD (năm 2014).

Trong suốt quá trình gia nhập EU, Bulgaria đã có nhiều cải cách khó khăn để xây dựng nền kinh tế vĩ mô, kích thích tăng trưởng. Bulgaria đã xây dựng vùng đệm tài chính bằng cách tích lũy thặng dư ngân sách từ năm 2004 đến năm 2008 và giảm nợ công từ 70% GDP trong năm 2000 xuống 13,3% trong năm 2008, đây là mức nợ công thấp thứ 2 tại EU. Từ năm 2000 đến năm 2008, GDP bình quân đầu người của Bulgaria đã tăng thêm 6,6%, đây là mức tăng lớn nhất trong lịch sử và đã bắt kịp với mức thu nhập của các nước thuộc Cộng đồng chung Châu Âu.

Trong năm 2008, tăng trưởng kinh tế của Bulgaria chậm lại do ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng kinh tế tài chính toàn cầu, 40% dân số có mức thu nhập kém. Từ năm 2008 đến năm 2014, GDP bình quân đầu người của Bulgaria giảm xuống còn 1,3%. Khoảng 400.000 người Bulgaria bị mất việc làm. Nhờ có biện pháp quản lý tài khóa thận trọng, Bulgaria vượt qua giai đoạn khủng hoảng tài chính với mức GDP năm 2014 khoảng 27,6%. Tuy nhiên thu nhập bình quân đầu người của Bulgaria đã chững lại và chỉ đạt 45% thu nhập trung bình so với các nước thuộc Liên minh Châu Âu. Đến năm 2014, GDP đạt mức 1,6% so với mức tăng trưởng 1,1% năm 2013 theo ước tính của Ngân hàng quốc gia Bulgaria. Tốc độ tăng trưởng GDP nhanh chủ yếu nhờ vào hệ thống bán lẻ, xây dựng và sản lượng công nghiệp được phục hồi trong khi tăng trưởng tín dụng còn ở mức thấp. Thặng dư tài khoản vãng lai trong năm 2014 giảm xuống tương đương 0,04% GDP.

Trong năm 2015, nền kinh tế Bulgaria tăng trưởng đạt mức 1,7%, chủ yếu nhờ xuất khẩu và giá dầu giảm, và dự báo sẽ dừng lại ở mức 1,6% trong năm 2016 do các yếu tố kích thích tăng trưởng trong đó bao gồm nguồn hỗ trợ từ EU không còn. Tuy nhiên mức tăng trưởng kinh tế của Bulgaria được dự báo sẽ đạt mức 2% trong năm 2017 do nhu cầu trong nước tăng. Thâm hụt ngân sách giảm xuống còn 2,8% trong năm 2015 và sẽ ở mức 2,7% trong năm 2016-2017.

1.2 Các ngành kinh tế trọng điểm

1.2.1 Ngành nông nghiệp và thực phẩm

Bulgaria được hưởng các điều kiện tự nhiên tuyệt vời cho việc phát triển ngành nông nghiệp và thực phẩm. Đất nông nghiệp chiếm khoảng 4,9 triệu ha tương đương 44% tổng diện tích lãnh thổ của đất nước này. Khí hậu thuận lợi cho việc sản xuất mùa vụ cùng với nguồn tài nguyên đất thích hợp với các loại cây trồng giúp cho ngành nông nghiệp của Bulgaria vô cùng phát triển. Ngoài ra chi phí lao động thấp cùng với hệ thống các trường đào tạo về nông nghiệp bài bản đã giúp cho các sản phẩm của Bulgaria luôn có sức cạnh tranh tốt. Chính phủ Bulgaria cũng hạn chế các hoạt động mua bán đất đai của các công ty nước ngoài.

Chính phủ Bulgaria xây dựng một chuỗi cung ứng hoàn thiện từ khâu sản xuất đến thành phẩm nhằm phát triển ngành nông nghiệp và thực phẩm tại nước này. 50% lãnh thổ Bulgaria là đất canh tác. Chính phủ Bulgaria đã chú trọng tới việc phát triển các sản phẩm hữu cơ chất lượng cao (trong đó các sản phẩm không được dùng tới công nghệ biến đổi gen). Ngành sản xuất trong nước cũng được chính phủ Bulgaria xây dựng thành một hệ thống và phát triển mạnh mẽ thông qua sự kết hợp của các công ty được lựa chọn trong chuỗi cung ứng là chế biến, kinh doanh và phân phối. Ngoài ra còn có các tổ chức chuyên nghiên cứu về thực phẩm và phát triển các sản phẩm nông nghiệp được thành lập. Chính điều này đã giúp cho Bulgaria trở thành kênh phân phối thực phẩm quan trọng trong khối Cộng đồng chung Châu Âu. Các quy định về thực phẩm và nông nghiệp tại EU cũng được đưa vào các văn bản pháp luật tại Bulgaria, do đó các sản phẩm của Bulgaria luôn đạt được các tiêu chuẩn khắt khe nhất về chất lượng cũng như về sức khỏe người tiêu dùng, đồng thời đảm bảo các quy định về bảo vệ môi trường.

Các loại cây trồng chính được đưa vào sản xuất là cà chua, ớt, thuốc lá, nho, lúa mì, ngô, đậu, khoai tây, hạt hướng dương, đào, mơ, táo, dưa hấu và các loại hạt. Ngành chăn nuôi có một số sản phẩm truyền thống là cừu, lợn, chăn nuôi gia súc gia cầm và ong. Bulgaria luôn giữ vị trí dẫn đầu trong việc xuất khẩu các mặt hàng như nho, thuốc lá, cà chua, mơ và các sản phẩm nông nghiệp khác cho thị trường Châu Âu.

Nhu cầu ngày càng tăng về thực phẩm và đồ uống ở Tây Âu và các thị trường mới cũng góp phần thúc đẩy ngành công nghiệp thực phẩm truyền thống tại Bulgaria phát triển. Trong giai đoạn từ năm 2014 đến 2020, chính phủ Bulgaria đã đầu tư khoảng 2,338 tỷ euro nhằm phát triển nông nghiệp.

1.2.2 Du lịch

Trong những năm 1990, nền kinh tế Bulgaria bước vào thời kỳ quá độ. So với các ngành công nghiệp khác như các ngành công nghiệp nặng, khai thác mỏ, nông nghiệp... thì dịch vụ chính là động lực thúc đẩy nền kinh tế Bulgaria phát triển, đóng góp tới 65,55% tổng giá trị gia tăng. Trong đó du lịch đóng vai trò quan trọng góp phần thúc đẩy nền kinh tế Bulgaria phát triển.

Đa dạng tự nhiên và lịch sử lâu đời là thế mạnh của ngành du lịch Bulgaria. Với vị trí địa lý nằm bên cạnh bờ Biển Đen, núi cao bao phủ 1/3 diện tích, cùng với 9 di sản được Unesco công nhận, hơn 600 suối khoáng và hàng ngàn các điểm tham quan văn hóa, 300 khu di tích lịch sử, 160 tu viện, hơn 330 viện bảo tàng và phòng trưng bày... Bulgaria đã được khách du lịch biết tới như một địa danh du lịch vô cùng cuốn hút và nổi tiếng. Bên cạnh đó, giá cả cũng là một trong những lợi thế giúp Bulgaria cạnh tranh với các thị trường du lịch lớn tại Châu Âu.

Lượng khách du lịch tới Bulgaria tháng 12 năm 2015 đạt mức 441.261 lượt, từ năm 1991 đến đầu năm 2016, tổng lượng khách du lịch tới Bulgaria ước đạt 824 triệu người, tháng 12 năm 2003 đạt mức cao nhất khoảng 3,5 triệu người và thấp nhất là 237 người vào tháng 1 năm 2007. Ngành du lịch Bulgaria đóng góp 3,7% vào tổng GDP quốc gia năm 2014 và ước đạt 2% GDP năm 2015.

2. Thương mại

Theo báo cáo của Liên minh Châu Âu, xuất khẩu tại Bulgaria dự kiến sẽ vượt qua nhập khẩu do nhu cầu tại các nước EU tăng cao, điều này góp phần thúc đẩy nền kinh tế Bulgaria tăng trưởng. Xuất khẩu của Bulgaria còn được hưởng lợi nhiều hơn khi đối tác xuất khẩu chính của Bulgaria là các quốc gia không sử dụng đồng tiền chung Châu Âu.

Trong lịch sử, các ngành công nghiệp chính của Bulgaria là luyện kim, chế tạo máy, hóa chất và nông nghiệp. Tuy nhiên trong thời gian gần đây, các ngành công nghiệp được ưu tiên tại Bulgaria là năng lượng, du lịch, giao thông, công nghệ thông tin và viễn thông, thực phẩm và đồ uống, dược phẩm, dệt may và quần áo. Trong những năm qua, chính phủ Bulgaria đã thực hiện nhiều biện pháp nhằm tái cơ cấu ngành năng lượng trong đó có việc tự do hóa, từ đó tạo môi trường cạnh tranh và cung cấp cho người tiêu dùng nhiều sự lựa chọn.

Theo số liệu của Viện thống kê quốc gia Bulgaria, sản xuất công nghiệp ở Bulgaria tăng 1,7% trong tháng 11 năm 2015 so với cùng kỳ năm 2014. Sản xuất công nghiệp ở Bulgaria tăng trung bình 3,38% từ năm 2001 đến năm 2015, đạt kỷ lục 20,4% vào tháng 3 năm 2003 và thấp nhất là -23% vào tháng 5 năm 2009.

Ngành công nghiệp sản xuất tại Bulgaria tăng 4,6% trong tháng 11 năm 2015 so với cùng kỳ năm 2014, tăng trung bình 4,48% từ năm 2001 đến năm 2015, đạt mức cao nhất 34,7% trong tháng 1 năm 2013 và thấp nhất vào tháng 3 năm 2009 ở mức -26,8%.

Bảng 1: Kim ngạch xuất nhập khẩu của Bulgaria giai đoạn 2010 – Quý III 2015

Đvt: nghìn USD

Năm	Nhập khẩu	Xuất khẩu	Tổng kim ngạch
2010	25.359.886	20.608.005	45.967.891
2011	32.493.611	28.165.220	60.658.831
2012	32.743.134	26.698.780	59.441.914
2013	34.316.573	29.510.574	63.827.147
2014	34.740.042	29.386.540	64.126.582
Quý III - 2015	7.202.213	6.572.305	13.774.518

Nguồn: ITC Trademap, tháng 1/2016

Đối tác xuất khẩu chính của Bulgaria tính đến quý III năm 2015 lần lượt là các quốc gia Đức, Rumani, Italia, Thổ Nhĩ Kỳ, Thụy Sĩ, Pháp... với các sản phẩm chính như khoáng chất và nhiên liệu, điện, thiết bị điện, dược phẩm... Kim ngạch xuất khẩu trong quý III năm 2015 đạt 6,5 triệu USD, giảm 0,8% so với cùng kỳ năm 2014.

Bulgaria nhập khẩu các mặt hàng chính như máy móc, thiết bị, kim loại và quặng, hóa chất và chất dẻo, nhiên liệu, khoáng chất và nhiên liệu... từ các đối tác chính là Đức, Nga, Italia, Rumani, Tây Ban Nha, Thổ Nhĩ Kỳ, Thụy Sĩ... Kim ngạch nhập khẩu trong quý III năm 2015 của Bulgaria đạt 7,2 triệu USD, giảm 1,8 triệu USD so với cùng kỳ năm 2014, tương đương 0.8%.

3. Cơ sở hạ tầng kinh tế²

Thuê bao điện thoại cố định: 1,8 triệu

Điện thoại di động: 9,9 triệu

Thuê bao Internet: 4,1 triệu

Sân bay: 68

Đường sắt: 5.114 km

Đường bộ: 19.512 km

Đường thủy: 470 km

Đường ống nhiên liệu: đường ống dẫn ga: 2.887 km

4. Các chỉ số kinh tế, thương mại, đầu tư cơ bản:

Đơn vị tiền tệ: Leva (BGN)

Năm tài chính: theo dương lịch

GDP (ngang giá sức mua): 129,1 tỉ (2014)

Tỉ lệ tăng trưởng GDP: 1,7% (2014)

GDP bình quân đầu người (PPP): 17.900 USD (2014)

GDP phân bổ theo ngành:

Nông nghiệp: 5,3%

Công nghiệp: 27,2%

Dịch vụ 67,6% (2014)

Sản phẩm nông nghiệp: Rau, quả, thuốc lá, rượu, lúa mì, lúa mạch, hoa hướng dương, củ cải đường, chăn nuôi

Công nghiệp: điện, khí đốt, nước, thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, máy móc thiết bị, kim loại cơ bản, sản phẩm hóa chất, than cốc, dầu mỏ tinh chế, nhiên liệu hạt nhân

Lực lượng lao động: 2,57 triệu (2014)

Lực lượng lao động phân bổ theo ngành:

Nông nghiệp: 6,7%

Công nghiệp: 30,2%

Dịch vụ: 63,1% (2013)

Tỉ lệ thất nghiệp: 11,2% (2014)

Ngân sách:

Thu : 19,95 tỉ USD

Chi: 22,3 tỉ USD (2014)

Nợ công: 25,3% GDP (2014)

Tỷ lệ lạm phát: -1,6% (2014)

Tỷ lệ tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 0,7% (2014)

Kim ngạch xuất khẩu: 27,9 tỉ USD (2014)

Hàng xuất khẩu: Quần áo, giày dép, sắt thép, máy móc thiết bị, nhiên liệu

Đối tác xuất khẩu: Đức (12,3%), Italia (9,1%), Thổ Nhĩ Kỳ (8,9%), Romania (8,1%), Thụy Sĩ (6,8%), Pháp (4,4%), Bỉ (4,2%) (2014).

Kim ngạch nhập khẩu: 31,6 tỉ USD (2014)

Hàng nhập khẩu: máy móc, thiết bị, kim loại và quặng, hóa chất và chất dẻo, nhiên liệu, khoáng chất và nhiên liệu

²Nguồn: www.cia.gov

Đối tác nhập khẩu: Nga (14,5%), Đức (12,4%), Italia(7,2%), Romania (6,9%), Thổ Nhĩ Kỳ (5,6%), Thụy Sĩ (5,2%), Tây Ban Nha (5%) (2014)

Dự trữ vàng và ngoại hối: 22,75 tỷ USD (31/12/2015)

Tỷ giá: Leva(BGN)/ USD: 1,4742 (2014)

Sản xuất điện: 47,21 tỉ kWh (2014)

Tiêu thụ điện: 28,5 tỉ kWh (2013)

Xuất khẩu điện: 9,532 tỉ kWh (2013)

Nhập khẩu điện: 3,351 tỉ kWh (2013)

5. Đầu tư

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là một trong những yếu tố quan trọng hỗ trợ cho tăng trưởng kinh tế Bulgaria. Theo báo cáo của Ngân hàng Quốc gia Bulgaria, đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Bulgaria đạt trung bình 212,89 triệu USD từ năm 1996 đến năm 2015. Mức cao nhất được ghi nhận là vào tháng 12 năm 2007, đạt 1.139 triệu USD, mức thấp nhất là -463 triệu USD vào tháng 9 năm 2010.

Trong các năm từ 2002 đến 2014, dòng vốn FDI đã hỗ trợ rất nhiều cho nền kinh tế Bulgaria, đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất và nâng cao năng lực xuất khẩu cho Bulgaria. Trước khi cuộc khủng hoảng tài chính diễn ra, một nguồn lớn FDI đã được đầu tư vào xây dựng và bất động sản. Mặc dù nguồn vốn FDI hỗ trợ rất nhiều cho các ngành công nghiệp và du lịch tại Bulgaria, tuy nhiên các nhà đầu tư cũng là nguyên nhân gây nên tình trạng bong bóng bất động sản và sự phát triển của ngành bất động sản. Hệ quả là giá nhà đất tại Bulgaria đã giảm 40% và khoảng 1/3 công nhân ngành xây dựng đã bị mất việc. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thu hút nguồn vốn FDI trong lĩnh vực sản xuất để tránh tạo ra sự mất cân bằng trong nền kinh tế. Theo Ngân hàng quốc gia Bulgaria, sau cuộc khủng hoảng tài chính, thành phần đầu tư của nguồn vốn FDI tại Bulgaria đã có sự thay đổi. Các lĩnh vực nhận được nguồn đầu tư nhiều đó là năng lượng (25%), giao thông và truyền thông (16%), xây dựng (8%), công nghiệp chế biến (21%), thương mại (11%), tài chính trung gian (7%), các nguồn đầu tư khác chiếm 11%... Trong đó nguồn năng lượng tái tạo là lĩnh vực thu hút được rất nhiều các nhà đầu tư. Thời gian gần đây, chi phí FDI đầu tư vào năng lượng đã tăng gấp đôi trong các năm từ 2010 đến năm 2013. Lĩnh vực sản xuất năng lượng đã thu hút đc 21% nguồn vốn FDI, trong khi đầu tư vào xây dựng và bất động sản đã chậm lại đáng kể. Đầu tư trực tiếp nước ngoài của Bulgaria năm 2014 đạt khoảng 1,2 tỷ USD trong năm 2014, giảm 7,3% so với năm 2013. Đầu tư trực tiếp nước ngoài đạt 108,2 triệu USD vào tháng 12 năm 2015. Mười nước hàng đầu có dòng vốn FDI đổ vào Bulgaria là Hà Lan, Áo, Anh, Nga, Thụy Sĩ, Bỉ, Tây Ban Nha, Hungary, Cộng hòa Séc và Hoa Kỳ.

6. Quan hệ quốc tế

Hiệp định tự do hóa thương mại giữa Bulgaria, Liên minh Châu Âu, Hiệp hội Thương mại tự do Châu Âu (EFTA) và Hiệp định thương mại tự do Châu Âu (CEFTA) cũng như với Thổ Nhĩ Kỳ và Macedonia đã giúp Bulgaria nâng tầm ảnh hưởng của ngành sản xuất trong nước. Bulgaria gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO) từ năm 1996.

Tháng 3 năm 1993, Bulgari gia nhập Cộng đồng chung Châu Âu và ký kết hiệp định có hiệu lực từ ngày 01/2/1995, Hiệp định tạm thời về thương mại liên quan đến các

vấn đề thương mại khác nhau có hiệu lực từ ngày 31/12/2012. Theo hiệp định này, thuế quan đối với các loại hàng hóa công nghiệp giữa Bulgaria và các nước EU được bãi bỏ vào năm 2007. Từ năm 2008, hàng hóa có xuất xứ từ Bulgaria tới các nước thuộc EU được miễn thuế. Đồng thời Bulgaria cũng nhận được nguồn viện trợ đáng kể cho ngành sản xuất nông nghiệp.

Bulgaria ký kết hiệp định với các nước EFTA (gồm Iceland, Liechtenstein, Na Uy, và Thụy Sĩ) năm 1993 với các điều khoản gần giống với các điều khoản của Cộng đồng chung Châu Âu.

Bulgaria tham gia các tổ chức quốc tế và khu vực sau:

Australia Group, BIS, BSEC, CD, CE, CEI, CERN, EAPC, EBRD, ECB, EIB, EU, FAO, G- 9, IAEA, IBRD, ICAO, ICC (các ủy ban quốc gia), ICt, ICRM, IDA, IFC, IFRC, IHO (thành viên dự khuyết), ILO, IMF, IMO, IMSO, Interpol, IOC, IOM, IPU, ISO, ITU, ITUC (NGOs), MIGA, NATO, NSG, OAS (quan sát viên), OIF, OPCW, OSCE, PCA, SELEC, UN, UNCTAD, UNESCO, UNHCR, UNIDO, UNMIL, UNWTO, UPU, WCO, WFTU (NGOs), WHO, WIPO, WMO, WTO, ZC.

III. Quan hệ hợp tác Việt Nam - Bulgaria

1. Quan hệ ngoại giao

Việt Nam và Bulgaria thiết lập quan hệ ngoại giao từ ngày 8/2/1950. Từ năm 1950 đến 1989 quan hệ hai nước đã phát triển tốt đẹp. Bulgaria đã dành cho Việt Nam rất nhiều sự ủng hộ và giúp đỡ về tinh thần và vật chất trong sự nghiệp đấu tranh giải phóng dân tộc và bảo vệ đất nước. Đặc biệt Bulgaria đã xóa nợ 147 triệu Rúp (so với dân số hơn 8 triệu) cho Việt Nam, Bulgaria đứng đầu trong số các nước XHCN cũ về việc hỗ trợ vật chất cho Việt Nam tính theo đầu người của Bulgaria từ năm 1975 trở về trước.

Từ năm 1990 do Bulgariathay đổi thể chế, quan hệ hai nước đã bị chững lại một thời gian ngắn. Từ năm 1993 quan hệ hai nước đã dần được khôi phục. Chính quyền hiện nay ở Bulgaria tiếp tục duy trì và phát triển mối quan hệ hợp tác truyền thống với Việt Nam.

Từ năm 1993 đến năm 2011, hai nước đã ký kết 19 hiệp định và các văn kiện hợp tác giữa 2 nước tạo cơ sở pháp lý mới cho quan hệ trong nhiều lĩnh vực.

Một số văn kiện hợp tác được ký kết giữa hai nước, tạo cơ sở pháp lý mới cho phát triển quan hệ (không kể những văn kiện đã ngừng hiệu lực):

STT	Tên Hiệp định	Ngày ký
1	Về hợp tác trong lĩnh vực y tế và y học	10/05/2001
2	V/v cùng công nhận văn bằng giáo dục và học vị khoa học	13/02/2001
3	Chương trình hợp tác trong lĩnh vực giáo dục	13/02/2001
4	Về hợp tác trong lĩnh vực bưu chính viễn thông	18/09/2000
5	Về hợp tác văn hóa, khoa học và giáo dục	18/09/2000
6	Về hợp tác trong lĩnh vực vận tải biển thương mại	18/09/2000
7	Về khuyến khích và bảo hộ đầu tư	19/09/1996
8	Nghị định thư về hợp tác giữa 2 Bộ Ngoại giao	25/05/1996
9	Hiệp định tránh đánh thuế hai lần đối với các loại thuế đánh vào thუნhập	24/05/1996
10	Hợp tác kinh tế thương mại	19/03/1993
11	Tuyên bố chung giữa hai Thủ tướng	23/11/2006
12	Hợp tác kinh tế	23/11/2006
13	Hợp tác trong lĩnh vực du lịch	23/11/2006

14	Kế hoạch hợp tác y tế	23/11/2006
15	Biên bản ghi nhớ hợp tác xuất khẩu lao động	4/2008
16	Hiệp định thi hành điều III điểm 2.4.1 Biên bản khóa họp 21 Ủy ban liên Chính phủ (xử lý nợ)	07/07/2010
17	Hiệp định miễn thị thực HC ngoại giao và công vụ	07/07/2010
18	Tuyên bố chung Việt Nam - Bulgaria nhân chuyến thăm cấp Nhà nước của Tổng thống Rosen Plevneliev	2013

Năm 2015, Bulgaria và Việt Nam kỷ niệm 65 năm thiết lập quan hệ ngoại giao. Bulgaria và Việt Nam có thể hỗ trợ cho nhau như “cửa ngõ” vào các thị trường EU và ASEAN. Thỏa thuận về “Mô hình hợp tác kinh tế mới trong chuyến thăm Việt Nam năm 2013 của Tổng thống Rosen Plevneliev và cụ thể hóa trong chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng Plamen Oreshanski năm 2014 đã mở ra hướng xuất khẩu mới cho Việt Nam: hướng tới các sản phẩm mới với giá trị gia tăng như công nghệ thông tin, thiết bị điện, máy và thiết bị y tế, công nghệ sinh học, năng lượng tái tạo và phải tiếp tục tìm khả năng cùng đầu tư vào các lĩnh vực tiềm năng như công nghiệp dược phẩm và công nghiệp hóa chất, dược phẩm, hạ tầng, năng lượng, cùng hợp tác trong việc chuyển giao công nghệ và đào tạo chuyên gia...

2. Quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại

Hiện nay mức độ trao đổi hàng hóa giữa Việt Nam và Bulgaria vẫn còn ở mức thấp. Năm 2015 đánh dấu một bước tiến vượt bậc trong quan hệ trao đổi thương mại giữa hai nước khi tổng giá trị trao đổi thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Bulgaria đạt mức 101 triệu USD. Trong đó xuất khẩu của Việt Nam vào Bulgaria đạt hơn 40 triệu USD, giảm 3,29% so với năm 2014, tuy nhiên kim ngạch nhập khẩu lại tăng vượt bậc so với năm 2014, từ 39 triệu USD lên 61 triệu USD, tương đương tăng 56%.

Bảng 2: Kim ngạch xuất – nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Bulgariagiới đoạn 2012 - 2015

Đơn vị: USD

Năm	2012	2013	2014	2015
Xuất khẩu	37.016.285	41.216.912	47.714.080	40.845.009
Nhập khẩu	21.666.407	26.371.267	39.471.477	61.649.125

Nguồn: Tổng cục Hải quan Việt Nam, tháng 1/2016

Các mặt hàng chủ yếu Bulgaria nhập khẩu từ Việt Nam là gạo, hạt điều, cà phê, hạt tiêu, thủy sản đông lạnh, các sản phẩm từ cao su, đồ da, may mặc, giày dép, máy tính và phụ kiện linh kiện điện tử. Bulgaria xuất khẩu các mặt hàng chính sang Việt Nam gồm thuốc tân dược, thuốc bảo vệ thực vật, lúa mì, thức ăn gia súc, nguyên liệu và phụ gia chế biến thức ăn gia súc, máy móc thiết bị cơ khí và xây dựng.

Nhìn chung tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Bulgaria có xu hướng tăng liên tục trong suốt thời kỳ 2010-2014 với tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm đạt 17%. Tuy nhiên đến năm 2015 lại có sự sụt giảm nhẹ.

Bảng 3: Một số sản phẩm Bulgaria xuất khẩu sang Việt Nam

Đvt: nghìn USD

Sản phẩm	Bulgaria XK sang Việt Nam			Bulgaria xuất khẩu ra thế giới		
	2013	2014	Quý III/2015	2013	2014	Quý III/2015
Xơ Staple nhân tạo	238	39	457	129.175	136.822	28.027
Dược phẩm	2.247	4.388	1.500	888.283	1.023.735	219.917
Hóa chất hữu cơ	1.417	2.654	1.471	94.102	93.042	25.699
Sản phẩm hóa chất khác	2.678	2.457	520	76.814	99.983	41.594
Thuốc lá và máy móc phụ trợ sản xuất thuốc lá	386	177	125	507.942	477.062	86.305
Nhựa và các sản phẩm từ nhựa	2.192	2.022	166	733.895	793.728	202.655
Máy móc, lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi...	548	1.078	248	2.135.344	2.296.710	505.163
Thiết bị y tế, kỹ thuật, hình ảnh...	945	965	224	287.772	307.457	69.669
Muối, lưu huỳnh, thạch cao...	660	793	555	105.892	110.037	30.018
Thiết bị điện, điện tử...	1.033	729	69	2.323.551	2.491.128	623.449

Nguồn: ITC Trademap, tháng 3/2016

Các mặt hàng chủ yếu Bulgaria xuất khẩu sang Việt Nam là các sản phẩm hóa chất hữu cơ, máy móc, thiết bị y tế, kỹ thuật... Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu những mặt hàng này vẫn chỉ dừng lại ở mức thấp, chiếm tỷ trọng nhỏ so với lượng hàng hóa Bulgaria xuất khẩu đi các nước khác trên thế giới. Trong đó, mặt hàng dược phẩm là mặt hàng có kim ngạch lớn nhất, đặc biệt là năm 2014 đánh dấu mức kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng dược phẩm lên tới 4,3 triệu USD, gần gấp đôi so với năm 2013.

Bảng 4: Một số sản phẩm Bulgaria nhập khẩu từ Việt Nam

Đvt: nghìn USD

Các mặt hàng	Bulgaria NK từ Việt Nam			Bulgaria NK từ thế giới		
	2013	2014	Quý III/2015	2013	2014	Quý III/2015
Cà phê, trà, các loại gia vị	14.804	17.098	2.841	125.412	132.155	28.463
Cotton	5.632	7.566	1.439	236.115	234.870	39.288
Cao su và các chế phẩm	3.914	5.698	763	364.677	376.754	102.208
Cá, động vật giáp xác, động vật thân mềm, động vật thủy sản	3.872	2.666	965	67.593	74.738	21.017
Sản phẩm sắt hoặc thép	853	2.439	499	690.907	1.236.253	122.052
Trái cây, quả hạch, vỏ quả họ cam quýt, dưa hấu	711	1.309	958	149.811	155.939	33.504
Nhựa và các chế phẩm từ nhựa	1.135	712	245	1.414.291	1.504.715	345.170
Giày, dép...	545	485	537	178.780	194.870	44.813
Rau, trái cây, hạt.. chế	399	387	46	135.595	146.919	37.357

phẩm thực phẩm						
----------------	--	--	--	--	--	--

Nguồn: ITC Trademap, tháng 3/2016

Các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Bulgaria chủ yếu là những mặt hàng xuất khẩu thế mạnh như trà, cà phê, cao su, thủy sản, trái cây, giày dép... Trong đó mặt hàng trà, cà phê luôn đạt kim ngạch lớn nhất, đạt 17 triệu USD trong năm 2014, tăng 0,2% so với năm 2014, chiếm 0,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Bulgaria với mặt hàng này. Có thể thấy mặc dù là mặt hàng thế mạnh của Việt Nam và đã có thị trường tại nhiều quốc gia trên thế giới, tuy nhiên thị phần của các sản phẩm Việt Nam tại Bulgaria còn quá nhỏ, chưa tương xứng với tiềm năng xuất khẩu của các mặt hàng này.

3. Hợp tác đầu tư và hợp tác phát triển

Việt Nam và Bulgaria là đối tác truyền thống với hơn 4.000 chuyên gia Việt Nam được đào tạo và làm việc tại Bulgaria. Tính đến tháng 9 năm 2015, Bulgaria đứng thứ 61/105 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam với 10 dự án có tổng vốn đăng ký gần 31 triệu USD, tập trung vào lĩnh vực công nghiệp chế tạo, công nghệ thông tin... Hiện tại việc triển khai “Mô hình hợp tác kinh tế mới” giữa Việt Nam và Bulgaria đã được cụ thể hóa bằng nhiều hoạt động hợp tác như: Prista Oil hợp tác với Petro Vietnam về tái chế dầu thải, Bulgatabak cùng Vinataba sản xuất thuốc lá điều để bán sang nước thứ ba, Sopharma cùng với Vimedimex sản xuất thuốc tân dược, Tp. Hồ Chí Minh và Tp. Sofia cùng ký kết Bản ghi nhớ thiết lập quan hệ hữu nghị và hợp tác vào tháng 6 năm 2015.

Hai nước cùng hợp tác những lĩnh vực mà hai bên có thế mạnh và nhu cầu như phát triển nguồn năng lượng điện, năng lượng tái tạo, năng lượng sạch, an ninh năng lượng, xây dựng hạ tầng giao thông, công nghệ thông tin, chuyên gia công nghệ sinh học về vật nuôi, cây trồng, bảo quản và chế biến rau quả sau thu hoạch, du lịch... Để làm được điều này, chính phủ hai nước nhất chí triển khai các giải pháp đồng bộ từ hoàn thiện cơ chế chính sách đến cải tiến, nâng cao hiệu quả các chương trình xúc tiến thương mại, diễn đàn doanh nghiệp, hội chợ, hội thảo. Đồng thời chính phủ hai nước thời gian tới sẽ triển khai những dự án chung trong lĩnh vực nuôi trồng thủy sản và tìm kiếm nguồn vốn hỗ trợ từ EU.

IV. Một số điều cần biết khi kinh doanh với thị trường Bulgaria

1. Các quy định về xuất nhập khẩu

1.1 Thuế quan và thủ tục hải quan

Hàng hóa được khai báo hải quan bằng các chứng từ thương mại hoặc tài liệu khác có liên quan. Cơ quan hải quan có thể sẽ kiểm tra thông tin liên quan đến các tài liệu hoặc dữ liệu liên quan. Ngoài tờ khai hải quan, các chứng từ cần thiết khác bao gồm hóa đơn hoặc hóa đơn chiếu lệ, giấy chứng nhận xuất xứ hoặc giấy chứng nhận vận chuyển hàng hóa để tận dụng xử lý ưu đãi hải quan, chứng từ vận tải, hợp đồng bảo hiểm, đặc điểm kỹ thuật, giấy đăng ký và số nhận dạng các nhà khai thác kinh tế (EORI) và danh mục đóng gói. Cần có giấy chứng nhận thú y hoặc vệ sinh thực vật đối với hàng hóa có nguồn gốc động thực vật. Cơ quan hải quan còn có thể yêu cầu các tài liệu khác, ví dụ như thỏa thuận thương mại hoặc kết quả phân tích trong phòng thí nghiệm.

Tính đến tháng 1/2011, các quy định an toàn và an ninh của Ủy ban Châu Âu về Khai báo hàng hóa trước (Advance Cargo Declaration) là bắt buộc đối với tất cả hàng hóa xuất khẩu, đến hoặc di chuyển thông qua Cộng đồng Châu Âu. Cần phải có chứng từ do cơ quan Nhà nước liên quan cấp phát trong trường hợp hàng hóa phải tuân thủ một quy trình nhập khẩu cụ thể hay một quy định nhập khẩu đặc biệt (giấy phép, đăng ký).

Thuế quan Bulgaria được áp dụng trực tiếp các quy định của Hải quan EU 2913/92 và 245/93/EE kể từ khi Bulgaria gia nhập EU, theo đó quy định:

- Đối với hàng hóa có nguồn gốc từ các quốc gia hoặc các vùng lãnh thổ không thuộc Cộng đồng chung Châu Âu, khi nhập khẩu vào Bulgaria phải tuân thủ các loại thuế quan và thủ tục như khi nhập khẩu vào các nước khác là thành viên của Cộng đồng chung Châu Âu.

- Hàng hóa có nguồn gốc từ các quốc gia thuộc Cộng đồng chung Châu Âu khi nhập khẩu vào Bulgaria được miễn các thủ tục hải quan và không phải trả các loại thuế quan.

1.2 Thủ tục nhập khẩu

Khi vào lãnh thổ hải quan của các nước EU, tất cả các loại hàng hóa đều phải khai báo với cơ quan hải quan và phải được một đơn vị hải quan chấp thuận. Nếu hàng hóa được nhập khẩu, thủ tục thông quan có thể được giải quyết ngay tại văn phòng hải quan tại cửa khẩu hoặc tại hải quan địa phương. Trong trường hợp thứ hai, khi hàng hóa được vận chuyển vào khu vực hải quan của EU, hàng hóa phải được thông quan bởi cơ quan hải quan tại biên giới, cơ quan này sẽ giải quyết các thủ tục quá cảnh. Thông thường, cơ quan hải quan Bulgaria yêu cầu các nhà nhập khẩu cũng là chủ sở hữu hàng hóa phải chịu thuế nhập khẩu.

2. Chính sách thuế và thuế suất

2.1 Thuế nhập khẩu

Theo ngân hàng thế giới, thuế nhập khẩu tại Bulgaria được áp dụng ở mức 0,19% bắt đầu từ năm 2012. Thuế nhập khẩu được áp dụng đối với tất cả các loại hàng hóa có

nguồn gốc từ các quốc gia khác (trừ các quốc gia trong khối cộng đồng chung Châu Âu), bao gồm các khoản thu được tính dựa trên doanh thu hoặc giá trị của từng mặt hàng cụ thể.

2.2 Thuế giá trị gia tăng

Sản phẩm nhập khẩu vào thị trường Bulgariaphải chịu thuế giá trị gia tăng (VAT). Thuế này được tính trên giá trị nhập khẩu của sản phẩm. Nhà nhập khẩu sẽ được hoàn thuế VAT từ cơ quan thuế sau khi sản phẩm đã được bán lại trên thị trường. Mức thuế suất thuế VAT thông thường ở Bulgaria là 20%.

Các loại hàng hóa được hưởng mức thuế suất 0%:

- Vận tải hành khách quốc tế
- Vận chuyển hàng hóa quốc tế, hoặc là nguồn cung liên quan đến vận tải quốc tế
- Nguồn cung liên quan đến lưu thông hàng hóa quốc tế
- Nguồn cung vàng cho các ngân hàng trung ương
- Nguồn cung sản phẩm cho các khu vực thương mại được miễn thuế
- Nguồn cung sản phẩm theo quy định của các hiệp ước, hiệp định, công ước quốc tế mà Bulgaria là thành viên.
- Nguồn cung cấp hàng hóa và dịch vụ mà người nhận là các lực lượng vũ trang của các nước thuộc Hiệp ước Bắc Địa Tây Dương
- Nguồn cung các dịch vụ liên quan đến nhập khẩu, như hoa hồng, đóng gói, vận chuyển và bảo hiểm khi giá trị của chúng đã bao gồm tiền thuế.

2.3 Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp

Theo quy định của chính phủ Bulgaria, thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp được áp dụng ở mức 10% dành cho tất cả các loại hình doanh nghiệp, bao gồm cả các công ty con của công ty nước ngoài được thành lập theo Luật Thương mại Bulgaria. Tất cả các pháp nhân khi đăng ký kinh doanh tại Bulgaria dù có nguồn gốc từ Bulgaria hay không đều phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp. Không khấu trừ thuế thu nhập doanh nghiệp đối với lợi nhuận chưa phân phối.

3. Quy định về bao gói, nhãn mác

EU (trong đó có Bulgaria) quy định một số sản phẩm cụ thể phải được bán theo khối lượng chuẩn. Chỉ thị 80/232/EC đề ra phạm vi sai lệch cho phép của khối lượng ít nhất, dung tích của dụng cụ đựng và thể tích của một loạt các sản phẩm. Chi tiết nội dung Chỉ thị này có thể tham khảo tại: http://Europa.eu.int/eur-lex/en/consleg/main/1980/en_1980L0232_index.html.

Nhãn mác môi trường: EU (trong đó có Bulgaria) ban hành một bộ luật vào năm 1992, sửa đổi vào năm 2000, để phân biệt những sản phẩm góp phần bảo vệ môi trường bằng một loạt các phương thức nhãn mác không bắt buộc gọi là nhãn mác môi trường. Dấu hiệu tượng trưng – một bông hoa xanh – là dấu hiệu không bắt buộc. Bông hoa xanh này chỉ được trao cho những nhà sản xuất có thể chứng minh được rằng sản phẩm của mình ít làm hại đến môi trường hơn là những sản phẩm cùng loại khác. Nhãn hoa xanh được đưa ra cũng nhằm mục đích khuyến khích người tiêu dùng sử dụng những sản phẩm không làm hại môi trường. Tuy nhiên, chương trình nhãn hoa xanh không thiết lập những tiêu chuẩn về môi trường mà tất cả các nhà sản xuất phải tuân theo. Sản phẩm không có nhãn hiệu bông hoa xanh vẫn có thể thâm nhập thị trường Châu Âu

chùng nào các sản phẩm này đạt những điều kiện tối thiểu về sức khỏe, an toàn và môi trường.

Các đối tác muốn xuất khẩu sang EU nói chung và Bulgaria nói riêng có thể cho rằng chương trình nhãn mác môi trường này là một rào cản thương mại không chính thức, được xây dựng không dựa trên những kết luận khoa học rõ ràng và xác thực, và có thể sẽ đối xử không công bằng với các doanh nghiệp nước ngoài. Chương trình nhãn mác môi trường là một chương trình tốn kém (doanh nghiệp có thể phải trả tới 1.300 Euro cho việc đăng ký, 25.000 Euro/năm để mua quyền sử dụng nhãn mác xanh, các doanh nghiệp vừa và nhỏ được giảm 25%). Chính vì thế mà chương trình không được sử dụng rộng rãi. Tuy nhiên, nhãn mác xanh có thể là một công cụ tiếp thị rất tốt, vì nhu cầu sử dụng những sản phẩm xanh và sạch ngày càng gia tăng ở Châu Âu nói chung và Bulgaria nói riêng. Trong tương lai, bông hoa xanh có thể trở thành một dấu hiệu mà người tiêu dùng tìm kiếm.

Thông tin chung được yêu cầu trên nhãn mác đối với hàng hóa là các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm khi nhập khẩu vào thị trường Bulgaria bao gồm:

- Tên sản phẩm
- Danh sách các thành phần, số lượng các thành phần và chủng loại 1 số thành phần nhất định
- Hàm lượng còn khi quá 1,2%
- Trọng lượng tịnh các sản phẩm đóng gói
- Ngày hết hạn
- Điều kiện bảo quản và sử dụng
- Hướng dẫn sử dụng
- Tên công ty, địa chỉ sản xuất hoặc đóng gói, nước sản xuất...

Tất cả các thông tin liên quan đến thực phẩm đều phải chính xác. Chính phủ Bulgaria cho phép bao bì và nhãn mác của các thực phẩm được sử dụng đa ngôn ngữ, tuy nhiên một trong đó phải là tiếng Bulgaria.

Nhãn mác với ngành hàng dệt may: Sản phẩm dệt may phải được dán nhãn hoặc đánh dấu khi được đưa vào thị trường Bulgaria với mục đích thương mại. Các thông tin trên nhãn mác bao gồm: tên, mô tả và thông tin chi tiết về chất xơ của sản phẩm dệt phải được dán trực tiếp trên sản phẩm bán tới tay người tiêu dùng. Một số thông tin khác liên quan đến nhãn hiệu hoặc các chứng nhận chất lượng có thể được liệt kê riêng. Các nước thành viên EU trong đó có Bulgaria có thể có yêu cầu riêng về việc sử dụng ngôn ngữ quốc gia trên các nhãn hiệu theo yêu cầu của từng nước.

Nhãn mác với hàng giày dép: các nhãn mác phải truyền đạt thông tin liên quan đến mũi giày, lớp lót và lót đế trong, đế ngoài. Các thông tin phải được chuyển tải bằng chữ và các hình tượng, hoặc thông tin dạng văn bản đã được phê duyệt theo quy định của chỉ thị.

Vị trí đặt nhãn mác: Nhãn mác phải được đặt trên giày dép, có thể bằng cách in, đan, thêu hoặc sử dụng nhãn dính kèm. Nhãn mác phải rõ ràng, dễ đọc, bảo đảm vững chắc và dễ tiếp cận.

Chỉ thị 94/11/EC quy định: Nhãn mác phải miêu tả rõ những vật liệu của 3 phần chính của giày dép (mũ giày, lớp lót và đế giày), nêu rõ trong từng trường hợp là “da”, “da thuộc”, “vải” hay “loại khác”. Nếu không có vật liệu nào chiếm ít nhất 80% sản phẩm thì nhãn mác phải nêu rõ thông tin về 2 vật liệu chính đã được sử dụng để tạo thành sản phẩm.

Chỉ thị 94/11/EC liên quan đến việc dán nhãn mác các vật liệu được sử dụng trong các thành phần chính của giày dép để bán cho người tiêu dùng có sẵn tại: http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=EN&numdoc=31994L0011&model=guichett

Những yêu cầu nhãn mác trên không áp dụng với những loại giày dép là đối tượng của những luật lệ đặc biệt dưới đây:

- Giày dép bảo hộ theo chỉ thị 89/686/EEC đối với thiết bị bảo hộ cá nhân (Ví dụ: một số loại ủng có đầu bọc ngón chân bằng thép)
- Giày dép được xác định theo chỉ thị 76/769/EEC về các chất nguy hiểm (ví dụ giày dép có chứa chất amiang)

Ngoài ra EU còn yêu cầu pháp lý cụ thể với giày dép nhập khẩu nhưng quy định về buôn bán sản phẩm da có nguồn gốc từ loài động vật có nguy cơ tuyệt chủng và chống bán giá phá.

4. Quy định về kiểm dịch động thực vật

Là một thành viên của Liên minh Châu Âu (EU), Bulgaria tuân theo tất cả các tiêu chuẩn chung của EU.

Chính phủ Bulgaria cũng thiết lập một hệ thống các trung tâm nhằm thử nghiệm và kiểm soát nguồn thực phẩm. Bộ Nông nghiệp và thực phẩm Bulgaria kiểm soát chặt chẽ toàn bộ các sản phẩm nông nghiệp thông qua Cơ quan an toàn thực phẩm (Bulgaria food safety agency – BFSA). Cơ quan này đồng thời kiểm soát việc nhập khẩu động vật, thức ăn/nguyên liệu và động vật sống không dành cho tiêu dùng trực tiếp.

5. Quyền sở hữu trí tuệ

Là một thành viên của EU, Bulgaria áp dụng các quy định chung của EU về quyền sở hữu trí tuệ:

- Quy định của EU số 1383/2003 ngày 22/7/2003 liên quan đến các hoạt động hải quan đối với hàng hóa bị nghi ngờ xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và các biện pháp được thực hiện đối với các hàng hóa vi phạm bản quyền.
- Quy định của EU số 207/2009 ngày 26/2/2009 về nhãn hiệu thương mại cộng đồng
- Quy định số 6/2002 ngày 12/12/2001 về Cộng đồng thiết kế.
- Quy định số 469/2009 ngày 6/5/2009 liên quan đến giấy chứng nhận bảo vệ bổ sung cho các sản phẩm thuốc.

Ngoài ra Bulgaria cũng ban hành một số Luật và quy định liên quan đến vấn đề quyền sở hữu trí tuệ bao gồm:

Quy định về việc đăng ký và cấp bằng sáng chế

Luật quy định về nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý

Luật về thiết kế công nghiệp

Luật bảo hộ giống cây trồng và giống động vật mới

Các quy định khác nhau về việc quy trình xét duyệt quyền sở hữu trí tuệ công nghiệp.

6. Quy định về tiêu chuẩn đối với hàng hoá và dịch vụ

Là một thành viên của EU nên Bulgaria tuân theo các tiêu chuẩn EU. Trong khi một số tiêu chuẩn Châu Âu được ban hành thành luật, nhiều tiêu chuẩn khác vẫn còn trong giai đoạn chuyển đổi, một số các tiêu chuẩn còn lại thì vẫn chưa được áp dụng ở từng nước thành viên. Trong trường hợp không có tiêu chuẩn của EU, tiêu chuẩn quốc gia sẽ được áp dụng.

Các sản phẩm được kiểm tra và chứng nhận ở nước ngoài có thể sẽ bị kiểm tra và chứng nhận lại theo quy định của EU (trong đó có Bulgaria), vì EU có thể có cách tiếp cận khác đối với việc bảo vệ sức khỏe và an toàn của người tiêu dùng cũng như môi trường. Khi không nằm trong một hệ thống quy định kỹ thuật cụ thể nào đó, sản phẩm đều phải tuân theo Chỉ Thị của EU về An toàn cho các Sản phẩm Thông thường cũng như một số quy định khác. Tham khảo thêm tại http://Europa.eu.int/comm/consumers/cons_safe/prod_safe/index_en.htm.

Các tiêu chuẩn của EU được xây dựng trong những năm gần đây theo Cách tiếp cận mới được áp dụng tại tất cả 27 nước thành viên EU để đảm bảo hàng hóa có thể di chuyển tự do giữa các nước thành viên. Mục đích của chương trình tiêu chuẩn hóa toàn EU theo Cách tiếp cận mới là hệ thống hóa quá trình tiêu chuẩn hóa kỹ thuật, và xây dựng tiêu chuẩn của một số nhóm sản phẩm bao gồm máy móc, đồ chơi, sản phẩm xây dựng, bộ phận điện tử, thiết bị bảo vệ cá nhân, thiết bị cân nặng không tự động, thiết bị y tế, thiết bị khí, nồi hơi, thiết bị trạm truyền thanh và viễn thông (RTTE). Cũng theo Cách tiếp cận mới, các Chỉ thị nêu rõ các quy định thiết yếu về an toàn, sức khỏe và môi trường. Ba tổ chức tiêu chuẩn khu vực EU CEN, CENELEC và ETSI, được Ủy Ban chỉ định xây dựng các tiêu chuẩn kỹ thuật thống nhất với những quy định quan trọng nhất của Chỉ thị EU. Mặc dù hệ thống tiêu chuẩn chung của các nước thành viên EU tạo điều kiện cho các sản phẩm xâm nhập thị trường của các nước này một cách thuận lợi, các nhà sản xuất nên lưu ý rằng các quy định và tiêu chuẩn kỹ thuật khác nhau có thể trở thành rào cản thương mại nếu tiêu chuẩn của nước xuất khẩu khác các tiêu chuẩn của EU.

Chứng nhận: Các tổ chức chứng nhận độc lập đã được cơ quan có thẩm quyền ủy nhiệm tiến hành và chứng nhận tiêu chuẩn EU.

Quá trình ủy quyền cho các tổ chức chứng nhận độc lập hoạt động được tiến hành ở cấp quốc gia. “Tổ chức Chứng nhận Châu Âu” (<http://www.European-accreditation.org/>) là một tổ chức đại diện cho các tổ chức chứng nhận quốc gia. Các tổ chức chứng nhận quốc gia tại các nước Châu Âu đều có thể tham gia vào hệ thống này nếu họ chứng minh được rằng họ có thể quản lý một hệ thống chứng nhận tuân thủ quy định EN45003 hoặc ISO/IEC Hướng dẫn 58.

Đánh giá tính hợp chuẩn:

Đánh giá tính hợp chuẩn là một bước bắt buộc đối với các nhà sản xuất khi muốn buôn bán ở EU nói chung và Bulgaria nói riêng. Mục đích của việc đánh giá tính hợp chuẩn là để đảm bảo việc nhà sản xuất tuân thủ quy định của EU trong tất cả các khâu của quá trình sản xuất. Luật Sản phẩm của Châu Âu cho nhà sản xuất một số cơ hội chọn lựa liên quan đến công tác đánh giá tính hợp chuẩn, phụ thuộc vào mức độ nguy hiểm khi sử dụng sản phẩm. Các chọn lựa này có thể là tự chứng nhận, kiểm tra theo chủng loại, hệ thống kiểm tra chất lượng sản xuất, và hệ thống bảo đảm chất lượng toàn diện. Doanh nghiệp có thể truy cập danh sách các tổ chức đánh giá tính hợp chuẩn của các nước thành viên tại địa chỉ trực tuyến sau của Ủy ban Châu Âu: <http://Europa.eu.int/comm/enterprise/nando-is/home/index.cfm>.

Để thúc đẩy quá trình chứng nhận tiêu chuẩn cho sản phẩm cuối cùng, doanh nghiệp có thể tham gia các chương trình đánh giá tính hợp chuẩn tự nguyện. Hệ thống chứng nhận của CEN là Keymark, dấu CENCER, và Nhóm Hiệp định Tiêu chuẩn Châu Âu. CENELEC cũng có một chương trình riêng tại: www.cenelec.org/Cenelec/Homepage.htm. Còn ETSI không cung cấp các dịch vụ đánh giá tính hợp chuẩn.

Nhãn chứng nhận về độ an toàn cho người dùng (CE):

CE (European Conformity) là nhãn hiệu bắt buộc đối với hàng hoá (theo quy định) và được coi như hộ chiếu thương mại vào thị trường EU. Trước hết, CE chú trọng đến vấn đề an toàn cho người tiêu dùng và bảo vệ thiên nhiên hơn là đến chất lượng của sản phẩm. CE là bắt buộc đối với các sản phẩm, được quy định tại 25 nước EU, trong đó có Áo, thậm chí tại cả các nước Ailen, Liechtenstein và Nauy.

- Nhãn CE chỉ yêu cầu đối với những loại sản phẩm gồm:
 - Đồ chơi
 - Máy móc
 - Thiết bị điện
 - Thiết bị điện tử
 - Thiết bị y tế
 - Thiết bị bảo hộ cá nhân
 - Thiết bị áp lực
 - Thiết bị y tế cấy ghép
 - Thiết bị y tế chẩn đoán trong ống nghiệm
 - Thiết bị vô tuyến và viễn thông đầu cuối
 - Bình áp lực đơn giản
 - Các dụng cụ đốt cháy nhiên liệu khí gas
 - Thang máy
 - Các thiết bị dùng cho ngành giải trí
 - Thiết bị cân không tự động
 - Các đường cáp treo
 - Các thiết bị và máy xây dựng
 - Các loại thuốc nổ dân dụng
 - Các thiết bị và hệ thống bảo vệ phòng chống cháy nổ
 - Bình đun nước nóng.

Đề bán sản phẩm trong danh mục nêu trên cho thị trường gồm 28 nước thành viên của EU trong đó có Bulgaria, các nhà xuất khẩu nước ngoài cần áp dụng nhãn CE. Những quy định sản phẩm có mang nhãn CE cho các nhà sản xuất một số cơ hội lựa chọn, cũng như phải quyết định những vấn đề an toàn, sức khỏe cần quan tâm, những mô hình đánh giá tính hợp chuẩn nào thích hợp nhất với quá trình sản xuất cụ thể, và liệu có phải sử dụng những tiêu chuẩn chung của toàn Châu Âu hay không.

Các sản phẩm được sản xuất theo tiêu chuẩn của CEN, CENELEC và ETSI là những sản phẩm đạt chuẩn chung, được coi là đã thỏa mãn yêu cầu của các Chỉ thị EU. Nhà sản xuất lúc này có thể đánh dấu CE cho sản phẩm của mình và đưa ra tuyên bố sản phẩm của mình thực hiện đúng các qui định.

Nhà sản xuất có thể không sử dụng các tiêu chuẩn chung của EU, nhưng phải chứng tỏ rằng sản phẩm của mình vẫn thỏa mãn các quy định thiết yếu nhất về an toàn và chất lượng. Rào cản thương mại xảy ra khi tiêu chuẩn về thiết kế, chứ không phải chất lượng, được các tổ chức tiêu chuẩn Châu Âu xây dựng, và khi đối tác nước ngoài không có thông tin về quá trình tiêu chuẩn vì không có mặt ở Châu Âu.

Mục đích của CE chủ yếu là để làm đơn giản hóa quá trình kiểm tra thị trường tối thiểu đối với một số mặt hàng của các cơ quan kiểm soát quốc gia của các nước thành viên. Mặc dù dấu CE được dùng chủ yếu cho mục đích kiểm tra, người tiêu dùng có thể coi đây là một dấu hiệu chứng nhận chất lượng.

Nhãn CE không bao gồm thông tin kỹ thuật cụ thể của sản phẩm, nhưng phải có đủ thông tin để cơ quan kiểm soát có thể tìm đến nhà sản xuất hoặc là đại diện của nhà sản xuất ở Châu Âu. Thông tin này không nên xuất hiện bên cạnh nhãn CE, mà được khai trong bản tuyên bố thỏa mãn quy trình, chứng nhận quy trình (nhà sản xuất hay người đại diện lúc nào cũng phải sẵn sàng xuất trình giấy chứng nhận quy trình và hồ sơ kỹ thuật của sản phẩm) hoặc trên những văn bản kèm theo sản phẩm.

7. Thành lập văn phòng đại diện

Một cá nhân hoặc tổ chức nước ngoài đều có thể đăng ký thành lập văn phòng đại diện thương mại tại Bulgaria, miễn là cá nhân hoặc thực thể đó được quyền kinh doanh theo pháp luật quốc gia của nước mình. Một công ty có thể thiết lập một văn phòng đại diện để tiến hành các hoạt động thu thập thông tin và không sinh lợi, chẳng hạn như thực hiện các chương trình khuyến mãi bán hàng, triển lãm, các cuộc trình diễn, đào tạo hoặc quảng cáo sản phẩm và dịch vụ, bằng cách đăng ký với Phòng thương mại và Công nghiệp Bulgaria.

Một văn phòng đại diện thương mại không tạo ra thu nhập và do đó không phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp tại Bulgaria. Tuy nhiên nếu một văn phòng đại diện thương mại tham gia vào các hoạt động kinh doanh tại Bulgaria thì sẽ phải chịu thuế và công ty mẹ tại nước ngoài sẽ phải chịu trách nhiệm đóng thuế thu nhập doanh nghiệp tính trên lợi nhuận có được từ các hoạt động kinh doanh của văn phòng đại diện thương mại tại Bulgaria.

Một văn phòng đại diện không được tính là một đại diện pháp lý ở Bulgaria. Luật Khuyến khích đầu tư tại Bulgaria đã đặt ra một số hạn chế nhất định về hoạt động của

văn phòng này. Đặc biệt, văn phòng đại diện không được thực hiện các hoạt động thương mại. Luật Thương mại xác định các hình thức hiệp hội kinh tế khác nhau và điều tiết sự thành lập, tổ chức và chấm dứt hoạt động của các hiệp hội này. Mặc dù có thể đăng ký như một chi nhánh của một tổ chức nước ngoài tại Bulgaria, loại hình tổ chức phổ biến nhất cho các nhà đầu tư nước ngoài đó là Công ty trách nhiệm hữu hạn (OOD) hoặc Công ty trách nhiệm hữu hạn do một người sở hữu (EOOD).

8. Nhượng quyền thương mại

Hơn một nửa những thương hiệu nhượng quyền kinh doanh có mặt tại Bulgaria đã tham gia thị trường trong mười năm qua và đã có sự đột biến đáng kể trong giai đoạn 2008-2011. Sự tăng trưởng này thậm chí sẽ tăng nhanh hơn nữa trong thời gian tới. Một số thương hiệu nhượng quyền lớn ở Bulgaria là: KFC, Dunkin Donuts, Subway, Berlitz, National Geographic, Remax, GNC, McDonald's, Wilson Learning... Những thương hiệu mới tham gia gần đây tại thị trường Bulgaria là Dale Carnegie, Pizza Domino, Curves, Subway và Starbucks.

Hệ thống pháp luật của Bulgaria điều tiết các thỏa thuận nhượng quyền thương mại. Pháp luật quy định cụ thể về quan hệ lao động, hợp đồng cho thuê có thể thương lượng một cách tự do và pháp luật bảo vệ các thương hiệu, bằng sáng chế và bản quyền. Hiện nay vẫn chưa có luật nhượng quyền thương mại hoặc các quy định cụ thể liên quan đến mô hình kinh doanh này. Nói chung, không cần phải thực hiện việc đăng ký riêng biệt hoặc xin phê duyệt của Chính phủ để thành lập một doanh nghiệp nhượng quyền thương mại.

9. Văn hoá kinh doanh

Người Bulgaria ít nghi thức trang trọng hơn người Tây Âu, từ cách ăn mặc cho đến cách tiến hành kinh doanh. Các cuộc họp, bao gồm cả ăn trưa và ăn tối, được sử dụng như là một cơ hội để làm quen và làm cơ sở cho việc phát triển thông tin. Các công ty sử dụng các cuộc chiêu đãi buổi tối tại khách sạn, nhà hàng, trung tâm hội nghị, triển lãm thương mại, và thậm chí cả các viện bảo tàng, phòng triển lãm, trưng bày xe cho các hoạt động công chúng và để củng cố các mối quan hệ kinh doanh.

Một thói quen khác của người Bulgaria là cử động biểu lộ đồng ý hay không đồng ý lại mang ý nghĩa trái ngược ở Bulgaria. Việc lắc đầu từ trái sang phải, thường kèm theo nụ cười có ý nghĩa là 'đồng ý' trong khi gật đầu lên xuống nghĩa là 'không đồng ý'. Nhưng với việc sử dụng ngoại ngữ ngày càng tăng, một số người Bulgaria cũng sẽ biểu lộ ý kiến bằng cử động đầu theo kiểu phương Tây điển hình. Vì vậy tốt nhất để hiểu rõ tình hình là dựa vào việc trả lời bằng lời nói.

Người Bulgaria làm việc 40 giờ mỗi tuần. Các doanh nghiệp mở cửa lúc 8h30 hoặc 9h sáng từ thứ Hai đến thứ Sáu. Trong những tháng mùa hè, việc lên lịch các cuộc họp trễ vào những ngày thứ Sáu có thể khó khăn vì người lao động có xu hướng nghỉ làm sớm để đi chơi vào cuối tuần. Tại các khu vực của Châu Âu, hoạt động kinh doanh thường giảm nhịp độ vào cuối tháng 7 và gần hết tháng 8 khi hầu hết người Bulgaria có kỳ nghỉ kéo dài.

V. Đánh giá tiềm năng thị trường Bulgaria

Bulgaria nằm ở vị trí chiến lược như là cầu nối nối liền EU và các thị trường đang phát triển nhanh chóng như Nga, Thổ Nhĩ Kỳ, Trung Đông và các nước CIS. Chính phủ Bulgaria cũng nhấn mạnh vào việc thực hiện hiện đại hóa cơ sở hạ tầng trong những năm tới để làm giảm đáng kể thời gian vận chuyển hàng hóa, nhằm thu hút các nhà đầu tư. Bulgaria là một trong những quốc gia có mức nợ công thấp nhất trong Liên minh Châu Âu (18,9% GDP) và có mức thâm hụt ngân sách thấp nhất. Bulgaria nằm trên tuyến đường thương mại nối liền Châu Á và Châu Âu, người già trên 65 tuổi chiếm khoảng 17% dân số, tỉ lệ sinh thấp và dân số có xu hướng giảm dần, điều này tạo ra sự khác biệt trong phong cách tiêu dùng của người dân thị trường Bulgaria.

Trừ một số nhà nhập khẩu lớn có văn phòng ở Bulgaria, hàng hóa muốn xâm nhập vào Bulgaria nên thông qua các đại lý nhập khẩu, vì các đại lý nhập khẩu chính là những người có quan hệ mật thiết với các kênh phân phối. Khi liên hệ với đại lý nhập khẩu, nhà bán lẻ của Bulgaria, doanh nghiệp nên liên hệ trực tiếp với họ qua email hoặc qua fax, trong đó cần gửi đầy đủ danh sách sản phẩm kèm giá chi tiết, sau khi đã liên hệ với đối tác.

Mặc dù các nhà nhập khẩu thường chuyên về một sản phẩm nhất định nhưng khi đưa vào thị trường Bulgaria, ít có đại lý nào chỉ phân phối một sản phẩm mà họ thường phân phối đồng thời nhiều loại sản phẩm. Để xâm nhập thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam có thể thông qua các hiệp hội ngành hàng của Bulgaria để tiếp cận đối tác. Tìm được một đại diện địa phương tốt và có uy tín là một yếu tố quan trọng trong việc thâm nhập thành công vào thị trường Bulgaria. Việc tiến hành cần thăm định kỹ lưỡng trước khi lựa chọn một đại diện. Nên tranh thủ sử dụng các dịch vụ pháp lý địa phương có năng lực cao cho các cuộc đàm phán hợp đồng.

Năm 2015 là năm đánh dấu 65 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước. Việt Nam và Bulgaria là đối tác truyền thống lâu đời với hơn 4000 chuyên gia Việt Nam được đào tạo và làm việc tại Bulgaria. Bulgaria đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối hợp tác kinh tế giữa các nước Trung – Nam Âu với khu vực Châu Á, trong đó có Việt Nam trong thời gian qua. Tuy nhiên kim ngạch thương mại hai chiều giữa hai nước vẫn ở mức khiêm tốn, chưa xứng với tiềm năng của hai quốc gia. Với vị trí địa lý thuận lợi, Bulgaria là cửa ngõ để hàng hóa của Việt Nam có thể xâm nhập vào thị trường Châu Âu.

Hiện nay, Việt Nam xuất khẩu một số mặt hàng thế mạnh sang Bulgaria trong đó có cà phê, hạt tiêu, gạo... Tuy nhiên sản lượng chưa lớn và chưa khai thác hết tiềm năng tại thị trường này. Trong khi đó nhu cầu tiêu thụ hàng nông sản và một số các mặt hàng thế mạnh của Việt Nam vẫn ở mức cao. Tuy nhiên, các nhà xuất khẩu Việt Nam cần lưu ý tới nguồn gốc và các tiêu chuẩn dành cho các sản phẩm nông nghiệp khi xuất khẩu sang thị trường Bulgaria. Tại Bulgaria, ngoài việc áp dụng các tiêu chuẩn của Liên minh Châu Âu thì tất cả các sản phẩm rau củ, trái cây đều nói không với giống biến đổi gen (GMO). Đây cũng là một trong những điểm đáng lưu ý cho các nhà xuất khẩu Việt Nam.

VI. Một số địa chỉ liên hệ hữu ích

Đại sứ quán Bulgariatai Hà Nội

Địa chỉ: Số 5 Núi Trúc, Vạn Phúc, Hà Nội, P.O. Box10Tel.: +844 38452908

Fax: +844 38460856

Đường dây nóng ngoài giờ: +84 123 9409129

Giờ làm việc chính thức của Văn phòng Lãnh sự: Thứ Hai đến thứ Sáu,

9AM -12PME-mail:Embassy.Hanoi@mfa.bg

Đại sứ quán Việt Nam tại Sofia, Bulgaria

Địa chỉ: #1, Jetvarka St., Sofia 1113,Bulgaria

Văn phòng Đại sứ quán: 9632743/201

Phòng Thư ký: 963 2609/200

Lãnh sự: 9632609/110

Bộ phận Kinh tế - Thương mại: 9632609/102

Email:vnemb.bg@mofa.gov.vn

Tiếp khách lãnh sự: từ 09:30 đến 12:00 thứ Ba và thứ Năm

Điện thoại: (359) 29632609

Fax: (359) 29633658

Email:vnemb.bg@mofa.gov.vn

Cơ quan Hải quan Quốc gia (National Customs Agency)

Tổng giám đốc: Ông Vanyo Tanov

Địa chỉ: 47, G.S Rakovski street, 1202 Sofia

Phone: (359) (2) 9859-4443,9859-4213

Fax: (359)(2)980-4061

E-mail:pr@customs.bg

Website:<http://www.customs.bg/>

VII. Tài liệu tham khảo

Thông tin tổng quan về thị trường Bulgariacó tại các website:

- www.cia.gov
- <http://www.usda.gov>
- <https://home.kpmg.com>
- <http://ec.europa.eu>
- <http://www.doingbusiness.org>
- <http://www.tradingeconomics.com>

Thông tin về quy định nhập khẩu vào Bulgaria và số liệu xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Bulgaria có tại:

- www.trademap.org

Thông tin về quan hệ ngoại giao Việt Nam – Croatia trên website của Bộ Ngoại giao Việt Nam (www.mofa.gov.vn).

Trang web của Cục Xúc tiến thương mại: www.vietrade.gov.vn

Trang web của Bộ Công Thương: www.moit.gov.vn



Mọi thông tin xin liên hệ:

Cục Xúc tiến thương mại

Phòng Nghiên cứu Phát triển thị trường

Địa chỉ: 20 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: 84.4.3934 8145

Fax: 84.4.3936 6218

Email: nctt@vietrade.gov.vn

Website: <http://www.vietrade.gov.vn>