

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM

BÁO CÁO
THỊ TRƯỜNG BULGARIA

Thành phố Hồ Chí Minh 2025

MỤC LỤC

Chương 1: Môi trường kinh tế - chính trị Bulgaria	6
Vị trí địa lý	6
Chính phủ.....	7
Cơ sở hạ tầng	8
Tổng quan kinh tế	8
Lịch sử	13
Đường lối đối ngoại	13
Văn hoá xã hội	14
Các ngành kinh tế mũi nhọn	20
Kinh tế số	21
Thành viên Liên minh châu Âu (EU)	31
Các thách thức thị trường	32
Chiến lược xâm nhập thị trường	32
Một số hiệp hội	33
Xu hướng tiêu dùng	36
Chương 2: Bán sản phẩm và dịch vụ	77
Sử dụng một đại lý hoặc nhà phân phối	77
Thành lập văn phòng	78
Nhượng quyền thương mại	79
Tiếp thị trực tiếp	80
Liên doanh/cấp phép.....	81
Bán hàng cho Chính phủ.....	82
Các kênh phân phối và bán hàng	83
Các yếu tố/kỹ thuật bán hàng.....	85
Xúc tiến thương mại và quảng cáo	85
Thương mại điện tử	86
Bảo vệ tài sản trí tuệ	88
Định giá.....	92
Dịch vụ bán hàng/Hỗ trợ khách hàng	92
Thẩm định đúng mức.....	92

Các nguồn thông tin trên web	93
Chương 3: Quan hệ song phương Việt Nam và Bulgaria	95
Hợp tác Việt Nam - Bulgaria.....	96
Quan hệ thương mại song phương Việt Nam - Bulgaria.....	98
Tình hình xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria năm 2024.....	99
Tình hình nhập khẩu của Việt Nam từ Bulgaria năm 2024.....	108
Đầu tư.....	117
Các rào cản phi thuế quan.....	117
Chương 4: Các quy định về thương mại, hải quan, tiêu chuẩn.....	129
Biểu thuế nhập khẩu	129
Các rào cản thương mại	129
Tạm nhập	135
Các yêu cầu về nhãn hiệu và ký mã hiệu.....	135
Tiêu chuẩn thương mại	155
Thông tin liên hệ	157
Website EU	159
Chương 5: Môi trường đầu tư	161
Mở cửa đối với đầu tư nước ngoài	163
Các hạn chế về quyền sở hữu của nước ngoài.....	164
Các hiệp định đầu tư song phương và hiệp định thuế	165
Tính minh bạch của hệ thống pháp lý.....	165
Tính độc lập của hệ thống pháp luật và tư pháp.....	167
Các chính sách đầu tư khác	169
Luật lệ và các quy định về FDI.....	170
Khuyến công.....	172
Luật cạnh tranh và chống độc quyền.....	172
Sung công và bồi thường.....	173
Công ước ICSID và Công ước New York.....	173
Hệ thống pháp lý.....	176
Phá sản	177
Các chính sách ưu đãi đầu tư	180

Khu thương mại tự do/Cảng tự do.....	181
Sở hữu bất động sản.....	183
Quyền sở hữu trí tuệ	183
Thị trường vốn và đầu tư gián tiếp	186
Tiền tệ và hệ thống ngân hàng.....	187
Các chính sách chuyển đổi và chuyển tiền.....	188
Doanh nghiệp nhà nước.....	188
Chương trình tư nhân hóa.....	189
Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.....	190
Tham nhũng.....	193
Lao động	195
Xu hướng đầu tư	197
Các yêu cầu về thành quả	198
Lưu trữ dữ liệu	198
Quyền tư hữu và thành lập doanh nghiệp.....	198
Thống kê đầu tư trực tiếp nước ngoài.....	199
Chương 6: Tài trợ thương mại và dự án.....	201
Các phương thức thanh toán.....	201
Hệ thống ngân hàng.....	201
Quản lý ngoại hối.....	203
Vấn đề tài trợ dự án	203
Các nguồn thông tin trên Web	207
Chương 7: Những điều cần biết khi kinh doanh tại Bulgaria	208
Tầm quan trọng của cuộc họp kinh doanh.....	208
Lập kế hoạch các cuộc họp kinh doanh.....	208
Quá trình đàm phán	209
Giao thức cuộc họp kinh doanh	209
Các động thái sau cuộc gặp với khách hàng.....	210
Bữa ăn trong kinh doanh.....	211
Tập quán kinh doanh	212
Các yêu cầu về thị thực nhập cảnh	213

Truyền thông, điện.....	219
Tiền tệ	220
Giao thông vận tải.....	221
Sân bay và Hãng hàng không	222
Ngôn ngữ	222
Y tế.....	223
Thời gian làm việc, các ngày nghỉ lễ.....	223
Tạm nhập vật liệu và các đồ dùng cá nhân.....	224
Chương 8: Các đầu mối tiếp xúc, các sự kiện thương mại	226
Các đầu mối tiếp xúc	226
Các sự kiện thương mại	237
Tài liệu tham khảo	265

Chương 1: Môi trường kinh tế - chính trị Bulgaria

Vị trí địa lý

Bulgaria nằm ở phía đông nam của bán đảo Balkan và có diện tích 110.993 km vuông. Bulgaria có một vị trí địa lý chiến lược ở khu vực Balkan với đường biên giới dài về phía bắc dọc theo sông Danube tiếp giáp với Romania. Về phía nam, Bulgaria tiếp giáp biên giới với Hy Lạp và Thổ Nhĩ Kỳ và giáp với Serbia và Macedonia về phía tây. Biển Đen hình thành một biên giới tự nhiên về phía đông.

Tên nước: Cộng hòa Bulgaria

Diện tích: 110.879 km vuông, gồm 108.489 km vuông đất liền và 2.390 km vuông mặt nước. Địa hình chủ yếu của Bulgaria là núi non, các vùng đất thấp nằm ở phía bắc và đông nam, đất canh tác chiếm khoảng 41% lãnh thổ. Một số đường bộ chính từ châu Âu đến châu Á băng ngang qua lãnh thổ Bulgaria.

Bulgaria có khí hậu lục địa ôn hòa. Tháng lạnh nhất là tháng Giêng khi nhiệt độ trung bình là -2°C và tháng nóng nhất là tháng 7 với nhiệt độ trung bình khoảng

25°C. Nhiệt độ trung bình hàng năm là 12°C và lượng mưa trung bình hàng năm là 700mm.

Các dân tộc: Người Bulgaria 78,5%, người Thổ Nhĩ Kỳ 7,8%, người Roma 4,1%, các dân tộc khác 1,2%, không xác định 9,4% (ước tính năm 2021)

Tôn giáo: Thiên chúa giáo 64,7%, Hồi giáo 9,8%, khác 0,1%, không có 4,7%, không xác định 20,7% (ước tính năm 2021)

Dân số: 6.782.659 người, với 3.303.491 nam và 3.479.168 nữ (ước tính năm 2024)

Cấu trúc độ tuổi (ước tính 2024)

- 0-14 tuổi: 13,8% (479.586 nam/ 453.423 nữ)
- 15-64 tuổi: 65,2% (2.250.962 nam/ 2.171.279 nữ)
- Từ 65 tuổi trở lên: 21% (572.943 nam/ 854.466 nữ)

Tỷ lệ tăng trưởng dân số: -0,66% (ước tính năm 2024)

Dân số đô thị: 76,7% (2023)

Tốc độ đô thị hóa: -0,28% (giai đoạn 2020-2025)

Thủ đô của Bulgaria là Sofia và là thành phố lớn thứ 13 trong Liên minh châu Âu. Các thành phố lớn khác bao gồm Plovdiv, Varna, Bourgas và Rousse. Khoảng 1/4 lực lượng lao động trong nước tập trung ở Sofia, nơi đóng góp khoảng 34,3% GDP của Bulgaria.

Ngày Quốc khánh: 3/3

Chính phủ

Bulgaria là một nước cộng hòa nghị viện, được lãnh đạo bởi tổng thống. Tổng thống được bầu trực tiếp với nhiệm kỳ 5 năm và có thể đảm nhiệm vị trí này tối đa 2 nhiệm kỳ. Tổng thống đại diện nước Cộng hòa Bulgaria trong các mối quan hệ quốc

tế. Tổng thống có quyền phê chuẩn một số hiệp định ngoại giao và quân sự nhất định, ban hành các luật và chỉ huy các lực lượng vũ trang...

Tổng thống hiện nay là Rumen Radev và Phó Tổng thống là Iliana Iotova (từ 22/01/2017).

Đứng đầu Chính phủ: Thủ tướng Boyko Borisov. Đây là nhiệm kỳ thứ 3 của Thủ tướng Borisov, từ 27/07/2009 đến nay.

Nội các: Hội đồng Bộ trưởng do Thủ tướng đề cử và quốc hội bỏ phiếu chấp thuận.

Cơ sở hạ tầng

Bulgaria nằm ở trung tâm của Đông nam châu Âu. Vị trí địa lý chiến lược của đất nước này được tăng cường mạnh mẽ hơn nữa bởi số lượng đường sắt và đường cao tốc quốc tế đi ngang qua đất nước này và các cảng thương mại trên biển Đen và sông Danube. Các hành lang vận tải toàn châu Âu băng ngang qua Bulgaria là IV, VII, VIII, IX và X. Một mạng lưới gồm 8 đường cao tốc (E79, E83, E871, E772, E70, E773, E87 và E85) đi qua đất nước, kết nối đến Tây Âu, Nga, Tiểu Á và Biển Đen.

Bulgaria có năm cảng chính. Các cảng lớn nhất là Varna và Bourgas, cả hai cảng này đều nằm trên bờ Biển Đen. Rousse, Lom và Vidin là những cảng thương mại quan trọng trên sông Danube.

Bulgaria có ba sân bay lớn nằm ở các thành phố Sofia, Varna và Bourgas. Sân bay Sofia là sân bay quốc tế hàng đầu của đất nước. Nhà ga sân bay mới được xây dựng gần đây có thể phục vụ khoảng 2,6 triệu người và xử lý 26.000 tấn hàng hóa mỗi năm. Fraport điều hành hoạt động của các sân bay Varna và Bourgas theo một hợp đồng nhượng quyền 35 năm. Năm 2007, sân bay Varna nâng gấp đôi công suất bằng việc khai trương một nhà ga hành khách mới.

Tổng quan kinh tế

GDP thực tế (PPP)

- 219,645 tỷ đô la (ước tính năm 2024)
- 213,64 tỷ đô la (ước tính năm 2023)
- 209,683 tỷ đô la (ước tính năm 2022)

Lưu ý: dữ liệu tính theo đô la năm 2021

Tốc độ tăng trưởng GDP thực tế

- 2,8% (ước tính năm 2024)
- 1,9% (ước tính năm 2023)
- 4% (ước tính năm 2022)

GDP thực tế bình quân đầu người

- 34.100 USD (ước tính năm 2024)
- 33.100 USD (ước tính năm 2023)
- 32.400 USD (ước tính năm 2022)

Lưu ý: dữ liệu tính theo đô la năm 2021

GDP (chính thức Tỷ giá hối đoái): 112,212 tỷ đô la (ước tính năm 2024)

Tỷ lệ lạm phát (giá tiêu dùng)

- 2,4% (ước tính năm 2024)
- 9,4% (ước tính năm 2023)
- 15,3% (ước tính năm 2022)

Cơ cấu GDP, theo ngành

- Nông nghiệp: 2,1% (ước tính năm 2024)

- Công nghiệp: 22,5% (ước tính năm 2024)
- Dịch vụ: 62,6% (ước tính năm 2024)

Nông sản: Lúa mì, ngô, hạt hướng dương, lúa mạch, sữa, hạt cải dầu, nho, khoai tây, lúa mì lai, cà chua (2023)

Ngành công nghiệp: Điện, khí đốt, nước; thực phẩm, đồ uống, thuốc lá; máy móc và thiết bị, phụ tùng ô tô, kim loại cơ bản, sản phẩm hóa chất, than cốc, dầu mỏ tinh chế, nhiên liệu hạt nhân; trung tâm gia công phần mềm

Lực lượng lao động: 3,124 triệu người, xếp hạng 107 trên thế giới (ước tính năm 2024)

Lưu ý: số người được tính trong khoảng từ 15 tuổi trở lên và đang làm việc hoặc đang tìm kiếm việc làm

Tỷ lệ thất nghiệp

- 4,2% (ước tính năm 2024)
- 4,4% (ước tính năm 2023)
- 4,3% (ước tính năm 2022)

Kiều hối

- 2,4% GDP (ước tính năm 2024)
- 2,2% GDP (ước tính năm 2023)
- 2,3% GDP (ước tính năm 2022)

Ngân sách (ước tính năm 2023)

Thu: 35,615 tỷ USD

Chi: 37,546 tỷ USD

Kim ngạch xuất khẩu

- 62,661 tỷ USD (ước tính năm 2024)
- 63,415 tỷ USD (ước tính năm 2023)
- 63,246 tỷ USD (ước tính năm 2022)

Các đối tác xuất khẩu: Đức 14%, Romania 11%, Ý 8%, Hy Lạp 6%, Thổ Nhĩ Kỳ 5% (năm 2023)

Những mặt hàng xuất khẩu chính: Dầu mỏ tinh chế, hàng may mặc, đồng tinh chế, lúa mì, khí đốt tự nhiên (năm 2023)

Kim ngạch nhập khẩu

- 60,029 tỷ USD (ước tính năm 2024)
- 59,158 tỷ USD (ước tính năm 2023)
- 62,261 tỷ USD (ước tính năm 2022)

Các đối tác nhập khẩu: Đức 12%, Thổ Nhĩ Kỳ 8%, Romania 8%, Nga 7%, Ý 6% (2023)

Các mặt hàng nhập khẩu chính: dầu thô, quặng đồng, ô tô, thuốc đóng gói, điện (2023)

Tỷ giá hối đoái (leva (BGN) trên mỗi đô la Mỹ)

- 1,808 (ước tính năm 2024)
- 1,809 (ước tính năm 2023)
- 1,86 (ước tính năm 2022)
- 1,654 (ước tính năm 2021)
- 1,716 (ước tính năm 2020)

Bulgaria là một quốc gia nhỏ ở vùng Đông Nam châu Âu và đã trở thành thành viên của Liên minh châu Âu kể từ năm 2007. Quốc gia này đang cung cấp nhiều cơ hội kinh doanh đáng lưu ý trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là phát triển hạ tầng, CNTT và nông nghiệp.

Bulgaria có thu nhập bình quân đầu người của nước này vẫn thấp nhất trong các thành viên EU và việc phụ thuộc vào nhập khẩu năng lượng và nhu cầu nước ngoài đối với hàng xuất tăng trưởng nhạy cảm với các điều kiện thị trường bên ngoài.

Chính phủ đã tiến hành cải cách cơ cấu kinh tế trong những năm 1990 để chuyển nền kinh tế từ nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế thị trường tự do hơn. Những cải cách này bao gồm tư nhân hóa các doanh nghiệp nhà nước, tự do hóa thương mại và củng cố hệ thống thuế - những thay đổi ban đầu gây ra một số khó khăn về kinh tế nhưng sau đó đã giúp thu hút đầu tư, thúc đẩy tăng trưởng và cải thiện dần dần điều kiện sống.

Từ năm 2000 đến năm 2008, Bulgaria duy trì mức tăng trưởng GDP thực tế trung bình hàng năm mạnh mẽ, vượt quá 6%, sau đó là cuộc suy thoái sâu vào năm 2009 khi cuộc khủng hoảng tài chính khiến nhu cầu trong nước, xuất khẩu, dòng vốn và sản xuất công nghiệp giảm, buộc chính phủ để kiểm chế chi tiêu. Tăng trưởng GDP thực vẫn chậm - dưới 2% hàng năm - cho đến năm 2015, khi nhu cầu tăng lên từ các nước EU đối với hàng xuất khẩu của Bulgaria, cộng với dòng vốn phát triển của EU, đã thúc đẩy tăng trưởng lên hơn 3%.

Trong những năm gần đây, nhu cầu trong nước mạnh mẽ kết hợp với giá năng lượng quốc tế thấp đã góp phần vào tăng trưởng kinh tế của Bulgaria đạt mức 4% và cũng đã giúp giảm lạm phát. Việc quản lý tài chính công thận trọng của Bulgaria đã góp phần vào thặng dư ngân sách cả năm 2016 và 2017.

Bulgaria phụ thuộc rất nhiều vào nhập khẩu năng lượng từ Nga. Vào cuối năm 2016, Chính phủ Bulgaria đã cấp vốn cho Công ty Điện lực Quốc gia Bulgaria để trang trải khoản bồi thường 695 triệu USD cho nhà sản xuất thiết bị hạt nhân Atomstroyexport của Nga vì việc hủy bỏ dự án Nhà máy điện hạt nhân Belene mà

Chính phủ Bulgaria đã chấm dứt vào năm 2012. Thị trường khí đốt tự nhiên cũng gần như hoàn toàn phụ thuộc vào Nga. Các dự án cơ sở hạ tầng như Inter-Connector Hy Lạp-Bulgaria và Inter-Connector Bulgaria-Serbia nhằm đa dạng hoá nguồn cung khí đốt Bulgaria đã bị đình trệ hoặc đạt được tiến độ hạn chế.

Năm 2016, Chính phủ Bungari đã thành lập Cơ quan Chính phủ điện tử Nhà nước. Cơ quan mới này chịu trách nhiệm về quản trị điện tử, điều phối các chính sách quốc gia với EU và tăng cường an ninh mạng.

Mặc dù có chế độ đầu tư thuận lợi, mức thuế thu nhập doanh nghiệp thấp và ổn định, nhưng vẫn còn những thách thức lớn như tỷ lệ tham nhũng, cơ quan tư pháp yếu kém, năng suất thấp, thiếu minh bạch trong mua sắm công và sự hiện diện của tội phạm có tổ chức tiếp tục cản trở môi trường đầu tư và triển vọng kinh tế của đất nước.

Lịch sử

Quốc gia Bulgaria thành lập năm 681. Sau ngày lập quốc, Bulgaria luôn là đối tượng xâm chiếm và tranh giành ảnh hưởng của các cường quốc. Bulgaria có 2 thời kỳ hưng thịnh: từ thế kỷ 7 - 10 và từ thế kỷ 12 - 13. Đế quốc Vizantine đô hộ 170 năm (971 - 1185); đế quốc Thổ Nhĩ Kỳ đô hộ 500 năm (1396 - 1878). Năm 1878, Bulgaria được giải phóng. Từ đó, đất nước bước vào thời kỳ phát triển tư bản chủ nghĩa.

Sau ngày Tổng Bí thư Đảng cộng sản Todor Jivkov bị lật đổ (10/11/1989), Bulgaria xoá bỏ thể chế XHCN, chuyển sang xây dựng Nhà nước đa nguyên chính trị và kinh tế thị trường.

Đường lối đối ngoại

Đường lối chung về đối ngoại của Bulgaria là ưu tiên quan hệ với EU và các nước đồng minh là Mỹ, NATO; chú trọng cân bằng quan hệ Đông – Tây; tăng cường quan hệ với các nước láng giềng và một số nước khu vực châu Á, trong đó có Việt Nam và Trung Quốc.

- Bulgaria hoàn thành những mục tiêu quan trọng nhất trong chính sách đối ngoại của mình sau khi thay đổi thể chế chính trị: là thành viên chính thức NATO (29/3/2004) và gia nhập Liên minh châu Âu - EU (1/1/2007).
- Tháng 4/2006, ký với Mỹ Hiệp định hợp tác trong lĩnh vực Quốc phòng, cho phép Mỹ cùng sử dụng 4 căn cứ quân sự từ năm 2007, thời hạn 10 năm. Tháng 03/2008, Bulgaria là 1 trong 6 nước sớm phê chuẩn hiệp ước Lisbon nhằm thống nhất EU; hiện phấn đấu gia nhập không gian Schengen vào năm 2011 và khu vực đồng tiền chung Châu Âu năm 2015.
- Trên các diễn đàn đa phương, Bulgaria là Ủy viên Không thường trực HĐBA nhiệm kỳ 2002-2003; tham gia lực lượng gìn giữ hòa bình ở Nam Tư cũ, Cô-xô-vô, Áp-gani-xtan, I-rắc và miền nam Li-băng; là Chủ tịch luân phiên của tổ chức An ninh và Hợp tác Châu Âu (OSCE) nhiệm kỳ 2004; lần đầu tiên tham dự ASEM-7 tại Bắc Kinh năm 2008.
- Chính phủ của ông B. Borissov cầm quyền từ 7/2009 cơ bản tiếp tục đường lối đối ngoại của các Chính phủ trước, nhưng triển khai Hội nhập sâu hơn với EU, được EU tiếp tục cấp các khoản viện trợ và đầu tư; tăng cường quan hệ đồng minh với Mỹ và các nước láng giềng; xét lại các dự án lớn về năng lượng đã ký với Nga.
- Vị thế quốc tế của Bulgaria được cải thiện, nhất là trong khu vực

Văn hoá xã hội

Một số nền văn minh cổ, đáng chú ý nhất là của người Thrace, Hy Lạp, La Mã, Slavơ, và Bulgar, đã để lại dấu ấn trong văn hoá, lịch sử và di sản của Bulgaria. Các đồ tạo tác Thrace gồm nhiều ngôi mộ và đồ vàng bạc, trong khi người Bulgar cổ để lại dấu vết của họ trong văn hoá và kiến trúc sơ kỳ. Cả đế chế Bulgaria thứ nhất và thứ hai đều là những đầu mối của châu Âu Slavơ trong hầu hết thời Trung Cổ, để lại ảnh hưởng đáng chú ý về văn hoá và văn học trong thế giới Slavơ Chính thống phía Đông qua các trường phái Preslav và Trường phái Văn học Ohrid. Bảng chữ cái Cyrill, được sử dụng trong nhiều ngôn ngữ Đông Âu và châu Á, có nguồn gốc từ hai trường phái này ở thế kỷ 10 Công Nguyên.

Ngày nay Bulgaria có chín Địa điểm di sản thế giới của UNESCO – bức chạm nổi đá đầu thời kỳ Trung Cổ Madara Rider, hai lăng mộ Thrace (tại Sveshtari và Kazanlak), Nhà thờ Boyana, Tu viện Rila và Các Nhà thờ Đá Ivanovo, Vườn Quốc gia Pirin và Khu Dự trữ Thiên nhiên Srebarna, cũng như thành phố cổ Nesebar. Một đồ tạo tác lịch sử quan trọng khác là kho tàng vàng chế tác cổ nhất thế giới, có niên đại từ thiên niên kỷ thứ 5 trước Công Nguyên, từ Nghĩa trang Varna.

Nước này có một truyền thống âm nhạc lâu dài, bắt nguồn từ đầu thời kỳ Trung Cổ. Một trong những nhà soạn nhạc nổi tiếng sớm nhất được biết ở Châu Âu Trung Cổ là Yoan Kukuzel (khoảng 1280–1360). Âm nhạc dân gian quốc gia có đặc trưng riêng biệt và sử dụng nhiều nhạc cụ truyền thống, như gudulka (гъдулка), gaida (гайда) – kèn túi, kaval (кавал) và tupan (тъпан). Bulgaria cũng có một di sản nghệ thuật thị giác giàu có, đặc biệt trong tranh tường, mural và các biểu tượng, nhiều tác phẩm trong số này là tác phẩm của Trường phái nghệ thuật Tarnovo.

Rượu Bulgaria được xuất khẩu đi khắp thế giới, và tới năm 1990 nước này vẫn đứng thứ hai thế giới về tổng lượng xuất khẩu rượu đóng chai. Ở thời điểm năm 2007, nước này sản xuất 200.000 tấn rượu hàng năm, xếp hạng 20 thế giới. Bulgaria cũng sản xuất một lượng lớn bia và rakia (chủ yếu sản xuất tại nhà).

Du lịch:

Bulgaria có khí hậu ôn hòa, mùa đông lạnh và ẩm, mùa hè khô nóng. Mùa xuân, đặc biệt từ tháng 4 đến giữa tháng 6 là thời gian thích hợp du lịch nhất. Ngày dài hơn, thời tiết tốt, các nhà hát và lễ hội văn hóa diễn ra nhiều. Mùa hè vào giữa tháng 6 đến đầu tháng 9 thích hợp leo núi, tham dự lễ hội, nhưng đây là mùa cao điểm vì du khách từ khắp nơi đổ về. Vào thời điểm này, nhiệt độ thời tiết rất cao, bãi biển ở vùng Biển Đen cực kỳ đông, khách sạn và khu đất cắm trại thường phải đặt trước.

Tháng 9 là một trong những tháng tốt nhất để tham quan Bulgaria. Cây cối mùa thu sum suê, đầy trái cây, rau quả, bạn có thể bơi và tắm nắng ở bãi biển Đen. Mùa trượt tuyết bắt đầu từ giữa tháng 12 cho đến cuối tháng 4.

Bulgaria Air tiếp quản tất cả hệ thống vận chuyển hàng không quốc gia kể từ khi Balkan Airlines sụp đổ năm 2002, sát nhập cùng Hemus Air năm 2007. Hãng hàng không này cung cấp nhiều chuyến bay đến các thành phố khác ở châu Âu nhưng vẫn chưa có chuyến bay thẳng từ thủ đô Sofia đến các trung tâm châu Á hay Bắc Mỹ.

Khách du lịch từ châu Á, Úc thường phải quá cảnh tại một số nước châu Âu khác. Xe bus và xe lửa là cách dễ dàng nhất đến Bulgaria từ châu Âu và Thổ Nhĩ Kỳ, có tuyến thường xuyên ở Greece, Yugoslavia, Macedonia, Albania, Istanbul, Prague và Tây Âu. Khi vào Bulgaria, bạn phải cho biết sẽ băng qua biên giới nào khi bạn xuất phát, theo đó để trả tiền thuế đường. Còn có thuế tẩy uế cho xe cộ của bạn nữa.

Xe bus nối các thành phố, thị trấn chính và dễ dàng đưa du khách từ thị trấn đến trung tâm giao thông lớn. Ở một số nơi, xe bus là của chính phủ. Loại xe đó cũ, không thoải mái, chậm. Xe bus của các hãng tư nhân mới, nhanh và thoải mái hơn, thường hoạt động ở các thị trấn lớn, các thành phố và giá vé cũng đắt hơn xe bus công cộng một tí. Đối với xe bus công cộng, bạn chỉ cần mua vé từ phòng vé trong bến. Mua vé trong bến bảo đảm cho bạn chỗ ngồi và bạn sẽ mua đúng tuyến đường theo bản số xe. Tuy nhiên, đôi khi phòng vé lại bảo bạn mua vé từ xe bus.

- Sofia - Thủ đô và là điểm tham quan thú vị nhất Bulgaria. Nơi đây có nhiều công viên, trung tâm thị trấn, nhiều quán bar, quán rượu, vũ trường, hơn 250 di tích lịch sử và là nơi lý thú để tiếp cận văn hóa.

- Plovdiv - Thành phố lớn thứ hai trong nước. Có nhiều cửa hàng mua sắm và công viên rất đẹp, là thành phố cổ có nhà hát được bảo tồn, nhiều ngôi nhà phục hưng phong cách Bulgaria. Hãy nhớ đến thăm tu viện Bachkovo cách nơi đây khoảng 1 giờ.
- Varna - Thành phố lớn thứ ba trong nước, có nhiều khu nghỉ dưỡng trên bãi biển. Nổi tiếng với cuộc sống về đêm, nhất là trong mùa hè.

- Burgas - Là một hải cảng thương mại, nhà máy dầu. Gây ấn tượng với đường bờ biển và gần khu kinh doanh, mua sắm khiến thành phố này nổi tiếng về du lịch.

- Rousse - Được ví như Vienna thu nhỏ, thành phố này có nhiều kiến trúc khó quên mà không ở đâu tại Bulgaria có được. Hiện tại, Rousse được xem như thành phố lớn thứ 4 ở Bulgarian, trung tâm văn hóa, kinh tế, tài chính quan trọng.
- Stara Zagora - trung tâm của tỉnh Stara Zagora, có hơn 8000 năm lịch sử, là một trong những địa danh cổ nhất còn tồn tại đến ngày nay của châu Âu. Đừng bỏ qua Làng khảo La Mã, Neolithic Dwellings, Regional Art Gallery, vô số quán cà phê, phòng triển lãm chẳng khác nào một Paris thu nhỏ.
- Vratsa - một trong những thành phố đẹp nhất Bulgaria. Là trung tâm quan trọng về tài chính, kinh tế, du lịch, văn hóa. Là thành phố lớn nhất vùng Tây Bắc Bulgaria.
- Shumen - dù có rất nhiều tòa nhà mới nhưng cũng có một khu vực nhỏ với các tòa nhà cổ. Một nửa đại lộ là dành cho người đi bộ với nhiều quán cà phê. Bao bọc quanh đó là hình khắc người cưỡi ngựa Madara chạm trên vách núi. Đây là một trong những di sản thế giới của UNESCO. Còn có lăng mộ Thracian và hai thủ đô cổ của Vương quốc Bulgarian – Pliska và Preslav. Tây Nam của Shumen gần với Kotel, ở đây có ngôi làng Medven xinh đẹp với những ngôi nhà gỗ, thác nước nhỏ, các nhà hàng ngon miệng và khách sạn thoải mái.
- Veliko Turnovo - Một thành phố xinh đẹp nằm trên bờ biển, thủ đô cũ của Bulgaria ở thời trung cổ. Những ngôi đền và tường thành đã được tái tạo, hãy nhớ đến thăm khu Arbanassi gần đó.
- Sliven - Một sân gôn lý tưởng, giá vừa phải. Thích hợp nghỉ dưỡng.
- Smolyan - Địa điểm du lịch thích hợp cho các cặp tình nhân, nổi tiếng với các bảo tàng lịch sử, nhà hát kịch, trung tâm mô hình vũ trụ. Cách đó vài cây số là khu nghỉ dưỡng trượt tuyết Pamporovo.
- Vidin - Một thành phố dễ thương nằm bên bờ sông Danube. Nơi đây từng là thành phố quan trọng của Bulgaria, địa phận của giám mục và thủ đô của những ngôi làng sau này thành cảng và pháo đài quan trọng của sông Danube dưới thời đế chế Ottoman. Địa điểm nổi tiếng nhất là Pháo đài Bada Vida, xây dựng từ thế kỷ 10 đến

thế kỷ 14. Ở đây còn nhiều nhà thờ nổi tiếng như St Pantaleimon, St Petka, St Greatmartyr Demetrius. Đi du thuyền dọc bờ sông sẽ đem lại cảm giác không thể nào quên trong lòng du khách.

- Belogradchik - Tàn dư của tiền đồn La Mã tại Đông Bắc Bulgaria.
- Kurdzhali – Thành phố tọa lạc dưới một con đập khổng lồ, có nhiều di tích lịch sử và di tích cổ.
- Velingrad – Thành phố bao bọc bởi núi Rhodope, có hơn 70 suối nước khoáng gần đó, biến thành phố này thành nơi có nguồn nước khoáng thiên nhiên lớn nhất nước.
- Gabrovo - Nhớ đến thăm House of Humour and Satire (Nhà triển lãm Tác phẩm hài và trào phúng). Đến thăm bảo tàng ở Etura – bảo tàng dạng mở, từng lò ngôi làng kiểu Bulgaria xưa, triển lãm thức ăn và đồ thủ công mỹ nghệ. Làng dân tộc của Bozhenci tọa lạc gần Gabrovo. Có công trình tôn vinh cuộc chiến tự do tại Núi Shipka. Không xa đó là tu viện Dryanovo tọa lạc trên hẻm núi.
- Kazanluk - xem cách chế biến dầu hoa hồng nổi tiếng của Bulgari – tốt nhất nên đến vào tháng 5 hay 6. Có ngôi mộ Thracian gần Kazanlak nên ghé thăm. Trong ngôi làng Shipka gần Kazanlak có một nhà thờ người Nga rất xinh đẹp xây lên để tưởng niệm quân lính Nga đã ngã xuống trong cuộc chiến Shipka.
- Asenovgrad - một thành phố nhỏ gần Plovdiv, ngay cửa ngõ của núi Rhodope, nổi tiến vì loại rượu vang đỏ Pamid. Đây cũng là thành phố có nhiều người dân theo đạo thiên chúa giáo. Hãy nhớ đến thăm Khu đền Asen và tu viện Bachkovo nằm ở phía Nam thành phố.
- Melnik - thử loại rượu vang đỏ tuyệt vời ở đây, ngắm các Kim tự tháp cát và leo lên tu viện Rozhen.
- Nesebar - Một thị trấn nhỏ xinh đẹp nằm bên bờ biển Đen của Bulgaria, cách phía Nam Varna vài giờ. Một trong những di sản văn hóa thế giới của Bulgaria.

- Sozopol - Cùng với Nesebur là hai thị trấn biển có những ngôi nhà truyền thống và các công trình khảo cổ. Vào đầu tháng 9, thành phố này tổ chức lễ hội nghệ thuật Apollonia nổi tiếng.
- Bansko - một thị trấn cổ xinh đẹp nằm trên núi Pirin, với những ngôi nhà tân trang, tường đá, những con đường lát sỏi, nhưng ngày càng phát triển, biến thành nơi tọa lạc của những khách sạn nghỉ dưỡng, Bansko còn là điểm trượt tuyết chính ở Tây Nam châu Âu. Đỉnh cao nhất của núi Pirin cao 2916m, từ thành phố đến mất khoảng 1 ngày. Vào giữa tháng 8, nơi đây tổ chức lễ hội Bansko Jazz. Cách Bansko không xa là suối nước khoáng nóng tọa lạc ở các ngôi làng Banya và Ognianovo.
- Semkovo - một khu nghỉ dưỡng trên núi, nằm ở phía Bắc thị trấn Belitsa. Nó nằm ở đỉnh núi chính phía Nam của dãy Rila, ẩn giữa cánh rừng thông rậm rạp.
- Chiprovtsi – Thị trấn miền núi xinh đẹp ở Tây bắc, nổi tiếng với nghề dệt thảm. Thảm ở đây làm bằng tay – dệt trên khung dệt thừng. Thư giãn và xem những cuộc diễu hành của làng dệt, tham dự lớp học dệt, hay đi bộ đến thác Chiprovtsi gần đó.
- Thung lũng các vị vua Thracian – Một khu vực di sản văn hóa UNESCO, lăng mộ Thracian của Kazanlak, nhiều ngôi mộ khác từ thế kỷ thứ V đến thứ II trước Công nguyên, có nhiều đồ tạo tác bằng vàng, đồng do giáo sư Kitov tìm thấy. Khu vực bảo tàng Kazanlak trưng bày số lượng cổ vật khổng lồ tìm thấy trong 12 lăng mộ hoàng gia.
- Koprivshtitsa - tên gọi của vùng này khiến khách du lịch nước ngoài rất khó phát âm, nhưng Koprivshtitsa là một ngôi làng cổ kiểu Bulgaria rất đẹp – đừng nên bỏ qua khi du lịch đến đây.
- Pamporovo - một trong những khu nghỉ dưỡng mùa đông nổi tiếng ở Tây Nam châu Âu. Nên đến đây vào mùa hè, vì lúc đó núi Rhodope đẹp nhất trong năm. Pamporovo là địa điểm thích hợp cho trượt tuyết, leo núi, thích hợp cho những ai có thú tiêu khiển du khảo miền núi.

- Rila - là địa danh có nhiều tu viện xinh đẹp. Một trong những tu viện nổi tiếng nên tham quan là tu viện Rila. Rila còn là ngọn núi cao nhất trong bán đảo Balkan, đỉnh núi Musala cao 2925m. Khu đẹp nhất nên đến thăm là khu 7 hồ của Rila, được xem như Thánh Địa của White Brotherhood.
- Balkan - Đây là ngọn núi chia cách hai miền Nam Bắc Bulgaria.
- Obединение – Ngôi làng Bulgaria nhỏ bé nằm gần Veliko Tarnovo
- Hissar - Địa danh nổi tiếng với các suối nước khoáng.
- Iskrets - Ngôi làng Bulgaria nổi tiếng gần Sofia, khoảng 50km về phía Bắc. Có nhiều hang động xinh đẹp, tự nhiên. Iskrets nằm ở một thung lũng ngập tràn ánh nắng và bao bọc bởi rừng thông. Nơi đây còn có viện điều dưỡng xây dựng vào đầu thế kỷ XX, nằm trong khu vườn của tu viện cổ Uspenie Bogorodichno. Iskrets còn là nơi sinh của ca sĩ Pháp nổi tiếng Sylvie Vartan.

Các ngành kinh tế mũi nhọn

Năng lượng

Về sản xuất điện trên đầu người, nước này xếp hàng thứ tư tại Đông Âu. Ngoài ra, Bulgaria có một ngành công nghiệp hạt nhân mạnh vì các mục đích hoà bình. nhà máy điện hạt nhân duy nhất của Bulgaria nằm ở vùng phụ cận Kozloduy, và có tổng công suất 3.760 MW. Việc xây dựng nhà máy điện hạt nhân thứ hai đã được Bản mẫu:Vào gần Belene với công suất dự tính 2.000 MW. Các nhà máy nhiệt điện (TPPs) sản xuất một lượng điện khá lớn, với hầu hết tập trung tại Khu phức hợp Maritsa Iztok.

Công nghiệp và mỏ

Công nghiệp đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Dù Bulgaria không có trữ lượng lớn về dầu mỏ và khí tự nhiên, nước này sản xuất ra một số lượng đáng kể khoáng chất, kim loại và điện. Bulgaria là nhà sản xuất dầu mỏ hạng thấp (thứ 97 trên thế giới) với tổng sản lượng 3.520 bbl/ngày. Các nhà thăm dò phát hiện ra

giếng dầu đầu tiên của Bulgaria gần Tyulenovo năm 1951. Trữ lượng được chứng minh khoảng 15.000.000 bbl. Sản xuất khí tự nhiên đã sụt giảm mạnh hồi cuối thập niên 1990. Trữ lượng khí tự nhiên được chứng minh khoảng 5.663 bln. cu m. Khai mỏ là một nguồn thu xuất khẩu chủ yếu, và đã trở thành yếu tố chủ chốt của nền kinh tế Bulgaria. Nước này là nhà sản xuất than đứng hạng 19 thế giới, đứng thứ 9 về sản xuất bismuth, đứng thứ 19 về sản xuất đồng, và 26 về kẽm. Luyện kim sắt cũng có tầm quan trọng lớn. Hầu hết sản lượng thép và gang có từ Kremikovtzi và Pernik, với một cơ sở luyện kim thứ ba tại Debelt. Về sản xuất thép và sản lượng thép trên đầu người nước này đứng đầu vùng Balkan. Các nhà máy tinh luyện chì và kẽm lớn nhất nằm tại Plovdiv (nhà máy tinh luyện lớn nhất giữa Italia và dãy núi Ural), Kardzhali và Novi Iskar; đồng tại Pirdop và Eliseina; nhôm tại Shumen. Về sản lượng nhiều loại kim loại trên đầu người, như kẽm và sắt, Bulgaria đứng hạng nhất ở Đông Âu. Khoảng 14% tổng sản lượng công nghiệp liên quan tới chế tạo máy và 20% nhân lực trong lĩnh vực này. Tầm quan trọng của nó đã giảm bớt kể từ năm 1989.

Nông nghiệp

Sản lượng nông nghiệp đã giảm về tổng thể kể từ năm 1989, nhưng sản xuất đã gia tăng trong (những năm gần đây), và cùng với các ngành công nghiệp liên quan như chế biến thực phẩm nó vẫn đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Trồng cây chiếm tỷ lệ lớn hơn chăn nuôi. Thiết bị nông nghiệp gồm hơn 150.000 máy cày và 10.000 máy gặt đập liên hợp, cùng một phi đội máy bay hạng nhẹ lớn. Bulgaria là một trong những nhà sản xuất sản phẩm nông nghiệp hàng đầu thế giới như hời (thứ 6 thế giới), hạt hướng dương (11), mầm xoi (13), thuốc lá(15), hạt tiêu (18) và sợi lanh (19)

Kinh tế số

Bulgaria đang tiến bộ trong chuyển đổi số, tập trung vào việc cải thiện dịch vụ chính phủ điện tử (e-government) cho công dân, hạ tầng kỹ thuật số, an ninh mạng, giáo dục số và số hóa tổng thể cả khu vực công lẫn doanh nghiệp tư nhân. EU cũng hỗ trợ doanh nghiệp, chính quyền trung ương và địa phương, nghiên cứu, dịch vụ kỹ

thuật số xuyên biên giới, và phát triển lực lượng lao động trong các ngành số mới nổi như trí tuệ nhân tạo (AI), điện toán tiên tiến, Internet vạn vật (IoT), thành phố thông minh, fintech và thương mại điện tử. An ninh mạng vẫn là ưu tiên, với các nỗ lực nhằm xây dựng hạ tầng kiên cố và môi trường kỹ thuật số an toàn.

Ngành CNTT-TT (ICT), là yếu tố nền tảng của thị trường số, là động lực then chốt của nền kinh tế Bulgaria. Bulgaria có truyền thống lâu đời và phong phú trong ngành CNTT và điện tử (từ thời kỳ cộng sản). Bulgaria được biết đến như Silicon Valley của Đông Nam/Đông Âu. Quốc gia này hiện có khoảng 10.000 công ty ICT. Theo Eurostat, năm 2023 có 126.100 chuyên gia ICT làm việc tại Bulgaria, tương đương 19 chuyên gia trên 1.000 dân.

Ngành ICT của Bulgaria được tăng cường nhờ mức thuế doanh nghiệp thấp và tập trung vào dịch vụ điện toán đám mây và di động. Cơ hội mới đang mở rộng trong nền kinh tế số của Bulgaria, khi các công ty Bulgaria tăng cường khả năng cạnh tranh trong EU và chính phủ tuân thủ các chỉ thị và luật pháp EU liên quan đến số hóa. Dấu chân ICT trong nền kinh tế Bulgaria liên tục gia tăng, biến đây thành một trong những ngành sinh lợi cao nhất trong nước.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại các thách thức, bao gồm: mức độ số hóa thấp trong khu vực công và tư, quy trình đấu thầu công phức tạp và thiếu minh bạch với sự tham gia của nhà thầu không đáng tin cậy, khoảng cách kỹ năng số, hạn chế về phủ sóng băng thông rộng, và một phần lớn dân số thiếu truy cập internet hoặc kỹ năng số.

Thách thức thị trường

Nền kinh tế số EU được điều tiết nghiêm ngặt. Các công ty Mỹ hoạt động tại Bulgaria phải tuân thủ các yêu cầu và quy định này. Dưới đây là danh sách không đầy đủ các văn bản pháp lý liên quan:

- Quy định Bảo vệ Dữ liệu Chung của EU (GDPR) áp dụng tại Bulgaria. Quy định này bảo vệ dữ liệu cá nhân của các cá nhân khi được xử lý bởi các tổ chức tư nhân và công cộng. Ngoài GDPR, Bulgaria đã ban hành Đạo luật Bảo vệ Dữ liệu Cá nhân, gần đây được sửa đổi để phù hợp với yêu cầu của GDPR. Các công ty

xử lý lượng lớn dữ liệu cá nhân tại Bulgaria phải tuân thủ các quy tắc GDPR khi xử lý hoặc chuyển dữ liệu. Việc lưu trữ dữ liệu trong nước được điều chỉnh bởi cả pháp luật quốc gia và các chỉ thị EU.

- Quy định về AI tại Bulgaria chủ yếu chịu ảnh hưởng bởi khung pháp lý rộng hơn của EU. Vào tháng 12 năm 2023, Hội đồng EU và Nghị viện châu Âu đã đạt thỏa thuận về các quy định AI đầu tiên trên thế giới. Đạo luật AI của EU đã có hiệu lực trên tất cả 27 quốc gia thành viên EU, bao gồm Bulgaria. Đạo luật này nhằm điều chỉnh toàn diện việc sử dụng và phát triển AI tại các quốc gia thành viên EU. Các bước tiếp theo sẽ bao gồm bổ nhiệm cơ quan có thẩm quyền tại mỗi quốc gia thành viên.
- Cách tiếp cận của Bulgaria về an ninh mạng đã tiến bộ đáng kể trong những năm gần đây. Các yêu cầu mới về an ninh mạng tại Bulgaria được hình thành dựa trên cả pháp luật quốc gia và các chỉ thị EU, đặc biệt là Chỉ thị về An ninh Mạng và Thông tin (NIS) và NIS2 kế nhiệm. NIS2 nhằm nâng cao mức độ chống chịu mạng trên toàn EU, yêu cầu các nhà cung cấp dịch vụ công thực hiện các biện pháp kỹ thuật và vận hành để quản lý rủi ro an ninh mạng. Các quy định này áp dụng cho các lĩnh vực: năng lượng, giao thông, ngân hàng, chăm sóc sức khỏe, hạ tầng kỹ thuật số, hành chính công và công nghệ không gian.
- Đạo luật Dịch vụ Kỹ thuật số (Digital Services Act), là một phần trong Chiến lược số EU, là văn bản pháp luật của Bulgaria về các tác hại trực tuyến. Mục tiêu là chống lại các nội dung có hại trực tuyến, đảm bảo bảo vệ dữ liệu và bảo vệ người dùng khỏi các mối đe dọa kỹ thuật số khác nhau.
- Quy trình đấu thầu trong khu vực công thường phức tạp và thiếu minh bạch. Ngoài thủ tục hành chính chậm chạp, đây là thách thức lớn. Thiếu kinh phí, thiếu truy cập internet tốc độ cao, thiếu chuyên môn triển khai giải pháp công nghệ tích hợp, thiếu kỹ năng số và giáo dục công nghệ đang kìm hãm quá trình chuyển đổi số và hạn chế khả năng cạnh tranh chung của nền kinh tế Bulgaria.

- Mặc dù Bulgaria đã có những tiến bộ đáng kể trong việc cải thiện nền kinh tế số, đặc biệt ở các khu vực đô thị, nhưng vẫn còn khoảng trống ở các vùng nông thôn và vùng xa xôi. Truy cập băng thông rộng tốc độ cao phân bố không đều, làm giới hạn khả năng tham gia đầy đủ của doanh nghiệp và cá nhân vào nền kinh tế số. Thiếu kinh phí cũng là một trở ngại.

Cơ hội thương mại số

Bulgaria là một điểm đến công nghệ phát triển và một trung tâm công nghệ đang phát triển ở Đông/Đông Nam châu Âu. Ngành công nghiệp CNTT của Bulgaria theo kịp các xu hướng và đổi mới công nghệ toàn cầu. Mặc dù có sự bất ổn chính phủ do các đảng phái chính trị không thể hình thành liên minh ổn định, Bulgaria vẫn cung cấp môi trường kinh doanh hấp dẫn cho các công ty công nghệ.

Sự kết hợp giữa giá cả hợp lý, vị trí chiến lược và nguồn nhân lực chất lượng cao khiến Bulgaria trở thành điểm đến số hấp dẫn. Bulgaria là một đối thủ toàn cầu trong phát triển phần mềm, cung cấp các giải pháp chất lượng cao trong lĩnh vực tài chính, y tế, logistics và trò chơi điện tử. Sau 17 năm là thành viên EU, lĩnh vực phần mềm tại Bulgaria là lĩnh vực hoạt động tốt nhất trong ngành ICT. Thuế doanh nghiệp thấp và cố định 10% thu hút nhiều công ty ICT.

Mặc dù đã có tiến bộ, vẫn còn cần số hóa cả khu vực công và doanh nghiệp tư nhân. Xu hướng dịch vụ đám mây và di động đã tích cực hình thành cảnh quan CNTT của Bulgaria, tạo tăng trưởng chi tiêu IT hàng năm dự kiến.

Bulgaria hoạt động hơi tốt hơn mức trung bình EU về độ phủ băng thông rộng tốc độ cao ở khu vực đô thị. Tuy nhiên, các vùng nông thôn không được phủ sóng tốt, chỉ 17% có mạng băng thông rộng tốc độ cao. Bulgaria gần đây đã nâng cao khả năng siêu máy tính, đóng vai trò ngày càng tăng trong cảnh quan điện toán châu Âu và toàn cầu.

Phát triển đáng chú ý nhất là Siêu máy tính Petascale tại Sofia, đặt tại Sofia Tech Park, một trung tâm hỗ trợ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua cung cấp kiến thức chuyên môn, cơ hội kết nối và truy cập công nghệ mới. Siêu máy tính này

là một phần của European High-Performance Computing Joint Undertaking, một sáng kiến hợp tác nhằm phát triển hệ sinh thái siêu máy tính đẳng cấp thế giới tại châu Âu.

Viện Hàn lâm Khoa học Bulgaria vận hành một siêu máy tính khác, dành cho nghiên cứu khoa học tiên tiến về AI, khí hậu học, tin sinh học, dược phẩm, phát triển vật liệu công nghệ cao, mô hình hóa quy trình động và phân tích dữ liệu.

Chính phủ Bulgaria đã phát triển chiến lược AI đầu tiên với mục tiêu hỗ trợ chuyển đổi số của nền kinh tế. Hiện tại, AI chủ yếu được sử dụng trong phát triển phần mềm, dịch vụ IT, dịch vụ tài chính, giáo dục, thương mại điện tử và phân tích dữ liệu lớn. Rất ít doanh nghiệp tư nhân sử dụng AI trong quy trình của họ.

Thị trường fintech phát triển nhanh, với tăng trưởng đáng kể trong thanh toán kỹ thuật số, đầu tư, huy động vốn, tài sản kỹ thuật số và ngân hàng neo.

Ngành an ninh mạng tại Bulgaria dự kiến tăng trưởng ổn định trong 2024. Các công ty an ninh mạng của Mỹ có thể lợi dụng nhu cầu tại thị trường Bulgaria về:

- Giải pháp an ninh mạng tổng thể, tư vấn, tích hợp hệ thống
- Đào tạo nhận thức về an ninh mạng
- Lập kế hoạch ứng phó sự cố, đánh giá rủi ro và tư vấn tuân thủ
- Cung cấp lưu trữ đám mây an toàn, bảo mật IoT, quản lý danh danh và quyền truy cập, mã hóa dữ liệu

Information Services, nhà tích hợp hệ thống quốc gia, đang dẫn đầu triển khai Trung tâm Điều hành An ninh (SOC) đầu tiên của Bulgaria, dự kiến sẽ được nhiều SOC khác theo sau. Bulgaria đã triển khai các dự án an ninh mạng và công nghệ lớn tại Bộ Chính phủ điện tử, Bộ Ngoại giao, Bộ Nội vụ, Cơ quan Thuế Quốc gia và Cơ quan Đăng ký Đất đai. Hệ thống quốc gia đã triển khai một trong những Hệ thống Thông tin Y tế Quốc gia hàng đầu thế giới và bắt đầu các bước đầu tiên hướng tới e-justice.

Theo Statista, thị trường IoT tại Bulgaria tăng nhanh, dự kiến đạt 684,40 triệu USD vào 2024 và 1,081 triệu USD vào 2029, với tốc độ tăng trưởng hàng năm 9,57%. Các thành phố lớn như Sofia, Varna, Burgas, Plovdiv và Vratsa đã triển khai dự án thành phố thông minh cho quản lý giao thông thông minh, chiếu sáng thông minh, cảm biến IoT giám sát chất lượng không khí, lưới điện thông minh và hệ thống quản lý chất thải, nhằm nâng cao hiệu quả đô thị và giảm tác động môi trường. Tuy nhiên, các thành phố nhỏ hơn chưa triển khai các dự án như vậy.

Chính phủ Bulgaria, với hỗ trợ của EU, đã khởi xướng các sáng kiến thúc đẩy IoT và thành phố thông minh. Quỹ EU hỗ trợ hiện đại hóa cơ sở hạ tầng đô thị và tích hợp IoT vào dịch vụ công, với chiến lược quốc gia tập trung vào đổi mới số và phát triển đô thị bền vững. Tuy nhiên, nguồn quỹ EU sẵn có vẫn chưa được sử dụng hiệu quả.

Công nghệ IoT hiện được một số nông dân áp dụng trong nông nghiệp chính xác, nhằm giám sát đất, thời tiết và điều kiện cây trồng, cải thiện năng suất và giảm tác động môi trường. Bulgaria có ngành viễn thông phát triển, với mạng 4G rộng rãi và 5G đang mở rộng nhanh chóng. Quốc gia này xếp hạng cao về tốc độ internet, nhờ đầu tư lớn vào hạ tầng cáp quang, đảm bảo truy cập internet tốc độ cao rộng rãi. Tuy nhiên, một số vùng nông thôn vẫn thiếu truy cập internet băng thông rộng.

Chỉ số kinh tế chính của Bulgaria

Chỉ tiêu chính	2017	2018	2019	2020 (dự kiến)	2021 (dự kiến)
GDP (tỷ USD)	58,34	65,20	70,4	70,13	74,90
Tăng trưởng GDP (%)	3,8	3,1	3,4	-4,0	6,0
GDP/đầu người (USD)	8.275	9.314	10.100	10.133	10.888
Lạm phát (%)	1,2	2,6	2,5	1,0	1,9
Tỷ lệ thất nghiệp (%)	6,2	5,6	4,2	8,0	4,5

Nguồn: World Bank

Sau khi có sự tăng trưởng GDP khá tốt hơn dự kiến vào năm 2019, nền kinh tế Bulgaria dự kiến sẽ rơi vào suy thoái vào năm 2020 do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19 đối với xuất khẩu và hoạt động trong nước. GDP dự kiến sẽ giảm

khoảng từ 3,7% - 4,2% vào năm 2020. Đại dịch Covid-19 làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, đang có tác động đến nền kinh tế của Bulgaria ngay tại thời điểm tháng 8-9/2020 và có thể kéo dài qua đầu năm 2021.

Theo báo cáo Cơ quan Việc làm thuộc WB, các ngành sa thải nhiều lao động nhất của Bulgaria trong 9 tháng đầu năm 2020 là lĩnh vực sản xuất chế tạo (16,6%/tổng số lao động thất nghiệp), thương mại và xây dựng (14,3%), khách sạn và nhà hàng (8%).

Chính phủ Bulgaria áp dụng nhiều biện pháp hỗ trợ cho doanh nghiệp trong nước nhằm trợ cấp 60% lương cho người lao động tại các doanh nghiệp bị ảnh hưởng và hỗ trợ thanh khoản thông qua ngân hàng nhà nước.

Tỷ lệ người nghèo dự kiến sẽ đạt 6,8% vào năm 2020 (với mức 5,5USD/ ngày). Tuy nhiên, tình trạng bất bình đẳng thu nhập ở Bulgaria đang gia tăng và là mức cao nhất trong EU, với hệ số Gini đạt 40,4 trong năm 2019.

Bulgaria chịu nhiều ảnh hưởng từ hoạt động kinh tế của EU (EU chiếm 66% xuất khẩu và 63% nhập khẩu của Bulgaria), và mức độ suy thoái phụ thuộc chủ yếu vào quy mô của suy thoái trong EU.

Mặt khác do Trung Quốc – là thị trường ngoài EU lớn thứ hai của Bulgaria – đã có sự thu hẹp mạnh mẽ trong giao thương với Bulgaria vào đầu năm 2020 sẽ có cả tác động trực tiếp và gián tiếp đối với Bulgaria. Nguồn thu từ du lịch của Bulgaria (ước tính đóng góp khoảng 12% GDP) phụ thuộc phần lớn vào tình hình của dịch bệnh.

Rủi ro liên quan đến thị trường tín dụng trong nước gần đây đã thay đổi về bản chất. Lo ngại về tốc độ tăng trưởng tín dụng nhanh chóng vào đầu năm 2019 đã được thay thế bằng nguy cơ tiềm ẩn về một số khoản nợ xấu (NPL) tăng cao do tạm ngừng hoạt động hoặc phá sản hoàn toàn. Ngay cả khi tỷ lệ nợ xấu của các ngân hàng giảm 1,1 điểm phần trăm (theo năm) xuống 6,5 phần trăm vào tháng 12/2019, cuộc suy thoái dự kiến vào năm 2020 có thể nhanh chóng đảo ngược xu hướng này.

Vào đầu tháng 02/2020, Nghị viện đã thông qua các sửa đổi đối với luật ngân hàng trung ương, mở đường cho việc Bulgaria tham gia vào Cơ chế Tỷ giá hối đoái Châu Âu.

Thị trường xuất khẩu chính của Bulgaria năm 2019	
Đức	14,8%
Romania	8,7%
Italy	7,3%
Thổ Nhĩ Kỳ	7,3%
Hy Lạp	6,7%
Các nước khác	55,2%

Thị trường nhập khẩu chính của Bulgaria năm 2019	
Đức	12,2%
Nga	9,9%
Italy	7,5%
Romania	7,2%
Thổ Nhĩ Kỳ	6,5%
Các nước khác	56,7%

Các sản phẩm xuất khẩu chính năm 2019	
Dầu khí và các sản phẩm từ dầu	7,4%
Dược phẩm và chế phẩm	3,1%
Đồng chưa tinh luyện	2,9%
Bột mì	2,8%
Đồng tinh luyện	2,3%
Các sản phẩm khác	81,4%

Các sản phẩm nhập khẩu chính năm 2019	
Dầu khí và các sản phẩm từ dầu	8,3%
Dược phẩm và chế phẩm	3,3%
Quặng đồng	3,2%
Xe hơi và phụ tùng xe hơi	2,9%
Khí đốt	2,4%
Các sản phẩm khác	79,8%

Các dịch vụ xuất khẩu chính năm 2019	
Du lịch	48,12%
Vận tải	24,45%
Máy tính và dịch vụ thông tin	13,26%
Dịch vụ doanh nghiệp	11,38%
Dịch vụ văn hoá và giải trí	0,9%
Dịch vụ tài chính	0,86%
Phí cấp phép và bản quyền	0,58%
Dịch vụ xây dựng	0,36%
Dịch vụ bảo hiểm	0,04%
Dịch vụ công	0,04%

Các dịch vụ nhập khẩu chính năm 2019	
Vận tải	39,59%
Du lịch	33,12%
Dịch vụ doanh nghiệp	13,51%
Máy tính và dịch vụ thông tin	8,14%
Phí cấp phép và bản quyền	3,46%

Các dịch vụ nhập khẩu chính năm 2019	
Dịch vụ tài chính	0,97%
Dịch vụ văn hoá và giải trí	0,76%
Dịch vụ bảo hiểm	0,30%
Dịch vụ xây dựng	0,14%
Dịch vụ công	0,02%

Thành viên Liên minh châu Âu (EU)

Bulgaria không nằm trong số các nước được mời gia nhập EU vào năm 2004. Tuy nhiên, nước này đã ký một hiệp ước gia nhập EU vào tháng 04/2005 và gia nhập vào tháng 01/2007.

Các quan chức EU đã đặt ra nhiều yêu cầu gia nhập EU khó khăn do họ lo ngại về tệ nạn tham nhũng và tội phạm có tổ chức. Sau một loạt các báo cáo cho thấy chính phủ Bulgari đã thất bại trong việc giải quyết những vấn đề này một cách hiệu quả, vào tháng 7/2008 EU đã công bố đình chỉ khoản viện trợ trị giá hàng trăm triệu euro.

Vào tháng 9/2010, EU một lần nữa kêu gọi Bulgaria phải có hành động khẩn cấp để giải quyết tội phạm và tham nhũng, và sau đó cũng trong năm này Pháp và Đức thông báo rằng họ sẽ ngăn cản Bulgaria gia nhập khu vực miễn hộ chiếu Schengen cho đến khi đất nước này thực hiện được "sự tiến bộ triệt để" trong lãnh vực này.

Qui chế thành viên EU sẽ tiếp tục giúp Bulgaria có thêm nhiều cơ hội nhận được tài trợ cho các dự án cơ sở hạ tầng. Hơn nữa, nhờ vị trí địa lý thuận lợi, Bulgaria sẽ là bộ phận tuyệt vời cho việc bán hàng vào Liên minh châu Âu, Nga, Thổ Nhĩ Kỳ và Trung Đông.

Các thách thức thị trường

Bulgaria tạo ra nhiều cơ hội cho các công ty nước ngoài, nhưng cũng có nhiều thách thức. Mặc dù môi trường kinh doanh nói chung là tích cực, nhưng cũng có những yếu tố kiềm chế thương mại và đầu tư. Những thách thức chính bao gồm: không thể đoán định luật pháp và lập pháp; quan liêu; hệ thống tòa án chuyên động chậm chạp; ảnh hưởng của tội phạm có tổ chức trong một số lĩnh vực của nền kinh tế; tham nhũng; hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; và qui trình đấu thầu phức tạp và thiếu minh bạch.

Mặc dù tăng trưởng kinh tế của Bulgaria đã vượt quá tốc độ tăng trưởng trung bình của EU trong ba năm qua, nước này vẫn là một trong những nước nghèo nhất trong khối EU. Bulgaria có mức thu nhập có thể chi tiêu hạn chế mặc dù sức mua đang gia tăng đều đặn trong suốt 10 năm qua.

Bulgaria tự hào có một lực lượng lao động được đào tạo tốt, là một trong những nước có mức lương thấp nhất trong EU và một vị trí địa lý thuận lợi.

Ngay khi gia nhập EU, Bulgaria đã thông qua các quy định và tiêu chuẩn phù hợp với tiêu chuẩn EU. Tuy nhiên đối với nhiều công ty nước ngoài, các quy định và tiêu chuẩn EU đôi khi rất khó hiểu.

Chiến lược xâm nhập thị trường

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.

Nhiều người trẻ tuổi Bulgaria ngày càng có xu hướng lên những vùng thành phố, thu nhập cao hơn. Họ hướng tới các sản phẩm cao cấp, ghé thăm các nhà hàng, mua các thực phẩm trong các siêu thị. Trong khi đó, người già, người về hưu lại thường ở những thị trấn, những làng nhỏ, hướng tới việc tự cung cấp thực phẩm.

Trừ một số nhà nhập khẩu lớn có văn phòng ở Bulgaria, hàng hóa muốn xâm nhập tốt 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 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 mail hoặc fax, trong đó thông tin cần gửi đầy đủ danh sách sản phẩm kèm giá chi tiết, sau khi đã liên hệ với đối tác, viếng thăm Bulgaria là bắt buộc, khi thương thảo với đối tác cần giới thiệu mẫu để hiệu quả thành công cao hơn. Doanh nhân Bulgaria cũng thường tạo dựng mối quan hệ thông qua gặp gỡ tiếp xúc tại các bữa tiệc, hoặc gặp gỡ đối tác trong bữa ăn.

Mặc dù các nhà nhập khẩu thì thường chuyên về một sản phẩm nhất định, nhưng khi đưa vào thị trường Bulgaria, ít có đại lý nào chỉ phân phối duy nhất một sản phẩm mà họ thường phân phối đồng thời nhiều loại sản phẩm.

Để xâm nhập thị trường, doanh nghiệp có thể thông qua các hiệp hội ngành hàng của Bulgaria để tiếp cận đối tác.

Tìm được một đại diện địa phương tốt có uy tín là một yếu tố quan trọng trong việc thâm nhập thành công vào thị trường Bulgaria. Việc tiến hành thăm định kỹ lưỡng trước khi lựa chọn một đại diện là điều cần thiết. Nên tranh thủ sử dụng các dịch vụ pháp lý địa phương có năng lực cho các cuộc đàm phán hợp đồng.

Một số hiệp hội

- **Bulgarian Chamber of Commerce and Industry**

Str. Iskar 9, Sofia 1058 Bulgaria

Tel: (359) 2-811-740

Fax: (359) 2-987-3209

E-mail: bcci@bcci.bg

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

- **Bulgarian Industrial Association**

Str. Alabin 16-20, Sofia 1000 Bulgaria

Tel: (359) 2-932-0911

Fax: (359) 2-987-2604

E-mail: office@bia-bg.com

Website: <http://www.bia-bg.bg>

- **Association of Producers, Importers and Traders of Spirits**

NDK Prono fl. 15 offices 8&9, Sofia 1414 Bulgaria

Tel: (359) 2-963-1254

Fax: (359) 2-963-1254

E-mail: apitsd@mail.bg

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

- **Bulgarian Association of Dairy Producers**

Zh.K. Lagera bl. 44 vh. A Sofia 1612 Bulgaria

Tel: (359) 2-953-2723

Fax: (359) 2-952-3265

E-mail: bam@mb.bia-bg.com

Website: <http://www.milkgb.org>

- **Association of Meat Producers in Bulgaria**

Shipka Pass Blvd. 240 ent. A floor 3, Sofia Bulgaria

Address for correspondence pk 61 AMB Sofia 1111 Bulgaria

Tel: (359) 2-971-2671

Fax: (359) 2-973-3069

E-mail: amb@einet.bg

Website: <http://www.amb.amb99.com>

- **Branch Chamber of Industrial Bread Producers and Confectioners in Bulgaria**

Srebyrna Str. 22q Sofia 1407 Bulgaria

Tel: (359) 2-969-8059

Fax: (359) 2-969-8061

E-mail: bread_industrial@abv.bg

Website: <http://www.bread-industrial.org>

- **Association of Fish Products Producers BG Fish**

Vitosha Blvd. 31-33, Sofia 1000, Bulgaria

Tel: (359) 2-981-7589

Fax: (359) 2-981-7589

E-mail: bgfish@bgfish.com

Website: <http://www.bgfish.com>

- **Union of Bulgarian Millers**

Pavlina Unufrieva Str. 4, Sofia 1510 Bulgaria

Tel: (359) 2-936-7925

Fax: (359) 2-813-2600

E-mail: sbm@ins.bg

Website: <http://www.ubm-bg.org>

Xu hướng tiêu dùng

1. Bối cảnh vĩ mô tác động lên tiêu dùng tại Bulgaria (trước COVID-19)

Trước khi đại dịch COVID-19 xảy ra, Bulgaria đã trải qua giai đoạn tăng trưởng kinh tế tương đối ổn định, với sự mở cửa mạnh mẽ về thương mại, đầu tư và du lịch nhờ vị thế là thành viên của Liên minh châu Âu (EU) từ năm 2007. Tuy nhiên, là một trong những nền kinh tế có quy mô nhỏ và thu nhập trung bình thấp trong khối, Bulgaria vẫn đối mặt với khoảng cách phát triển, chênh lệch thu nhập và sự phụ thuộc vào khu vực xuất khẩu.

Bối cảnh này đã hình thành nên một cấu trúc tiêu dùng đặc trưng: người dân có xu hướng chi tiêu thận trọng, ưu tiên hàng thiết yếu và chú trọng đến giá cả, nhưng đồng thời ngày càng hướng tới sản phẩm chất lượng, thương hiệu châu Âu và hàng hóa thân thiện môi trường – phản ánh quá trình chuyển đổi của nền kinh tế từ định hướng “giá rẻ” sang “giá trị bền vững”.

1.1. Nền kinh tế chuyển đổi ổn định và hội nhập

Sau khi gia nhập EU, Bulgaria đã có những bước tiến quan trọng trong tăng trưởng GDP, thu nhập bình quân đầu người và thu hút đầu tư nước ngoài. Tốc độ tăng trưởng GDP trung bình giai đoạn 2015–2019 đạt khoảng 3–4%/năm, chủ yếu nhờ xuất khẩu hàng hóa công nghiệp, du lịch và dịch vụ.

Tuy nhiên, Bulgaria vẫn là một trong những nền kinh tế có mức thu nhập thấp nhất EU, với GDP bình quân đầu người năm 2019 đạt khoảng 9.800 USD (theo giá hiện hành). Mức lương trung bình thấp, cùng chênh lệch thu nhập lớn giữa các vùng đô thị (Sofia, Varna, Plovdiv) và khu vực nông thôn, đã ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi chi tiêu và cấu trúc tiêu dùng hộ gia đình.

Người dân Bulgaria nhìn chung có tâm lý chi tiêu thận trọng, cân nhắc kỹ lưỡng trước khi mua sắm, đặc biệt đối với hàng hóa không thiết yếu. Tuy nhiên, việc hội nhập với EU đã giúp người dân tiếp cận nguồn hàng phong phú, tiêu chuẩn chất lượng cao và dịch vụ hiện đại, qua đó từng bước hình thành văn hóa tiêu dùng châu Âu – coi trọng chất lượng, minh bạch và trách nhiệm môi trường.

1.2. Cấu trúc xã hội và đặc điểm chi tiêu hộ gia đình

Bulgaria có dân số khoảng 7 triệu người (năm 2019), với tốc độ già hóa nhanh và xu hướng di cư lao động ra nước ngoài. Dân số thành thị chiếm gần 75%, tập trung chủ yếu ở Sofia, Plovdiv, Varna và Burgas – những trung tâm kinh tế, thương mại và tiêu dùng lớn nhất cả nước.

Tầng lớp trung lưu tại Bulgaria đang phát triển nhưng vẫn ở quy mô hạn chế. Phần lớn hộ gia đình có thu nhập trung bình, chi tiêu chủ yếu cho nhu cầu thiết yếu như thực phẩm, nhà ở, điện nước và giao thông. Theo số liệu của Cơ quan Thống kê Quốc gia Bulgaria, khoảng 31–35% thu nhập hộ gia đình được dành cho thực phẩm và đồ uống – tỷ lệ cao hơn so với mặt bằng EU, phản ánh sức mua còn yếu và thói quen tiết kiệm ăn sâu.

Tuy vậy, một bộ phận dân cư đô thị – đặc biệt là giới trẻ và người có thu nhập cao – bắt đầu chuyển hướng sang tiêu dùng trải nghiệm và chất lượng sống, như du lịch, thời trang, ẩm thực, thể thao và công nghệ. Đây chính là phân khúc thị trường năng động nhất, có xu hướng hội nhập nhanh với xu hướng tiêu dùng châu Âu.

1.3. Môi trường văn hóa và tâm lý tiêu dùng

Người Bulgaria có phong cách sống kết hợp giữa tính truyền thống Balkan và ảnh hưởng hiện đại từ phương Tây. Trong văn hóa tiêu dùng, họ thể hiện rõ ba đặc điểm:

- Tiết kiệm và thực tế – chi tiêu theo khả năng, tránh vay nợ tiêu dùng, ưu tiên sản phẩm có giá trị sử dụng cao.

- Coi trọng chất lượng và thương hiệu châu Âu – tin tưởng các thương hiệu có uy tín, đặc biệt từ Đức, Ý và Pháp.
- Cảnh giác với hàng hóa rẻ tiền, không rõ nguồn gốc – do từng trải qua giai đoạn hàng giả, hàng kém chất lượng tràn lan thời kỳ chuyển đổi.

Ngoài ra, người tiêu dùng Bulgaria rất chú ý đến khuyến mãi, giảm giá và chương trình khách hàng thân thiết. Các chuỗi siêu thị lớn thường tổ chức khuyến mãi định kỳ – yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định mua hàng.

Văn hóa tiêu dùng tại Bulgaria còn chịu tác động từ mô hình gia đình truyền thống, nơi phụ nữ vẫn đóng vai trò chính trong việc quản lý chi tiêu, mua sắm thực phẩm và hàng gia dụng. Điều này khiến các thương hiệu hướng đến tính tiện ích, an toàn và giá trị gia đình thường dễ tạo được thiện cảm.

1.4. Hành vi tiêu dùng trước COVID-19: thực tế, thận trọng nhưng đang chuyển mình

Trước năm 2020, hành vi tiêu dùng tại Bulgaria được xem là bảo thủ và tiết kiệm, nhưng đang dần biến đổi theo xu hướng hiện đại hơn. Người tiêu dùng trẻ tuổi bắt đầu quan tâm đến sản phẩm hữu cơ, thân thiện môi trường và dịch vụ kỹ thuật số. Người dân đô thị ngày càng ưa chuộng siêu thị, trung tâm thương mại và mua sắm trực tuyến. Hàng nhập khẩu châu Âu chiếm ưu thế tuyệt đối trong các ngành hàng tiêu dùng nhanh, mỹ phẩm, điện tử và thời trang.

Thương mại điện tử tại Bulgaria tuy còn nhỏ so với Tây Âu, nhưng đã tăng trưởng đều qua từng năm, nhờ mạng Internet phủ rộng (trên 85%) và tỷ lệ sử dụng smartphone cao. Người dân bắt đầu làm quen với hình thức “click & collect” (mua online, nhận tại cửa hàng), đặc biệt ở các thành phố lớn.

Ngoài ra, ý thức về tiêu dùng xanh và trách nhiệm xã hội cũng bắt đầu xuất hiện, dù ở mức độ ban đầu. Các chiến dịch “Buy Local” (Mua hàng nội địa) và “Eco Bulgaria” khuyến khích tiêu dùng sản phẩm trong nước, giảm nhập khẩu không cần thiết và bảo vệ môi trường – một xu hướng được thúc đẩy mạnh hơn sau đại dịch.

1.5. Tổng kết

Tổng thể, trước đại dịch, tiêu dùng tại Bulgaria phản ánh một xã hội đang trong quá trình chuyển đổi từ “tiêu dùng tiết kiệm” sang “tiêu dùng có giá trị”, với các đặc điểm nổi bật sau:

- Thu nhập trung bình và chênh lệch vùng miền lớn, khiến chi tiêu hộ gia đình thiên về hàng thiết yếu.
- Tâm lý thận trọng, chú trọng giá trị sử dụng và chất lượng sản phẩm.
- Ảnh hưởng mạnh mẽ của văn hóa châu Âu, đặc biệt trong tiêu chuẩn hàng hóa và phong cách mua sắm.
- Sự phát triển của tầng lớp trung lưu đô thị, mở ra nhu cầu mới cho hàng cao cấp, thực phẩm sạch và dịch vụ tiện lợi.
- Thương mại điện tử và tiêu dùng xanh bước đầu hình thành, tạo nền tảng cho xu hướng hiện đại trong giai đoạn hậu COVID-19.

2. Hành vi và kênh mua sắm của người tiêu dùng Bulgaria trước COVID-19

Trước khi đại dịch COVID-19 bùng phát, hành vi tiêu dùng của người dân Bulgaria phản ánh rõ sự giao thoa giữa lối sống truyền thống và ảnh hưởng của thị trường châu Âu hiện đại. Dù có thu nhập ở mức trung bình trong EU, người Bulgaria vẫn duy trì thói quen chi tiêu thận trọng, cân nhắc giá trị lâu dài và ưu tiên hàng hóa đáng tin cậy hơn là sản phẩm thời thượng.

Cùng với quá trình đô thị hóa và hội nhập châu Âu, mô hình mua sắm hiện đại – bao gồm siêu thị, trung tâm thương mại, thương mại điện tử và mua sắm qua thiết bị di động – đã phát triển mạnh, đặc biệt tại các đô thị lớn như Sofia, Plovdiv, Varna và Burgas. Tuy nhiên, các chợ truyền thống và cửa hàng tạp hóa nhỏ vẫn đóng vai trò quan trọng trong đời sống tiêu dùng hằng ngày, nhất là tại khu vực nông thôn.

2.1. Đặc điểm tổng thể của hành vi tiêu dùng

Người tiêu dùng Bulgaria có tâm lý tiêu dùng thực tế và tiết kiệm, phản ánh ảnh hưởng của giai đoạn kinh tế chuyển đổi hậu Xã hội Chủ nghĩa và những biến động tài chính kéo dài trong thập niên 1990–2000. Dù nền kinh tế đã phục hồi, nhiều người vẫn duy trì thói quen lập kế hoạch chi tiêu, so sánh giá và ưu tiên hàng hóa có khuyến mãi. Hành vi tiêu dùng của họ có thể được tóm gọn qua bốn đặc trưng chính:

- Tiêu dùng dựa trên giá trị thực – người Bulgaria không mua sắm bốc đồng; họ đánh giá sản phẩm dựa trên chất lượng, độ bền và giá trị sử dụng dài hạn.
- Trung thành với thương hiệu tin cậy – đặc biệt là hàng hóa có xuất xứ EU, chứng nhận an toàn hoặc uy tín lâu đời.
- Coi trọng khuyến mãi và chương trình giảm giá – giá cả là yếu tố quan trọng nhất trong quyết định mua hàng.
- Ảnh hưởng của gia đình và cộng đồng – các quyết định chi tiêu lớn thường được thảo luận trong hộ gia đình, phản ánh tính tập thể trong văn hóa Bulgaria.

Người Bulgaria có xu hướng chi tiêu nhiều hơn vào thực phẩm, nhà ở, y tế và giáo dục, trong khi chi tiêu cho hàng xa xỉ hoặc dịch vụ cao cấp vẫn chiếm tỷ trọng thấp. Tuy nhiên, tại các đô thị lớn, đặc biệt trong giới trẻ, đang hình thành một phong cách tiêu dùng mới: hướng đến trải nghiệm, thời trang và công nghệ – biểu hiện của sự chuyển đổi thể hệ tiêu dùng.

2.2. Kênh mua sắm truyền thống: chợ địa phương và cửa hàng nhỏ vẫn chiếm ưu thế

Mặc dù hệ thống bán lẻ hiện đại ngày càng phát triển, các chợ địa phương (bazaar) và cửa hàng gia đình vẫn giữ vai trò quan trọng trong đời sống tiêu dùng của người dân Bulgaria, đặc biệt tại vùng nông thôn hoặc khu dân cư nhỏ.

Các chợ thực phẩm truyền thống như Zhenski Pazar (Chợ Phụ nữ) ở Sofia, Kapuya Market ở Plovdiv hay Kolhoz Market ở Varna* vẫn là nơi người dân ưa chuộng mua sắm thực phẩm tươi sống – rau củ, thịt, pho mát, mật ong, và hàng thủ công địa

phương. Lý do là người Bulgaria tin rằng sản phẩm tại chợ “tự nhiên hơn” và có thể thương lượng giá, trong khi siêu thị thường bị coi là quá “công nghiệp hóa”.

Tuy nhiên, tại khu vực thành thị, các cửa hàng nhỏ dần mất thị phần vào tay chuỗi siêu thị hiện đại do sự tiện lợi và giá cả cạnh tranh. Một số cửa hàng địa phương thích nghi bằng cách chuyển hướng sang bán hàng đặc sản, hữu cơ hoặc thủ công mỹ nghệ, phục vụ nhóm khách hàng trung lưu có nhu cầu riêng biệt.

2.3. Sự phát triển mạnh của hệ thống bán lẻ hiện đại

Từ giữa thập niên 2010, Bulgaria chứng kiến sự bùng nổ của hệ thống siêu thị và đại siêu thị. Các tập đoàn quốc tế như Kaufland, Lidl, Billa, Metro, Carrefour, T-Market đã đầu tư mạnh vào thị trường này, mang đến mô hình mua sắm hiện đại, minh bạch và nhiều lựa chọn sản phẩm nhập khẩu. Các siêu thị và trung tâm thương mại hiện đại thu hút tầng lớp trung lưu và người tiêu dùng đô thị, nhờ vào các yếu tố:

- Không gian sạch sẽ, dịch vụ chuyên nghiệp, giá niêm yết rõ ràng.
- Chương trình khách hàng thân thiết và khuyến mãi định kỳ.
- Đa dạng sản phẩm từ hàng nội địa đến thương hiệu EU.

Trong khi đó, các trung tâm thương mại quy mô lớn như Serdika Center, The Mall Sofia, Paradise Center không chỉ là nơi mua sắm mà còn trở thành điểm đến giải trí và văn hóa, với rạp chiếu phim, nhà hàng, khu vui chơi và phòng tập thể thao. Điều này cho thấy sự thay đổi trong quan niệm tiêu dùng: mua sắm không chỉ là hành vi kinh tế mà còn là một phần của trải nghiệm xã hội.

2.4. Hành vi tiêu dùng theo thế hệ: Sự phân hóa rõ nét

Sự khác biệt thế hệ thể hiện rõ trong mô hình tiêu dùng của Bulgaria:

- Thế hệ lớn tuổi (sinh trước thập niên 1970) vẫn duy trì thói quen tiết kiệm, mua sắm tại chợ truyền thống, và tránh các sản phẩm xa xỉ. Họ ưu tiên hàng nội địa, thực phẩm tươi sống, sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên.
- Thế hệ trung niên (40–55 tuổi) là nhóm tiêu dùng ổn định nhất, mua sắm tại siêu thị lớn, có thu nhập ổn định và chú trọng cân bằng giữa giá cả và chất lượng.
- Thế hệ trẻ (Gen Y và Gen Z), sinh sau năm 1990, thể hiện xu hướng tiêu dùng toàn cầu hóa rõ rệt: yêu thích hàng thương hiệu, sử dụng thương mại điện tử, quan tâm đến sức khỏe, môi trường và trải nghiệm cá nhân.

Nhờ vậy, Bulgaria đang hình thành một cơ cấu tiêu dùng đa tầng, trong đó nhóm trẻ trở thành động lực chính thúc đẩy đổi mới phương thức bán lẻ, sản phẩm xanh và tiêu dùng kỹ thuật số.

2.5. Thương mại điện tử: giai đoạn đầu của sự bứt phá

Trước năm 2020, thương mại điện tử tại Bulgaria vẫn trong giai đoạn phát triển ban đầu, nhưng tốc độ tăng trưởng rất ấn tượng. Theo Hiệp hội Thương mại Điện tử Bulgaria, doanh thu thương mại điện tử giai đoạn 2017–2019 tăng trung bình khoảng 25–30% mỗi năm, chủ yếu nhờ nhóm hàng điện tử, thời trang, mỹ phẩm và vé du lịch. Các nền tảng mua sắm phổ biến gồm:

- eMAG.bg (Romania), OLX.bg và Bazar.bg – chiếm thị phần lớn nhất.
- Các chuỗi bán lẻ như Lidl, Technopolis, IKEA, H&M cũng phát triển kênh online song song.
- Thanh toán trực tuyến chủ yếu qua thẻ tín dụng và chuyển khoản, trong khi COD (thanh toán khi nhận hàng) vẫn phổ biến do tâm lý “an toàn giao dịch”.

Giới trẻ Bulgaria là nhóm dẫn đầu xu hướng mua sắm trực tuyến, đặc biệt tại Sofia và Plovdiv. Tuy nhiên, niềm tin vào mua sắm online vẫn bị giới hạn bởi lo ngại về chất lượng sản phẩm, chi phí giao hàng và chính sách hoàn trả. Đây chính là những rào cản được khắc phục mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19.

2.6. Thói quen tiêu dùng xanh và ủng hộ hàng nội địa

Ngay trước đại dịch, Bulgaria đã bắt đầu ghi nhận sự gia tăng nhận thức về tiêu dùng bền vững và thân thiện môi trường. Nhiều người chuyển sang sử dụng túi tái chế, sản phẩm hữu cơ, hàng nội địa và tiết kiệm năng lượng. Các cửa hàng chuyên doanh sản phẩm bio (organic) xuất hiện ngày càng nhiều tại Sofia và Varna. Người dân quan tâm hơn đến bao bì có thể tái chế và nguồn gốc sản phẩm địa phương.

Đồng thời, chiến dịch “Made in Bulgaria” được Chính phủ và doanh nghiệp nội địa đẩy mạnh, nhằm khuyến khích người dân mua hàng sản xuất trong nước để hỗ trợ kinh tế và việc làm. Mặc dù phong trào này còn khiêm tốn, nhưng nó đã đặt nền móng cho xu hướng tiêu dùng nội địa bền vững trong những năm sau đó.

2.7. Tổng kết

Hành vi tiêu dùng của người Bulgaria trước đại dịch phản ánh một nền kinh tế đang hiện đại hóa nhanh nhưng vẫn giữ gốc văn hóa truyền thống. Người dân tiêu dùng thực tế, có kế hoạch và ngày càng cởi mở với hình thức mua sắm hiện đại.

Nhờ sự chuyển mình này, thị trường tiêu dùng Bulgaria đã sẵn sàng bước vào giai đoạn bứt phá sau đại dịch COVID-19, với các xu hướng mới như tiêu dùng số hóa, sản phẩm xanh và hành vi hướng đến trải nghiệm.

3. Các nhóm sản phẩm và lĩnh vực tiêu dùng nổi bật tại Bulgaria (trước COVID-19)

Trước đại dịch COVID-19, cơ cấu tiêu dùng tại Bulgaria phản ánh đặc trưng của một nền kinh tế đang trong giai đoạn hội nhập với châu Âu, với mức thu nhập còn hạn chế nhưng ngày càng định hướng theo chất lượng, trải nghiệm và giá trị bền vững. Người tiêu dùng Bulgaria chi tiêu có kế hoạch, chú trọng tính thực tiễn và khả năng sử dụng lâu dài của sản phẩm. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của tầng lớp trung lưu đô thị, cấu trúc tiêu dùng bắt đầu dịch chuyển, thể hiện qua sự đa dạng hóa các nhóm hàng và sự mở rộng nhanh của dịch vụ hiện đại.

Bốn nhóm lĩnh vực tiêu dùng nổi bật trước đại dịch bao gồm: thực phẩm và hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), thời trang và mỹ phẩm, hàng điện tử và thiết bị gia dụng, cùng du lịch – giáo dục – giải trí. Mỗi lĩnh vực thể hiện những đặc trưng riêng biệt về hành vi, thị hiếu và xu hướng thay đổi của người tiêu dùng Bulgaria.

3.1. Thực phẩm và hàng tiêu dùng nhanh (FMCG): Ưu tiên hàng thiết yếu, chất lượng và có nguồn gốc rõ ràng

Thực phẩm và hàng tiêu dùng nhanh chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu chi tiêu hộ gia đình tại Bulgaria, dao động khoảng 30–35% tổng thu nhập. Đặc trưng của nhóm hàng này là tính thiết yếu cao, giá trị sử dụng thường xuyên và mức độ cạnh tranh mạnh.

Người Bulgaria có truyền thống ưu tiên hàng nội địa và sản phẩm tươi sống, đặc biệt là thực phẩm được sản xuất tại địa phương hoặc từ các trang trại gia đình. Các mặt hàng như sữa, phô mai, bánh mì, rau củ và thịt luôn được ưa chuộng khi có chứng nhận “sản xuất trong nước” (Made in Bulgaria). Người dân tin rằng thực phẩm địa phương có hương vị tự nhiên và đảm bảo độ tươi ngon hơn hàng nhập khẩu.

Tuy nhiên, trong nhóm thu nhập trung lưu và cao, sản phẩm nhập khẩu từ Đức, Ý, Áo và Pháp ngày càng được ưa chuộng nhờ đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng châu Âu và thương hiệu uy tín. Những thương hiệu như Milka, Nescafé, Danone, Nutella, Coca-Cola và Persil có mặt hầu như trong mọi siêu thị lớn.

Bên cạnh đó, nhận thức về sức khỏe và dinh dưỡng cũng tăng mạnh, thúc đẩy nhu cầu đối với thực phẩm hữu cơ (bio products), đồ chay và sản phẩm không gluten. Các chuỗi siêu thị như Billa và Lidl đã mở rộng khu vực “Bio Corner” chuyên cung cấp hàng hữu cơ, đáp ứng xu hướng “ăn sạch – sống khỏe” đang lan rộng trong giới trẻ thành thị.

Mặc dù người dân Bulgaria vẫn chú trọng giá cả, nhưng họ sẵn sàng trả thêm cho sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, nhãn mác minh bạch và được chứng nhận an toàn thực phẩm. Điều này phản ánh quá trình chuyển đổi từ tiêu dùng “giá rẻ” sang tiêu

dùng “chất lượng”, vốn là xu hướng chung trong xã hội Bulgaria trước khi đại dịch diễn ra.

3.2. Thời trang, mỹ phẩm và sản phẩm chăm sóc cá nhân: Sự hội nhập giữa phong cách châu Âu và giá trị thực tế

Thị trường thời trang và mỹ phẩm tại Bulgaria tuy không lớn như ở Tây Âu, nhưng lại có tốc độ phát triển ổn định và mang tính hội nhập cao. Người Bulgaria, đặc biệt là phụ nữ và giới trẻ đô thị, chịu ảnh hưởng rõ rệt từ xu hướng thời trang châu Âu, song vẫn duy trì phong cách tiêu dùng thực tế và tiết chế.

Các thương hiệu phổ biến như Zara, H&M, Mango, Reserved, LC Waikiki... hiện diện ở hầu hết các trung tâm thương mại lớn, phản ánh thị hiếu thời trang hiện đại nhưng vừa túi tiền. Tuy nhiên, người tiêu dùng Bulgaria thường chờ đến mùa giảm giá hoặc khuyến mãi để mua sắm, thể hiện thói quen chi tiêu thận trọng đã trở thành bản sắc.

Trong lĩnh vực mỹ phẩm và chăm sóc cá nhân, hàng châu Âu chiếm ưu thế tuyệt đối. Các thương hiệu như Nivea, L'Oréal, Garnier, Dove, Rexona, Schwarzkopf được tin dùng rộng rãi nhờ uy tín lâu năm và giá cả phù hợp. Song song, các sản phẩm tự nhiên, hữu cơ hoặc sản xuất trong nước cũng đang mở rộng thị phần nhờ phong trào tiêu dùng xanh. Một số thương hiệu nội địa như Biofresh, Wooden Spoon, Refan Bulgaria được đánh giá cao vì sử dụng nguyên liệu thiên nhiên và được chứng nhận tiêu chuẩn EU.

Đáng chú ý, người Bulgaria không tiêu dùng mỹ phẩm để thể hiện địa vị xã hội mà đặt trọng tâm vào sức khỏe và tính an toàn của sản phẩm. Việc lựa chọn sản phẩm thường dựa trên cảm nhận cá nhân và trải nghiệm thực tế, chứ không bị chi phối mạnh bởi quảng cáo. Chính vì vậy, những thương hiệu xây dựng được hình ảnh minh bạch, thân thiện và nhất quán thường có vị thế vững chắc trong lòng người tiêu dùng.

3.3. Hàng điện tử, thiết bị gia dụng và công nghệ: Tiêu dùng tiện ích, thực tế và hướng đến tiết kiệm năng lượng

Trước đại dịch, thị trường hàng điện tử và thiết bị gia dụng tại Bulgaria tăng trưởng đều đặn nhờ vào mức sống được cải thiện và tốc độ đô thị hóa nhanh. Dù người dân vẫn thận trọng trong chi tiêu, nhưng họ sẵn sàng đầu tư vào thiết bị có chất lượng cao, độ bền tốt và tiết kiệm năng lượng, nhằm giảm chi phí sử dụng lâu dài.

Các sản phẩm như tivi thông minh, máy giặt, tủ lạnh, lò vi sóng, và điện thoại di động là những mặt hàng phổ biến trong mỗi hộ gia đình. Các thương hiệu quốc tế như Samsung, LG, Bosch, Whirlpool, Philips, Huawei và Apple chiếm lĩnh thị trường, trong khi hàng Trung Quốc chỉ chiếm phân khúc giá rẻ.

Người tiêu dùng Bulgaria có xu hướng “mua để dùng lâu dài”, ít thay đổi sản phẩm nếu chưa hư hỏng. Điều này phản ánh thói quen tiêu dùng thực tế, tránh lãng phí và coi trọng tính bền vững. Ngoài ra, yếu tố tiết kiệm năng lượng và bảo hành minh bạch là hai tiêu chí hàng đầu khi họ lựa chọn thiết bị điện tử.

Bên cạnh hàng gia dụng, công nghệ thông tin và thiết bị di động cũng là lĩnh vực tiêu dùng phát triển nhanh. Với tỷ lệ người dùng Internet trên 85% và smartphone trên 75%, Bulgaria bước vào thời kỳ chuyển đổi kỹ thuật số mạnh mẽ, đặt nền tảng cho thương mại điện tử và tiêu dùng online sau này.

3.4. Du lịch, giáo dục và giải trí: Tiêu dùng hướng đến trải nghiệm và chất lượng sống

Trước đại dịch, du lịch và giải trí là một trong những lĩnh vực tiêu dùng phát triển năng động nhất tại Bulgaria, phản ánh xu hướng dịch chuyển từ chi tiêu vật chất sang chi tiêu trải nghiệm.

Người dân Bulgaria có truyền thống du lịch nội địa mạnh, đặc biệt là các điểm đến ven biển như Varna, Burgas, Sozopol, Sunny Beach, hoặc khu nghỉ dưỡng núi như Bansko, Pamporovo. Ngoài ra, tầng lớp trung lưu và giới trẻ có xu hướng du lịch ngắn ngày trong EU nhờ chính sách di chuyển tự do trong khối, với các điểm đến phổ biến như Hy Lạp, Ý, Tây Ban Nha và Hungary.

Song song, chi tiêu cho giáo dục và phát triển cá nhân cũng chiếm vị trí quan trọng, nhất là tại các thành phố lớn. Nhiều gia đình sẵn sàng đầu tư cho con học tại trường tư, trung tâm ngoại ngữ hoặc du học ngắn hạn, thể hiện sự ưu tiên cho tri thức và cơ hội nghề nghiệp.

Ngoài ra, ngành giải trí – thể thao – ẩm thực phát triển nhanh nhờ sự gia tăng của tầng lớp trẻ đô thị. Các quán cà phê, nhà hàng, phòng gym, rạp chiếu phim và trung

tâm thương mại trở thành không gian tiêu dùng – xã hội hóa mới, nơi mua sắm kết hợp trải nghiệm văn hóa.

Tuy nhiên, người Bulgaria vẫn duy trì sự cân bằng giữa hưởng thụ và tiết kiệm: họ chi tiêu cho trải nghiệm, nhưng có kế hoạch và không phô trương. Chính điều này giúp thị trường tiêu dùng Bulgaria giữ được sự ổn định và khả năng thích ứng cao trước các biến động như đại dịch.

3.5. Xu hướng tiêu dùng mới nổi: Sản phẩm xanh, địa phương và có trách nhiệm

Ngay trước năm 2020, Bulgaria đã xuất hiện rõ dấu hiệu của xu hướng tiêu dùng có ý thức, phản ánh sự thay đổi trong nhận thức xã hội. Một bộ phận giới trẻ, đặc biệt tại Sofia và Plovdiv, bắt đầu chuyển sang sử dụng sản phẩm thân thiện môi trường, bao bì tái chế và dịch vụ bền vững.

Các cửa hàng “bio”, quán cà phê xanh, thương hiệu thời trang tái chế và siêu thị không nhựa dần trở nên phổ biến. Phong trào ủng hộ hàng nội địa và “Eco Bulgaria” được Chính phủ khuyến khích, không chỉ để bảo vệ môi trường mà còn nhằm tăng sức cạnh tranh cho doanh nghiệp trong nước.

Sự kết hợp giữa giá trị sinh thái, đạo đức xã hội và lòng tự hào dân tộc đã tạo nền tảng cho một thể hệ tiêu dùng mới – bền vững, xanh và có trách nhiệm. Dù còn ở giai đoạn đầu, đây chính là xu hướng sẽ tăng trưởng mạnh mẽ sau đại dịch, khi người dân nhận thức rõ hơn về sức khỏe và sự an toàn của hệ sinh thái tiêu dùng.

3.6. Tổng kết

Trước đại dịch, cơ cấu tiêu dùng của Bulgaria thể hiện sự chuyển mình rõ nét từ mô hình tiết kiệm truyền thống sang mô hình tiêu dùng hiện đại, chú trọng chất lượng và trải nghiệm. Người dân vẫn chi tiêu cẩn trọng, nhưng ngày càng cởi mở với sản phẩm mới, công nghệ và xu hướng toàn cầu. Ba đặc điểm cốt lõi trong tiêu dùng giai đoạn này gồm:

- Tính thực tế cao: người Bulgaria chi tiêu có kế hoạch, chọn hàng thiết yếu, bền và đáng tin cậy.
- Ảnh hưởng mạnh từ châu Âu: hàng hóa, phong cách mua sắm và tiêu chuẩn chất lượng đều theo hướng hội nhập EU.
- Xu hướng tiêu dùng xanh và địa phương hóa: bắt đầu hình thành và được thể hệ trẻ dẫn dắt.

Cấu trúc này không chỉ phản ánh sự ổn định của thị trường Bulgaria, mà còn tạo nền móng cho sự bứt phá về tiêu dùng kỹ thuật số và phát triển bền vững trong giai đoạn hậu COVID-19.

4. Xu hướng tiêu dùng tại Bulgaria sau COVID-19: Sự thay đổi và thích ứng

Đại dịch COVID-19 đã làm thay đổi sâu sắc hành vi tiêu dùng của người dân Bulgaria, không chỉ trong ngắn hạn mà cả về mặt cấu trúc dài hạn. Trước đại dịch, người Bulgaria vốn có phong cách chi tiêu thận trọng, thiên về giá trị thực tế và tiết kiệm; tuy nhiên, sau giai đoạn phong tỏa và gián đoạn chuỗi cung ứng, xã hội Bulgaria bước vào thời kỳ tái định hình tiêu dùng – chú trọng hơn đến an toàn, sức khỏe, sự tự chủ và công nghệ.

Nhìn chung, Bulgaria đã chứng kiến một sự chuyển đổi rõ rệt từ tiêu dùng truyền thống sang tiêu dùng kỹ thuật số, từ ưu tiên giá cả sang coi trọng chất lượng và tính bền vững, đồng thời hình thành một thế hệ người tiêu dùng có ý thức hơn về trách nhiệm xã hội và môi trường.

4.1. Ảnh hưởng của đại dịch đến tâm lý và thói quen tiêu dùng

Trong giai đoạn 2020–2021, đại dịch COVID-19 đã khiến người dân Bulgaria phải đối mặt với sự gián đoạn kinh tế, lo ngại về sức khỏe và bất ổn trong thu nhập, đặc biệt ở các ngành du lịch, bán lẻ và dịch vụ. Tuy nhiên, do Chính phủ có chính sách hỗ trợ phúc lợi tương đối ổn định, tâm lý tiêu dùng không rơi vào trạng thái khủng hoảng mà chuyển hướng sang “tiêu dùng cẩn trọng và có ý thức”. Ba xu hướng tâm lý nổi bật được ghi nhận trong giai đoạn này:

- Gia tăng nhu cầu về an toàn và sức khỏe – người dân quan tâm hơn đến nguồn gốc sản phẩm, vệ sinh, độ an toàn và tác động sức khỏe.
- Chuyển từ chi tiêu hưởng thụ sang chi tiêu thiết yếu – ưu tiên thực phẩm, dược phẩm, hàng gia dụng và tiết kiệm cho các tình huống khẩn cấp.
- Tăng cường xu hướng tiêu dùng nội địa và tự sản xuất – người dân bắt đầu chú trọng đến hàng hóa “Made in Bulgaria” và tìm kiếm giải pháp tự cung tự cấp (tự nấu ăn, trồng rau, làm bánh tại nhà).

Ngoài ra, đại dịch cũng khiến mối quan hệ giữa tiêu dùng và cảm xúc trở nên sâu sắc hơn. Nhiều người chi tiêu ít hơn, nhưng lại chọn mua sản phẩm “mang lại cảm

giác an toàn và tích cực”, chẳng hạn như thực phẩm hữu cơ, hương liệu tự nhiên, hoặc đồ trang trí nhà cửa giúp tạo không gian thoải mái trong thời gian cách ly.

4.2. Sự trỗi dậy mạnh mẽ của thương mại điện tử và tiêu dùng kỹ thuật số

Một trong những thay đổi rõ nét nhất sau COVID-19 là sự bùng nổ của thương mại điện tử tại Bulgaria. Khi các cửa hàng truyền thống phải tạm ngừng hoạt động, người dân nhanh chóng chuyển sang mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử và giao hàng tận nhà – một xu hướng trước đó phát triển chậm nhưng nay trở thành phổ biến.

Theo Hiệp hội Thương mại Điện tử Bulgaria, doanh thu thương mại điện tử năm 2021 tăng hơn 45% so với năm 2019, với tốc độ cao nhất trong khu vực Đông Nam châu Âu. Các nhóm hàng có mức tăng trưởng mạnh bao gồm: thực phẩm, mỹ phẩm, thiết bị điện tử và thời trang.

Các nền tảng lớn như eMAG.bg, OLX.bg, Bazar.bg, Lidl Online, Technopolis, IKEA... đều mở rộng hoạt động trực tuyến, đồng thời kết hợp dịch vụ giao hàng linh hoạt. Thanh toán kỹ thuật số thông qua ví điện tử, thẻ ngân hàng hoặc mã QR trở nên phổ biến, giúp người dân quen dần với mô hình “cashless society” (xã hội không tiền mặt).

Đáng chú ý, sự chuyển đổi số không chỉ diễn ra trong mua sắm, mà còn lan sang các lĩnh vực giáo dục, y tế, giải trí và ngân hàng. Người dân Bulgaria – vốn thận trọng với công nghệ mới – nay bắt đầu tin tưởng hơn vào tiện ích kỹ thuật số, nhờ đó hình thành nền tảng tiêu dùng thông minh và kết nối sâu rộng trong thời kỳ hậu đại dịch.

4.3. Tiêu dùng hướng đến sức khỏe, vệ sinh và chất lượng sống

Đại dịch khiến người dân Bulgaria nhận thức rõ hơn về mối liên hệ giữa tiêu dùng, sức khỏe và môi trường sống, từ đó hình thành xu hướng “wellness consumption” – tiêu dùng vì sức khỏe và hạnh phúc cá nhân.

Trong nhóm thực phẩm, nhu cầu về sản phẩm sạch, hữu cơ, không hóa chất, ít đường và giàu dinh dưỡng tăng mạnh. Các siêu thị lớn như Billa, Lidl, Kaufland nhanh chóng mở rộng danh mục sản phẩm “Bio”, trong khi nhiều nông trại địa phương bắt đầu cung cấp thực phẩm organic giao tận nhà. Người dân cũng ưu tiên sản phẩm chế biến đơn giản và nguồn gốc tự nhiên, phản ánh sự quay trở lại với mô hình tiêu dùng truyền thống nhưng hiện đại hơn.

Ngoài ra, nhóm sản phẩm chăm sóc sức khỏe, vệ sinh cá nhân và dược phẩm trở thành lĩnh vực tăng trưởng đột biến. Nước rửa tay, thực phẩm bổ sung vitamin, sản phẩm kháng khuẩn, và tinh dầu thiên nhiên đều được tiêu thụ nhiều hơn.

Sau đại dịch, xu hướng này không suy giảm mà tiếp tục duy trì, cho thấy sức khỏe đã trở thành giá trị trung tâm trong hành vi tiêu dùng Bulgaria. Người dân sẵn sàng chi tiêu cao hơn để bảo đảm an toàn và duy trì thể chất – điều trước đây ít được chú trọng trong một xã hội thiên về tiết kiệm.

4.4. Ưu tiên hàng nội địa

Đại dịch làm đứt gãy chuỗi cung ứng quốc tế, khiến hàng nhập khẩu khan hiếm hoặc tăng giá. Điều này vô tình tạo cơ hội cho doanh nghiệp nội địa và thúc đẩy tinh thần ủng hộ hàng trong nước.

Người tiêu dùng bắt đầu tìm kiếm sản phẩm do doanh nghiệp Bulgaria sản xuất, đặc biệt là trong lĩnh vực thực phẩm, đồ gia dụng, mỹ phẩm và hàng dệt may. Nhiều thương hiệu địa phương như Biofresh, Refan, Harmonica Foods, Rose of Bulgaria... trở thành lựa chọn phổ biến, nhờ kết hợp giữa chất lượng tốt, giá hợp lý và bản sắc dân tộc.

Phong trào “Buy Bulgarian – Support Local Business” được lan tỏa rộng rãi qua mạng xã hội, với sự hưởng ứng mạnh từ giới trẻ. Không chỉ mang ý nghĩa kinh tế, xu hướng này còn gắn liền với niềm tự hào văn hóa và ý thức cộng đồng – tiêu biểu cho sự thay đổi tư duy tiêu dùng sau đại dịch: người dân không chỉ “mua cho bản thân”, mà còn “mua vì xã hội”.

4.5. Tăng trưởng của tiêu dùng xanh và bền vững

Sau COVID-19, nhận thức về môi trường tại Bulgaria được nâng lên đáng kể, nhất là trong giới trẻ và tầng lớp trung lưu. Người tiêu dùng bắt đầu đánh giá sản phẩm không chỉ qua giá và chất lượng, mà còn qua tác động của nó đối với thiên nhiên và cộng đồng.

Nhiều doanh nghiệp bán lẻ áp dụng chính sách giảm bao bì nhựa, khuyến khích tái sử dụng và phân loại rác tại nguồn. Chuỗi Lidl Bulgaria khởi động chương trình “Plastic Free Week”, trong khi Billa và DM Drogerie Markt quảng bá sản phẩm eco và bao bì tái chế.

Một xu hướng mới là “eco-localism” – kết hợp giữa tiêu dùng xanh và ủng hộ sản phẩm nội địa. Người dân tìm đến các chợ sinh thái, nông trại hữu cơ và cửa hàng

không nhựa, nơi họ có thể mua hàng trực tiếp từ nhà sản xuất, vừa thân thiện môi trường vừa hỗ trợ nền kinh tế địa phương.

Đặc biệt, thế hệ trẻ Bulgaria thể hiện tinh thần tiêu dùng có trách nhiệm cao, ưu tiên các thương hiệu cam kết bảo vệ môi trường, minh bạch trong chuỗi cung ứng và có hành động xã hội tích cực. Đây chính là nền tảng cho sự phát triển của mô hình “ethical consumerism” (tiêu dùng đạo đức) tại quốc gia này.

4.6. Thay đổi trong cơ cấu chi tiêu: từ hưởng thụ sang cân bằng và tự chủ

Trước COVID-19, người Bulgaria đã có xu hướng chi tiêu tiết kiệm; tuy nhiên, sau đại dịch, tiết kiệm trở thành chiến lược tài chính cốt lõi. Nhiều hộ gia đình bắt đầu tăng tích lũy, giảm tiêu dùng không thiết yếu và quan tâm hơn đến đầu tư cá nhân, bảo hiểm sức khỏe và quản lý chi tiêu.

Tuy vậy, đây không phải là dấu hiệu của sự “thắt lưng buộc bụng” đơn thuần, mà là biểu hiện của sự chuyển dịch sang tiêu dùng có kế hoạch và tự chủ hơn. Người dân không mua ít đi, mà mua thông minh hơn: lựa chọn sản phẩm có giá trị dài hạn, thương hiệu đáng tin cậy và ý nghĩa xã hội.

Bên cạnh đó, sau thời gian giãn cách, nhu cầu trải nghiệm – du lịch – giao lưu cộng đồng tăng mạnh trở lại. Khi tình hình ổn định, người dân dành nhiều chi tiêu cho du lịch nội địa, nhà hàng, hoạt động thể thao và chăm sóc tinh thần, phản ánh sự cân bằng giữa vật chất và cảm xúc trong tiêu dùng hậu đại dịch.

4.7. Hình thành thế hệ tiêu dùng số và có ý thức xã hội

Sau đại dịch, Bulgaria đã xuất hiện một nhóm người tiêu dùng mới – “Digital-Social Consumers” – đại diện cho thế hệ trẻ, am hiểu công nghệ, có trình độ học vấn cao và coi trọng trách nhiệm xã hội. Họ là những người:

- Mua sắm trực tuyến thường xuyên, so sánh giá qua nhiều nền tảng trước khi quyết định.
- Quan tâm đến môi trường, nhân quyền, sức khỏe và tính minh bạch của doanh nghiệp.
- Sẵn sàng trả giá cao hơn cho sản phẩm “sạch”, “xanh”, hoặc có đóng góp tích cực cho cộng đồng.

Đây chính là động lực mới định hình thị trường tiêu dùng Bulgaria trong thập niên tới. Sự phát triển của nhóm khách hàng này khiến các doanh nghiệp phải thay đổi toàn diện chiến lược: từ marketing, chuỗi cung ứng đến thiết kế sản phẩm, nhằm đáp ứng nhu cầu “đa chiều” – vừa tiện lợi, vừa có giá trị xã hội.

4.8. Tổng kết xu hướng tiêu dùng Bulgaria sau COVID-19

Sau đại dịch, tiêu dùng tại Bulgaria bước sang một giai đoạn phát triển chất lượng hơn, có ý thức và thích ứng mạnh với công nghệ. Người dân không còn xem tiêu dùng đơn thuần là hành vi kinh tế, mà là một phần của lối sống – gắn với sức khỏe, đạo đức và trách nhiệm xã hội. Bốn xu hướng nổi bật có thể khái quát như sau:

- Số hóa toàn diện hành vi tiêu dùng – thương mại điện tử, thanh toán điện tử và dịch vụ giao hàng trở thành thói quen phổ biến.

- Sức khỏe và an toàn là ưu tiên hàng đầu – thực phẩm sạch, sản phẩm hữu cơ và tiêu dùng vì sức khỏe chiếm vị trí trung tâm.
- Phát triển tiêu dùng bền vững và hàng nội địa – phong trào “Buy Bulgarian” kết hợp với tiêu dùng xanh tạo nền kinh tế tuần hoàn.
- Xu hướng tiêu dùng có ý thức xã hội – thế hệ trẻ định hình lối sống mới: tiêu dùng vì bản thân, cộng đồng và hành tinh.

Nhờ sự thay đổi này, Bulgaria bước ra khỏi đại dịch với một nền tiêu dùng trưởng thành hơn, linh hoạt hơn và bền vững hơn, sẵn sàng hòa nhập vào xu thế “châu Âu xanh và số hóa” trong thập kỷ tới.

5. Đặc trưng tiêu dùng và cơ hội cho doanh nghiệp tại thị trường Bulgaria

Sau giai đoạn chuyển mình mạnh mẽ bởi đại dịch COVID-19, thị trường tiêu dùng Bulgaria hiện nay thể hiện sự pha trộn giữa tính truyền thống và hiện đại, vừa mang đặc trưng của một nền kinh tế đang phát triển ổn định, vừa phản ánh xu hướng hội nhập sâu với châu Âu.

Đối với các doanh nghiệp trong và ngoài nước, Bulgaria không chỉ là một thị trường tiêu thụ tiềm năng trong khu vực Đông Nam Âu, mà còn là “bản đồ thử nghiệm” cho chiến lược tiêu dùng xanh, kỹ thuật số và bền vững tại các nước EU mới nổi.

5.1. Đặc trưng nổi bật trong hành vi tiêu dùng hiện nay

Sau đại dịch, hành vi tiêu dùng của người dân Bulgaria được định hình bởi ba yếu tố cốt lõi: giá trị thực tế, an toàn sức khỏe và niềm tin thương hiệu. Mặc dù thu nhập

bình quân đầu người vẫn ở mức trung bình trong EU, nhưng người tiêu dùng Bulgaria thể hiện một mức độ chọn lọc ngày càng cao trong việc ra quyết định mua hàng.

- Thứ nhất, tính thực tế vẫn là nền tảng trong mọi quyết định chi tiêu. Người Bulgaria thường lập kế hoạch ngân sách gia đình, so sánh giá cả kỹ lưỡng và ưu tiên sản phẩm có độ bền, công dụng rõ ràng, phù hợp với nhu cầu thực tế. Sự thận trọng này khiến họ ít bị chi phối bởi xu hướng “mua sắm theo cảm xúc”, mà tập trung vào lợi ích dài hạn.
- Thứ hai, yếu tố sức khỏe và an toàn đã trở thành động cơ tiêu dùng trung tâm. Người dân quan tâm nhiều hơn đến chất lượng, nguồn gốc và tiêu chuẩn sản phẩm. Sản phẩm có chứng nhận an toàn EU, nhãn hữu cơ (bio) hoặc được sản xuất trong nước được đánh giá cao hơn so với hàng hóa giá rẻ không rõ xuất xứ.
- Thứ ba, niềm tin thương hiệu đóng vai trò ngày càng quan trọng. Do từng trải qua nhiều biến động thị trường, người Bulgaria có xu hướng gắn bó lâu dài với những thương hiệu đáng tin cậy, nhất là các thương hiệu có cam kết minh bạch, giá cả ổn định và phục vụ chu đáo.

Ngoài ra, thế hệ trẻ Bulgaria – đặc biệt nhóm từ 20 đến 35 tuổi – đang định hình lối tiêu dùng dựa trên trải nghiệm, công nghệ và giá trị xã hội. Họ không chỉ mua sản phẩm, mà tìm kiếm ý nghĩa trong lựa chọn tiêu dùng: sản phẩm đó có thân thiện môi trường không, có hỗ trợ cộng đồng không, có tôn trọng đạo đức kinh doanh không.

5.2. Thị trường hướng tới tiêu dùng xanh, bền vững và có trách nhiệm

Bulgaria là một trong những quốc gia EU ghi nhận mức tăng trưởng nhanh về tiêu dùng xanh trong giai đoạn sau đại dịch. Mặc dù xuất phát điểm thấp, song xu hướng “eco-consumption” (tiêu dùng sinh thái) và “ethical consumerism” (tiêu dùng có đạo đức) đang lan tỏa mạnh mẽ, đặc biệt tại các đô thị lớn như Sofia, Plovdiv và Varna. Các yếu tố nổi bật trong xu hướng này gồm:

- Gia tăng nhu cầu về sản phẩm thân thiện môi trường: người dân ưu tiên hàng có bao bì tái chế, giảm nhựa và tiết kiệm năng lượng.
- Sự phổ biến của hàng hữu cơ (bio-products): các siêu thị lớn mở rộng khu “Bio Corner” và các chợ xanh được tổ chức định kỳ.
- Phong trào “Buy Bulgarian – Support Local Business”: ủng hộ sản phẩm nội địa, kết hợp giữa lòng tự hào dân tộc và trách nhiệm kinh tế.

Đáng chú ý, nhóm tiêu dùng này không còn là “thiểu số ý thức cao” như trước, mà đã lan sang tầng lớp trung lưu đô thị – nhóm có khả năng chi trả và sẵn sàng chi tiêu thêm cho giá trị bền vững. Điều này tạo nên cơ hội lớn cho doanh nghiệp phát triển sản phẩm xanh, minh bạch và có chứng nhận quốc tế.

5.3. Cơ hội trong lĩnh vực thương mại điện tử và chuyển đổi số

Sau COVID-19, thương mại điện tử Bulgaria bước vào giai đoạn tăng trưởng bền vững. Dù quy mô còn khiêm tốn so với các nước Tây Âu, nhưng tốc độ phát triển nhanh và tiềm năng mở rộng rất lớn.

Người dân Bulgaria hiện đã quen thuộc với các hình thức mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử và dịch vụ giao hàng, đặc biệt trong lĩnh vực thời trang, mỹ phẩm, thiết bị điện tử và hàng tiêu dùng nhanh. Sự kết hợp giữa giới trẻ am hiểu công nghệ và sự cải thiện cơ sở hạ tầng logistics tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng thị phần online. Các doanh nghiệp quốc tế có thể tận dụng cơ hội này bằng cách:

- Đầu tư nền tảng số và ứng dụng di động thân thiện, đa ngôn ngữ.
- Tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng bằng dịch vụ hậu mãi, giao hàng nhanh và chính sách đổi trả rõ ràng.
- Tận dụng mạng xã hội (Facebook, Instagram, TikTok) để xây dựng thương hiệu, vì người Bulgaria sử dụng mạng xã hội với tần suất cao nhất trong khu vực.

Ngoài ra, sự phát triển của ví điện tử và hệ thống thanh toán không tiền mặt như Revolut, Paysera, Apple Pay, và Google Pay đang thay đổi nhanh chóng cách thức chi tiêu, mở ra cơ hội cho các công ty fintech, logistics và bán lẻ đa kênh.

5.4. Cơ hội trong ngành thực phẩm, đồ uống và hàng tiêu dùng nhanh (FMCG)

Lĩnh vực thực phẩm và hàng tiêu dùng nhanh tiếp tục là trụ cột của tiêu dùng Bulgaria, đồng thời là khu vực có sức cạnh tranh cao. Người dân ngày càng tìm kiếm sản phẩm tự nhiên, hữu cơ, không phụ gia và có xuất xứ rõ ràng.

Đối với doanh nghiệp nước ngoài, sản phẩm có chứng nhận châu Âu, giá cả hợp lý và đảm bảo chất lượng ổn định có khả năng thâm nhập thị trường dễ dàng. Trong

khi đó, doanh nghiệp nội địa có thể khai thác lợi thế niềm tin thương hiệu quốc gia và hệ thống phân phối linh hoạt tại địa phương. Các cơ hội đáng chú ý bao gồm:

- Thực phẩm hữu cơ, vegan và không gluten.
- Đồ uống có lợi cho sức khỏe: nước ép tự nhiên, sữa hạt, trà thảo mộc, kombucha.
- Bao bì thân thiện môi trường: sản phẩm tái chế, có nhãn “eco-friendly” đang được ưa chuộng.

Ngoài ra, ngành thực phẩm truyền thống Bulgaria (phô mai, mật ong, rượu vang, yogurt, tinh dầu hoa hồng) đang được quốc tế quan tâm, mở ra hướng xuất khẩu và hợp tác sản xuất có giá trị cao.

5.5. Cơ hội trong lĩnh vực thời trang, mỹ phẩm và phong cách sống

Thị trường thời trang và mỹ phẩm Bulgaria tuy nhỏ nhưng mang tính hội nhập cao và năng động, chịu ảnh hưởng mạnh từ phong cách châu Âu. Người tiêu dùng ưa chuộng sản phẩm có thiết kế hiện đại, thân thiện với môi trường, giá cả hợp lý và nguồn gốc minh bạch. Do đó, các doanh nghiệp có thể tận dụng xu hướng:

- Thời trang bền vững (sustainable fashion): sử dụng vải tái chế, quy trình sản xuất tiết kiệm năng lượng.
- Mỹ phẩm tự nhiên và hữu cơ: nhóm sản phẩm chăm sóc da, tóc và cơ thể có nguồn gốc thiên nhiên đang tăng trưởng mạnh.

- Thời trang cá nhân hóa: người tiêu dùng trẻ thích sản phẩm phản ánh cá tính riêng, mở cơ hội cho thương hiệu nhỏ và sáng tạo.

Đặc biệt, mỹ phẩm “Made in Bulgaria” có lợi thế lớn nhờ nguồn nguyên liệu tự nhiên như tinh dầu hoa hồng, hoa oải hương và thảo mộc vùng Balkan – những yếu tố đang được ưa chuộng trên thị trường châu Âu.

5.6. Du lịch, ẩm thực và trải nghiệm văn hóa: Xu hướng tiêu dùng trải nghiệm

Sau giai đoạn giãn cách, người dân Bulgaria có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho du lịch nội địa, ẩm thực và các hoạt động giải trí mang tính trải nghiệm. Điều này tạo cơ hội lớn cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ, nhà hàng, lưu trú, du lịch sinh thái và chăm sóc sức khỏe.

Các điểm đến như Varna, Plovdiv, Bansko, Burgas thu hút du khách nội địa và quốc tế nhờ sự kết hợp giữa thiên nhiên, văn hóa và chi phí hợp lý. Người dân Bulgaria có xu hướng chọn trải nghiệm gần gũi, an toàn và có yếu tố bản địa, thay vì du lịch xa hoa.

Cùng với đó, ẩm thực Bulgaria – đặc trưng bởi nguyên liệu tự nhiên và công thức truyền thống – đang trở thành một phần quan trọng của văn hóa tiêu dùng. Các doanh nghiệp F&B có thể khai thác xu hướng ẩm thực địa phương – hiện đại hóa, kết hợp giữa hương vị truyền thống và cách trình bày hiện đại để thu hút thế hệ trẻ.

5.7. Cơ hội cho doanh nghiệp nước ngoài: Hợp tác – nội địa hóa – chuyển đổi số

Bulgaria là thị trường có mức độ mở cửa cao nhưng yêu cầu sự thích ứng tinh tế. Người tiêu dùng có xu hướng tin tưởng hàng hóa EU và ưa chuộng sản phẩm có bản

sắc địa phương. Do đó, doanh nghiệp nước ngoài cần kết hợp giữa chất lượng quốc tế và yếu tố văn hóa Bulgaria trong chiến lược kinh doanh. Ba hướng tiếp cận hiệu quả gồm:

- Hợp tác với doanh nghiệp bản địa để tận dụng mạng lưới phân phối và hiểu biết thị trường.
- Nội địa hóa sản phẩm và thương hiệu, thể hiện qua bao bì, ngôn ngữ và chiến dịch marketing phù hợp với văn hóa Bulgaria.
- Đầu tư vào chuyển đổi số, đặc biệt trong bán lẻ đa kênh (omnichannel), giúp tiếp cận người tiêu dùng nhanh chóng và linh hoạt.

Ngoài ra, chính sách thuế ưu đãi và chi phí vận hành thấp của Bulgaria (so với các nước Tây Âu) là lợi thế cho các công ty muốn thiết lập trung tâm phân phối hoặc sản xuất tại Đông Nam châu Âu.

5.8. Tổng kết

Thị trường tiêu dùng Bulgaria có thể không lớn về quy mô, nhưng lại đặc biệt hấp dẫn về tốc độ tăng trưởng, mức độ hội nhập và khả năng thích ứng. Người dân tiêu dùng thận trọng, song ngày càng cởi mở với xu hướng toàn cầu, đồng thời duy trì niềm tự hào về hàng hóa nội địa.

Sự giao thoa giữa tư duy tiết kiệm truyền thống và xu hướng tiêu dùng hiện đại đang tạo ra một môi trường kinh doanh độc đáo: doanh nghiệp nào hiểu được tâm lý “giá trị thực, chất lượng thật và trách nhiệm xã hội” sẽ nhanh chóng chiếm được niềm tin của người dân Bulgaria.

Trong bối cảnh hội nhập châu Âu và chuyển đổi xanh, Bulgaria được dự báo sẽ trở thành một trong những thị trường tiêu dùng ổn định, bền vững và tiềm năng nhất ở khu vực Đông Nam châu Âu, mở ra cơ hội lớn cho các doanh nghiệp đầu tư dài hạn vào mô hình kinh doanh hướng đến sức khỏe, bền vững và công nghệ.

6. Định hướng phát triển và xu thế tiêu dùng tại Bulgaria đến năm 2030

Trong giai đoạn 2025–2030, thị trường tiêu dùng Bulgaria được dự báo sẽ bước vào thời kỳ ổn định và tăng trưởng chất lượng, chuyển từ giai đoạn phục hồi hậu đại dịch sang phát triển bền vững, thông minh và hội nhập sâu với chuẩn mực tiêu dùng châu Âu.

Những thay đổi trong hành vi tiêu dùng giai đoạn 2020–2024 – bao gồm số hóa, ưu tiên sức khỏe, tiêu dùng xanh và ủng hộ hàng nội địa – sẽ tiếp tục phát triển, tạo thành nền tảng vững chắc cho một xã hội tiêu dùng hiện đại, có ý thức và trách nhiệm.

6.1. Định hướng chung: Từ tiêu dùng tiết kiệm sang tiêu dùng thông minh và bền vững

Bulgaria đang từng bước chuyển từ nền tiêu dùng truyền thống, thiên về tiết kiệm, sang mô hình tiêu dùng thông minh (smart consumption) – kết hợp giữa giá trị kinh tế, công nghệ, sức khỏe và đạo đức xã hội.

Trong bối cảnh kinh tế ổn định, thu nhập bình quân đầu người tăng, cùng với sự hỗ trợ của các chính sách từ Liên minh châu Âu, người dân Bulgaria sẽ có mức chi tiêu cao hơn nhưng cũng chọn lọc hơn, hướng tới những sản phẩm có giá trị sử dụng dài

hạn và ít tác động tiêu cực đến môi trường. Ba định hướng chủ đạo trong tiêu dùng giai đoạn tới gồm:

- Tiêu dùng có ý thức (conscious consumption): người dân cân nhắc tác động xã hội và môi trường của sản phẩm trước khi mua.
- Tiêu dùng bền vững (sustainable consumption): ưu tiên hàng hóa thân thiện môi trường, tiết kiệm năng lượng và có thể tái chế.
- Tiêu dùng thông minh (smart consumption): ứng dụng công nghệ, dữ liệu và nền tảng số để tối ưu trải nghiệm và chi phí.

Những định hướng này phù hợp với chiến lược phát triển bền vững của EU – đặc biệt là Chính sách Thỏa thuận Xanh châu Âu (European Green Deal) và Chiến lược chuyển đổi số 2030, qua đó Bulgaria trở thành một “mắt xích tiêu dùng xanh” trong khu vực Đông Nam Âu.

6.2. Số hóa tiêu dùng và chuyển đổi sang xã hội không tiền mặt

Đến năm 2030, thương mại điện tử và tiêu dùng kỹ thuật số dự kiến sẽ chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng mức bán lẻ tại Bulgaria. Sự phát triển nhanh của Internet tốc độ cao, dịch vụ logistics và thanh toán điện tử sẽ làm thay đổi hoàn toàn cách thức mua sắm. Các xu hướng cụ thể bao gồm:

- Thương mại điện tử đa kênh (Omnichannel): người tiêu dùng kết hợp mua sắm trực tuyến và tại cửa hàng, tối ưu hóa trải nghiệm trên mọi nền tảng.

- Thanh toán điện tử phổ cập: các hình thức như ví điện tử, mã QR, ngân hàng số sẽ thay thế gần như hoàn toàn giao dịch tiền mặt.
- Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data): các doanh nghiệp sử dụng công nghệ để cá nhân hóa sản phẩm, gợi ý mua hàng và dự đoán nhu cầu. Nhờ đó, người tiêu dùng Bulgaria sẽ ngày càng chủ động, linh hoạt và kết nối hơn, tạo nên một hệ sinh thái tiêu dùng thông minh, minh bạch và tiện lợi.

Đặc biệt, thế hệ trẻ (Gen Z và Alpha) – những người sinh ra trong thời đại số – sẽ trở thành lực lượng tiêu dùng chính, định hình xu hướng “Digital Native Lifestyle”, nơi mọi hành vi mua sắm, thanh toán và tương tác đều diễn ra trực tuyến.

6.3. Sức khỏe và an toàn tiếp tục là trọng tâm của tiêu dùng

Sau những kinh nghiệm từ đại dịch, sức khỏe và an toàn thực phẩm sẽ tiếp tục là ưu tiên hàng đầu trong lựa chọn tiêu dùng của người dân Bulgaria đến năm 2030. Thị trường sẽ hướng đến ba nhóm sản phẩm chủ lực:

- Thực phẩm hữu cơ và tự nhiên (Organic & Natural Food): nhu cầu về rau củ hữu cơ, sữa chua tự nhiên, mật ong, dầu thực vật và đồ ăn ít phụ gia sẽ tăng mạnh.
- Sản phẩm chăm sóc sức khỏe (Health & Wellness): thực phẩm chức năng, vitamin, sản phẩm tăng đề kháng và chăm sóc tinh thần sẽ duy trì tăng trưởng ổn định.

- Dịch vụ y tế và thể chất (Well-being Services): trung tâm thể hình, yoga, spa và các ứng dụng theo dõi sức khỏe sẽ trở thành phần thiết yếu trong chi tiêu cá nhân.
- Người tiêu dùng Bulgaria đang hình thành văn hóa “healthy lifestyle” (lối sống lành mạnh), kết hợp giữa ăn uống, vận động và tiêu dùng có kiểm soát.
- Doanh nghiệp nào đáp ứng được chuỗi giá trị sức khỏe toàn diện – từ sản phẩm đến trải nghiệm sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn trên thị trường.

6.4. Tăng trưởng của tiêu dùng xanh và kinh tế tuần hoàn

Một trong những định hướng nổi bật của thị trường tiêu dùng Bulgaria đến 2030 là phát triển tiêu dùng xanh và kinh tế tuần hoàn (circular economy). Chính phủ Bulgaria, dưới sự hỗ trợ của EU, đang thúc đẩy mạnh mẽ các chính sách giảm rác thải nhựa, tái chế bao bì, tiết kiệm năng lượng và khuyến khích sản xuất bền vững.

Người tiêu dùng Bulgaria – đặc biệt là nhóm trẻ và trung lưu – ngày càng coi trọng tác động môi trường của sản phẩm. Họ sẵn sàng lựa chọn thương hiệu có chứng nhận sinh thái (eco-label) hoặc cam kết trung hòa carbon (carbon neutral). Các ngành có tiềm năng phát triển mạnh theo hướng xanh gồm:

- Thực phẩm hữu cơ và nông nghiệp sinh thái.
- Ngành dệt may – thời trang bền vững.
- Bao bì tái chế và sản phẩm thay thế nhựa.
- Năng lượng gia dụng tiết kiệm điện.

Bulgaria được kỳ vọng trở thành trung tâm sản xuất và tiêu dùng sinh thái của Đông Nam Âu, với lợi thế tài nguyên tự nhiên và chi phí nhân công cạnh tranh. Doanh nghiệp quốc tế có thể tận dụng xu hướng này bằng cách đầu tư công nghệ xanh, hợp tác với nhà cung ứng địa phương và truyền thông minh bạch về cam kết môi trường.

6.5. Sự mở rộng của tiêu dùng trải nghiệm và dịch vụ chất lượng cao

Đến năm 2030, khi thu nhập bình quân tăng và nhu cầu vật chất cơ bản được đáp ứng, người Bulgaria sẽ chuyển mạnh sang tiêu dùng trải nghiệm – hướng đến cảm xúc và chất lượng sống. Các lĩnh vực dự kiến phát triển nhanh gồm:

- Du lịch trải nghiệm và nghỉ dưỡng sinh thái: khám phá thiên nhiên, văn hóa địa phương, du lịch xanh và wellness tourism.
- Ẩm thực cao cấp và sản phẩm thủ công địa phương: người dân tìm kiếm trải nghiệm văn hóa qua thực phẩm và hàng thủ công truyền thống.
- Giải trí – thể thao – phát triển cá nhân: tiêu dùng hướng đến sự cân bằng tinh thần và thể chất.

Các doanh nghiệp dịch vụ cần chú trọng xây dựng trải nghiệm khách hàng trọn vẹn (customer experience) – từ chất lượng sản phẩm, không gian, đến giá trị cảm xúc – nhằm đáp ứng nhu cầu tinh tế ngày càng tăng của người tiêu dùng.

6.6. Nâng cao vai trò của thế hệ trẻ trong định hình xu hướng tiêu dùng

Thế hệ trẻ Bulgaria (Gen Z và thế hệ Alpha) sẽ là động lực trung tâm của thị trường tiêu dùng giai đoạn 2025–2030.

- Họ là nhóm am hiểu công nghệ, có ý thức xã hội cao và ưa chuộng lối sống linh hoạt, sáng tạo. Các đặc điểm tiêu biểu của thế hệ này gồm:
- Mua sắm trực tuyến là thói quen mặc định.
- Đề cao tính cá nhân và trải nghiệm độc đáo.
- Ưu tiên thương hiệu có trách nhiệm xã hội, tôn trọng môi trường và minh bạch.
- Ảnh hưởng mạnh từ mạng xã hội, đánh giá người dùng và cộng đồng số.

Đối với doanh nghiệp, việc chinh phục nhóm khách hàng này đòi hỏi chiến lược marketing dựa trên câu chuyện thương hiệu, tính tương tác và tính xác thực. Các thương hiệu biết kết hợp công nghệ với giá trị nhân văn – ví dụ như hỗ trợ cộng đồng, giảm phát thải, hoặc hợp tác với nghệ sĩ địa phương – sẽ dễ dàng tạo lòng tin và trung thành thương hiệu lâu dài.

6.7. Hướng đến tiêu dùng minh bạch và đạo đức

Một xu hướng mang tính cấu trúc của tiêu dùng Bulgaria đến 2030 là sự đòi hỏi minh bạch và đạo đức trong kinh doanh. Người dân không chỉ quan tâm đến chất lượng sản phẩm, mà còn đặt câu hỏi: sản phẩm này được sản xuất như thế nào, có gây hại đến ai, và doanh nghiệp đó đóng góp gì cho xã hội? Do đó, doanh nghiệp muốn tồn tại bền vững cần:

- Minh bạch về chuỗi cung ứng, đảm bảo điều kiện lao động và nguồn nguyên liệu sạch.

- Xây dựng thương hiệu có trách nhiệm xã hội, tham gia các hoạt động cộng đồng và phát triển địa phương.
- Tăng tính tin cậy qua truyền thông trung thực, thay vì quảng cáo phô trương.

Xu hướng “ethical branding” (xây dựng thương hiệu đạo đức) sẽ trở thành chuẩn mực, buộc doanh nghiệp phải gắn liền hoạt động kinh doanh với lợi ích xã hội và môi trường.

6.8. Tổng kết

Thị trường tiêu dùng Bulgaria đến năm 2030 – bền vững, thông minh và có trách nhiệm Đến năm 2030, tiêu dùng tại Bulgaria được dự báo sẽ mang ba đặc trưng nổi bật:

- Bền vững – xanh – thân thiện: người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm và dịch vụ có trách nhiệm với môi trường và cộng đồng.
- Thông minh – số hóa – kết nối: mua sắm trực tuyến, thanh toán điện tử và công nghệ AI trở thành chuẩn mực.
- Có ý thức – có giá trị – có bản sắc: người dân hướng đến lối sống lành mạnh, tiêu dùng có đạo đức và tôn vinh văn hóa Bulgaria.

Thị trường Bulgaria trong thập kỷ tới sẽ không chỉ là nơi tiêu thụ hàng hóa, mà còn là không gian thể hiện giá trị văn minh tiêu dùng châu Âu – nơi mỗi hành vi mua sắm phản ánh nhận thức về sức khỏe, công bằng và phát triển bền vững.

Với nền tảng ổn định, vị trí chiến lược trong khu vực và tinh thần thích ứng cao của người tiêu dùng, Bulgaria được dự báo sẽ trở thành một trong những thị trường tiêu dùng tăng trưởng bền vững và có chiều sâu nhất Đông Nam Âu đến năm 2030, mở ra cơ hội lớn cho các doanh nghiệp tiên phong về chuyển đổi số, tiêu dùng xanh và trách nhiệm xã hội.

7. Kết luận và khuyến nghị

Thị trường tiêu dùng Bulgaria đang bước vào giai đoạn phát triển mới – một giai đoạn trưởng thành, bền vững và hội nhập sâu rộng với các tiêu chuẩn tiêu dùng châu Âu. Sự chuyển mình mạnh mẽ của người dân sau đại dịch COVID-19, cùng với quá trình số hóa và nhận thức xã hội ngày càng cao, đã tạo nên một bức tranh tiêu dùng đa chiều, linh hoạt nhưng ổn định, mở ra nhiều cơ hội dài hạn cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Tuy quy mô dân số và sức mua còn khiêm tốn so với các thị trường Tây Âu, Bulgaria lại nổi bật ở tốc độ thích ứng nhanh, niềm tin vào thương hiệu, và xu hướng tiêu dùng có trách nhiệm. Đây là nền tảng để doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển bền vững, tận dụng xu hướng “châu Âu xanh” và “chuyển đổi số” trong thập niên 2025–2035.

7.1. Kết luận chung về đặc điểm tiêu dùng tại Bulgaria

Phân tích toàn diện cho thấy, hành vi tiêu dùng tại Bulgaria được đặc trưng bởi sự cân bằng giữa thực tế và giá trị xã hội, thể hiện qua bốn yếu tố then chốt:

- Thực tế và tiết kiệm: người dân luôn so sánh giá cả, cân nhắc lợi ích dài hạn và ưu tiên sản phẩm thiết yếu.
- An toàn và sức khỏe: thực phẩm sạch, hàng hữu cơ, sản phẩm chăm sóc sức khỏe là lựa chọn ưu tiên.
- Số hóa và hiện đại: thương mại điện tử, thanh toán không tiền mặt và nền tảng mua sắm trực tuyến phát triển mạnh.
- Trách nhiệm và bản sắc: người tiêu dùng có ý thức xã hội, ủng hộ hàng nội địa và quan tâm đến môi trường.

Đây là một thị trường đang chuyển đổi từ tiêu dùng truyền thống sang tiêu dùng ý thức và bền vững, trong đó người dân không chỉ tìm kiếm lợi ích cá nhân mà còn cân nhắc tác động của hành vi tiêu dùng đối với cộng đồng.

7.2. Cơ hội chiến lược cho doanh nghiệp nước ngoài

Bulgaria mang lại cơ hội rõ rệt cho các doanh nghiệp quốc tế, đặc biệt trong các lĩnh vực tiêu dùng xanh, sản phẩm hữu cơ, công nghệ và dịch vụ. Một số hướng đi tiềm năng gồm:

- Thực phẩm và đồ uống hữu cơ: khai thác nhu cầu ngày càng cao về sản phẩm tự nhiên, minh bạch nguồn gốc.
- Mỹ phẩm và sản phẩm chăm sóc cá nhân tự nhiên: sử dụng nguyên liệu sinh học hoặc hợp tác với các nhà sản xuất địa phương để gia tăng tính bản địa.

- Thương mại điện tử và logistics: đầu tư vào nền tảng kỹ thuật số, mô hình bán lẻ đa kênh và giải pháp giao hàng linh hoạt.
- Năng lượng và thiết bị tiết kiệm: tận dụng chính sách hỗ trợ từ EU để phát triển sản phẩm thân thiện môi trường.
- Du lịch – ẩm thực – trải nghiệm văn hóa: phát triển mô hình du lịch xanh, nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe và dịch vụ cao cấp.

Doanh nghiệp quốc tế cần chú trọng đến chiến lược nội địa hóa – nghĩa là không chỉ “mang sản phẩm vào Bulgaria”, mà phải thích ứng với tâm lý, văn hóa và nhu cầu tiêu dùng bản địa.

7.3. Khuyến nghị về chiến lược tiếp cận thị trường

Để thành công tại Bulgaria, doanh nghiệp cần tiếp cận thị trường theo hướng bền vững, số hóa và định hướng giá trị. Một số khuyến nghị cụ thể bao gồm:

(1) Xây dựng thương hiệu đáng tin cậy và gắn kết văn hóa địa phương: Người tiêu dùng Bulgaria rất nhạy cảm với uy tín và sự trung thực. Doanh nghiệp nên xây dựng hình ảnh thương hiệu rõ ràng, nhất quán và gắn liền với giá trị Bulgaria – như chất lượng, thân thiện môi trường và đóng góp cộng đồng.

(2) Tăng cường yếu tố minh bạch và chứng nhận chất lượng: Các nhãn “Made in EU”, “Organic”, “Eco-friendly” hoặc chứng chỉ quốc tế về an toàn, bền vững có sức ảnh hưởng lớn đến quyết định mua hàng. Việc công bố thông tin rõ ràng về nguồn gốc và quy trình sản xuất giúp củng cố niềm tin của khách hàng.

(3) Đầu tư vào nền tảng kỹ thuật số và marketing số: Mạng xã hội, thương mại điện tử và trải nghiệm trực tuyến đang chi phối hành vi mua sắm của thế hệ trẻ. Doanh nghiệp nên tận dụng dữ liệu, AI và công cụ tương tác để cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng.

(4) Phát triển mô hình bán lẻ đa kênh (Omnichannel): Kết hợp cửa hàng thực tế với kênh trực tuyến, tạo ra hệ sinh thái mua sắm liền mạch – giúp khách hàng có thể tìm hiểu, trải nghiệm, thanh toán và nhận hàng một cách tiện lợi.

(5) Chú trọng yếu tố xanh và xã hội: Tiêu dùng bền vững đang trở thành tiêu chuẩn mới. Doanh nghiệp cần cam kết giảm phát thải, sử dụng bao bì tái chế, và thực hiện các hoạt động cộng đồng nhằm thể hiện trách nhiệm xã hội.

7.4. Khuyến nghị cho doanh nghiệp nội địa Bulgaria: Đối với doanh nghiệp trong nước, giai đoạn 2025–2030 là cơ hội để củng cố vị thế thương hiệu nội địa thông qua đổi mới, chất lượng và hội nhập. Một số hướng đi quan trọng gồm:

- Nâng cấp chuỗi giá trị sản xuất: áp dụng công nghệ sạch, đảm bảo tiêu chuẩn châu Âu để nâng cao khả năng cạnh tranh.
- Đổi mới thiết kế và bao bì: hướng đến sản phẩm hiện đại, thân thiện với môi trường và mang bản sắc Bulgaria.
- Mở rộng hợp tác quốc tế: liên kết với doanh nghiệp EU để nâng cao năng lực xuất khẩu và chuyển giao công nghệ.

- Đầu tư vào marketing thương hiệu Bulgaria: truyền thông tích cực về sản phẩm nội địa, gắn với hình ảnh “chất lượng – tự nhiên – bền vững”.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên tận dụng chính sách hỗ trợ của Chính phủ và EU, đặc biệt trong các chương trình “Green Transition”, “Digital Europe” và “Circular Economy”, nhằm nâng cao năng lực đổi mới và mở rộng ra thị trường khu vực.

7.5. Rủi ro và thách thức cần lưu ý

Dù có nhiều tiềm năng, thị trường Bulgaria vẫn tồn tại một số thách thức mà doanh nghiệp cần nhận diện sớm:

- Sức mua còn hạn chế, dẫn đến sự nhạy cảm về giá trong một bộ phận dân cư.
- Cạnh tranh gay gắt trong lĩnh vực bán lẻ và thực phẩm, đặc biệt từ các chuỗi siêu thị quốc tế.
- Sự phân hóa giữa đô thị và nông thôn, đòi hỏi chiến lược phân phối linh hoạt.
- Mức độ tin cậy của thương mại điện tử vẫn cần củng cố qua chính sách bảo hành và giao hàng minh bạch.

Việc hiểu rõ đặc điểm này sẽ giúp doanh nghiệp chủ động điều chỉnh mô hình kinh doanh và truyền thông phù hợp, đảm bảo phát triển bền vững và giữ được lòng tin người tiêu dùng.

7.6. Tổng kết

Thị trường tiêu dùng Bulgaria trong giai đoạn tới không còn chỉ là nơi bán sản phẩm, mà là không gian thể hiện giá trị, văn hóa và trách nhiệm xã hội.

Người tiêu dùng Bulgaria – đặc biệt là thế hệ trẻ – đang hình thành một bản sắc tiêu dùng mới: thông minh, xanh, có đạo đức và hội nhập.

Đối với doanh nghiệp, thành công tại Bulgaria không chỉ đến từ giá cả cạnh tranh, mà còn từ sự chân thành, minh bạch và đóng góp lâu dài cho cộng đồng. Những doanh nghiệp biết kết hợp giữa chất lượng, công nghệ và nhân văn sẽ trở thành những thương hiệu được yêu thích và bền vững nhất trên thị trường này.

Với vị trí địa lý chiến lược, chính sách mở cửa, và nền văn hóa tiêu dùng đang hiện đại hóa nhanh chóng, Bulgaria được dự báo sẽ trở thành điểm đến hấp dẫn cho các doanh nghiệp đầu tư vào tiêu dùng xanh, thương mại điện tử và dịch vụ giá trị gia tăng trong thập kỷ tới.

Chương 2: Bán sản phẩm và dịch vụ

Sử dụng một đại lý hoặc nhà phân phối

Pháp luật Bulgaria quy định rằng quyền đại diện tại tòa án và trước các cơ quan hành chính phải được thực hiện bởi các thành viên hợp lệ được cấp phép thuộc Hiệp hội Luật sư Bulgaria. Những cá nhân này có thể là người hành nghề độc lập trong các công ty luật hoặc nhân viên của những công ty có các kỹ năng cần thiết.

Bulgaria không cho phép các luật sư nước ngoài (tức không thuộc EU) hành nghề tại các tòa án Bulgaria, ngoại trừ là người bào chữa cho một người mang cùng quốc tịch với mình trong một vụ án hình sự. Trong trường hợp như vậy, người luật sư này phải đi kèm với một luật sư Bulgaria và phải có một thỏa thuận giữa Bulgaria và nước ngoài tương ứng hoặc quyền đại diện này phải được điều chỉnh trên cơ sở hỗ tương. Trong mọi trường hợp, một đơn thỉnh cầu sơ bộ phải được nộp cho Chủ tịch Hội đồng Luật sư tối cao phê duyệt.

Các luật sư hành nghề tại một nước thành viên EU khác có thể thiết lập một văn phòng chi nhánh của công ty quốc tế của họ ở Bulgaria và cung cấp các dịch vụ pháp lý tại thị trường trong nước. Trong trường hợp của một công ty, quyền đại diện có thể được thực hiện bởi một người điều hành cấp cao có thẩm quyền của công ty, chẳng hạn như là vị giám đốc điều hành. Các công ty cũng có thể được đại diện bởi một nhân viên đã vượt qua được kỳ thi thực hành của Bộ Tư pháp và những người có giấy ủy quyền của công ty để đại diện cho công ty như là "nhà tư vấn nội bộ".

Một đại diện sáng chế Bulgaria chuyên về quyền sở hữu trí tuệ và được thừa nhận cho hành nghề tại Cơ quan Bằng sáng chế Bulgaria cũng rất cần thiết cho việc chuẩn bị các tài liệu để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ.

Các dịch vụ khác, chẳng hạn như nộp các tài liệu của công ty tại các tòa án hoặc đăng ký kinh doanh, các ý kiến về pháp luật và tư vấn pháp luật, trong thực tế đều do các “chuyên gia tư vấn pháp lý” tự xưng thực hiện. Trình độ chuyên môn và kinh nghiệm của các chuyên gia tư vấn này có thể khác biệt và một số có thể là các cựu

cổ vấn nội bộ. Các luật sư là thành viên của Hiệp hội Luật sư Bulgaria cũng cung cấp các loại dịch vụ đó. Ngoài ra, một số công ty kế toán và tư vấn quốc tế lớn cũng đã thành lập các văn phòng tư vấn luật pháp nhằm thực hiện một số các dịch vụ được cung cấp bởi các công ty luật.

Thành lập văn phòng

Một người hoặc thực thể nước ngoài có thể đăng ký một văn phòng đại diện thương mại ở Bulgaria, miễn là người hoặc thực thể đó được quyền hoạt động 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, tham khảo <http://www.bcci.bg/english/>

Nói chung 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 trong nước, nó sẽ được xem như là một "cơ sở thường trú" 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 thực hiện được do các hoạt động kinh doanh của văn phòng đại diện thương mại tại Bulgaria.

Một văn phòng đại diện không phải là một thực thể pháp lý ở Bulgaria. Luật Khuyến khích đầu tư 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 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 là một công ty trách nhiệm hữu hạn (OOD), hay là một công ty trách nhiệm hữu hạn do một người sở hữu (EOOD).

Để một văn phòng đại diện được đăng ký với BCCI, người đại diện theo pháp luật của pháp nhân nước ngoài cần phải được ủy quyền cá nhân hoặc rõ ràng bằng giấy ủy quyền có công chứng của pháp nhân để đăng ký và cung cấp các tài liệu cần thiết.

Nhượng quyền thương mại

Các nhà nhượng quyền quốc tế đầu tiên như Sheraton Hotel (hiện tại là Sofia Hotel Balkan) và Coca-Cola, đã xuất hiện ở Bulgaria hơn 50 năm trước. Trong khi tổng số đơn vị nhượng quyền quốc tế và trong nước tăng lên trong những năm gần đây, thị trường nhượng quyền quốc tế ở Bungari vẫn còn nhiều cơ hội. Được thúc đẩy bởi sự gia tăng thu nhập và sự phát triển lối sống của tầng lớp trung lưu, người Bulgaria nhận ra, đón nhận và muốn có nhiều nhượng quyền thương mại hơn trong những năm gần đây.

Số lượng các công ty nhượng quyền ở Bulgaria đang tăng 15-20% hàng năm. Thị trường mới nổi này đã chín muồi để nhượng quyền thương mại khi người tiêu dùng Bulgaria tìm kiếm các nhà bán lẻ có thể cung cấp lựa chọn tốt nhất với các sản phẩm có chất lượng, giá cả hợp lý và dịch vụ tốt. Các doanh nhân Bulgaria rất mong muốn có được kiến thức chuyên môn về tiếp thị và quản lý... Hiện tại, không có luật nhượng quyền hoặc quy định cụ thể liên quan đến mô hình kinh doanh này và không cần đăng ký cụ thể hoặc sự chấp thuận của chính phủ để thành lập doanh nghiệp nhượng quyền.

Các ngành có triển vọng tốt nhất cho nhượng quyền bao gồm:

- Dịch vụ và chăm sóc người cao tuổi.
- Nhà hàng.
- Quán cà phê.
- Khách sạn, nhà nghỉ.
- Giặt, hấp.

- Quản lý khách sạn.
- Môi giới bất động sản.
- Các sản phẩm công nghiệp dinh dưỡng và bổ sung.
- Dịch vụ việc làm/giáo dục/đào tạo.

Nhượng quyền thương mại tốt cũng có cơ hội tốt với dịch vụ cửa hàng tiện lợi, cửa hàng kem/sữa chua, bán lẻ máy tính, dịch vụ tiếp thị/quan hệ công chúng, cửa hàng bán lẻ đặc sản, dịch vụ vệ sinh khu thương mại và khu dân cư, chuỗi thực phẩm nướng, tiệm chăm sóc tóc/móng tay, chuỗi thực phẩm ăn nhẹ.

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 một sự đột biến đáng kể trong giai đoạn 2008-2011. Sự tăng trưởng này thậm chí sẽ tăng nhanh hơn nữa do thu nhập có thể chi tiêu và sự hiểu biết về các mô hình kinh doanh nhượng quyền thương mại đều tăng lên. Một số những thương hiệu thường thấy nhất 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 về quan hệ lao động được giải thích rõ ràng, 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.

Tiếp thị trực tiếp

Tiếp thị trực tiếp tương đối kém phát triển ở Bulgaria. Có rất ít catalog đặt hàng qua thư bằng tiếng Bulgaria. Máy hút bụi, thiết bị nhà bếp nhỏ, sản phẩm chăm sóc sức khỏe gia đình và hàng tiêu dùng, khách sạn, đồ ăn uống và mỹ phẩm đang được bán

khá thành công dưới hình thức door-to-door. Các công ty đang sử dụng nhiều kỹ thuật tiếp thị khác nhau. Một công ty Slovenia tiếp thị trực tiếp các sản phẩm của Mỹ, và một công ty của Áo hiện nay đang sử dụng kênh mua sắm trên truyền hình để bán dụng cụ nhà bếp và thiết bị thể dục hiện không có sẵn trong các cửa hàng địa phương. Các cuộc trình diễn tại nhà vẫn không phổ biến và ít đem lại thành công. Avon và công ty Thụy Điển Oriflame đã cho biết họ đã thành công với việc bán trực tiếp mỹ phẩm.

Người dân Bulgaria ngày càng sử dụng nhiều thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng, nhưng việc sử dụng tiền mặt vẫn còn phổ biến hơn so với các nước EU khác. Việc mua sắm qua catalog và internet vẫn còn trong giai đoạn sơ khai do sức mua thấp, chi phí giao hàng cao và bảo vệ thiếu an toàn.

Liên doanh/cấp phép

Ngoài việc thiết lập công ty của riêng mình, các doanh nghiệp nước ngoài cũng có thể đầu tư vào các công ty hiện hữu.

Liên doanh với các công ty quốc doanh, có thể thuộc sở hữu hoàn toàn của Nhà nước Bulgaria, phải được sự chấp thuận của Hội đồng Bộ trưởng hoặc của vị Bộ trưởng liên quan. Cả việc định giá trị tài sản hiện có và phần đóng góp của phía đối tác nước ngoài thường được giải quyết trong suốt các cuộc đàm phán. Phần đóng góp của phía nước ngoài có thể bằng tiền mặt hoặc hiện vật, chẳng hạn như bí quyết.

Phần đóng góp của các đối tác địa phương thường là các tài sản dài hạn (tức thiết bị và cơ sở vật chất hiện có).

Các liên doanh với các công ty tư nhân lại không đi theo các qui trình tương tự. Không cần phải có sự tham gia hoặc phê duyệt của chính phủ. Sau khi hoàn thành đàm phán, các pháp nhân mới phải đăng ký với cơ quan Đăng ký Thương mại. Các liên doanh phải tuân theo các quy định trong Luật Bảo vệ Cạnh tranh, vốn điều tiết các hoạt động kinh tế.

Bán hàng cho Chính phủ

Các cơ quan nhà nước và các công ty do nhà nước quản lý phải tuân theo quy trình mua sắm công theo quy định của Luật Mua sắm công và quy định về thực hiện Luật Mua sắm công khi mua hàng hoá và dịch vụ. Bộ luật này đã giúp luật pháp Bulgaria phù hợp với hai chỉ thị mua sắm công chính của EU. Tuy nhiên, việc thực hiện pháp luật là không nhất quán và một số công ty đã báo cáo các vấn đề về tính minh bạch của quá trình mua sắm công. Theo luật này, Cơ quan mua sắm của Chính phủ được thành lập để đảm bảo và giám sát việc thực hiện chính sách mua sắm công của nhà nước. Cơ quan này trực thuộc Bộ trưởng Bộ Kinh tế. Luật Bulgaria qui định nhiều loại thủ tục giải mua sắm công, cụ thể là:

- Thủ tục đấu thầu công khai;
- Thủ tục đấu thầu hạn chế;
- Đối thoại cạnh tranh;
- Thủ tục cạnh tranh với đàm phán và công bố công khai;
- Thủ tục đàm phán không công bố trước;
- Thi thiết kế.

Hình thức mua sắm thường được sử dụng nhất là đấu thầu công khai.

Tại Bulgaria, tất cả các công ty trong và ngoài nước có đủ điều kiện tham gia các cuộc đấu thầu mua sắm công. Ủy ban về Bảo vệ cạnh tranh (CPC) là cơ quan chịu trách nhiệm thi hành cả Luật Mua sắm công và Luật Bảo vệ cạnh tranh. Kháng cáo không còn thuộc phạm vi quản lý trực tiếp của các tòa án dân sự.

Một bộ Luật Quan hệ đối tác công - tư cũng đã được thông qua vào năm 2012. Theo bộ luật này, một đối tác công trong các quan hệ đối tác công tư như thế có thể là (i) một vị bộ trưởng hoặc thủ trưởng cơ quan; (ii) thị trưởng của một đô thị; hoặc (iii) một tổ chức công thuộc nhà nước hoặc thành phố.

Các kênh phân phối và bán hàng

Đáng chú ý là những diễn biến gần đây trong các kênh bán lẻ. Một số trong những chuỗi đại siêu thị và siêu thị lớn nhất đã sáp nhập và một số tổ chức mới đang xây dựng lại thương hiệu, trong khi các chuỗi khác sắp đóng cửa và rất ít chuỗi mở thêm các cửa hàng mới.

Có khoảng 90 trung tâm mua sắm ở Bulgaria.

Các kênh phân phối của Bulgaria bao gồm các lĩnh vực và thương hiệu như:

- Đại siêu thị, trung tâm thương mại:

Chuỗi thương hiệu Kaufland: 58 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi thương hiệu Lidl: 94 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi Billa: 122 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi METRO Cash & Carry: 11 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi T-market: 74 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi thương hiệu Hit: 2 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi thương hiệu ProMarket: 22 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi Plus (Lidl mua lại) 23 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

Chuỗi CBA: 136 đại siêu thị, trung tâm thương mại.

- Đại siêu thị DIY:

Thương hiệu Praktiker: 11 cửa hàng

Thương hiệu Mr. Bricolage: 11 cửa hàng.

Thương hiệu Bauhaus: 9 cửa hàng (BauMax mua lại)

- Chuỗi siêu thị thực phẩm trong nước:

Fantastico: 41 siêu thị

345: 16 siêu thị

- Đại siêu thị điện máy tiêu dùng:

Technomarket: 45 cửa hàng.

Technopolis: 33 cửa hàng.

Zora: 37 cửa hàng.

- Đại siêu thị hàng nội thất.

Aiko: 5 cửa hàng.

Como: 1 cửa hàng

- Các nhà bán lẻ khác:

Decathlon: 5 cửa hàng

ProMarket: 21 cửa hàng

Densi: 4 cửa hàng.

Theo GfK Shopping Monitor, người tiêu dùng Bulgaria vẫn thích sử dụng một cửa hàng địa phương gần nhà mình hơn. Có ba yếu tố chính ảnh hưởng đến việc chọn lựa nơi mua sắm của người tiêu dùng: gần nhà và nơi làm việc, mức giá và nhiều loại hàng. Người tiêu dùng Bulgaria không hay đi lại nhiều lần – chưa tới 30% người tiêu dùng đi mua sắm bằng xe hơi, làm hạn chế sự lựa chọn các cửa hàng. Khoảng 26% người tiêu dùng đọc các tờ rơi quảng cáo.

Bulgaria có 90 trung tâm mua sắm và các trung tâm này đang trở nên rất phổ biến đối với dân chúng đô thị.

Các yếu tố/kỹ thuật bán hàng

Người tiêu dùng và các công ty Bulgaria có sức mua thấp, điều này có nghĩa giá cả là yếu tố chính cần xem xét khi triển khai một chiến lược thị trường. Các công ty nước ngoài đa số được công nhận rộng rãi cho các sản phẩm chất lượng và giá cả hợp lý, và giá trị bán tốt ở Bulgaria.

Các con số thống kê quy mô thị trường có thể không đáng tin cậy và không nên sử dụng như là một chỉ số duy nhất khi phân tích thị trường.

Xúc tiến thương mại và quảng cáo

Cả Luật về bảo vệ cạnh tranh năm 2008 và Luật về Bảo vệ người tiêu dùng năm 2006 đều điều chỉnh hoạt động quảng cáo. Những luật này cấm các quảng cáo phát tán các thông tin sai lệch đến người tiêu dùng hoặc phỉ báng danh tiếng của các đối thủ cạnh tranh. Có luật riêng điều chỉnh việc quảng cáo cho các sản phẩm cụ thể như các sản phẩm thuốc lá, dược phẩm và đồ uống có cồn.

Tất cả các kênh quảng cáo có thông thường hiện có sẵn và được sử dụng rộng rãi tại Bulgaria, bao gồm báo chí, băng quảng cáo trên internet, tạp chí, truyền hình, đài phát thanh, và các bảng và đèn quảng cáo ngoài trời.

Các hoạt động hội chợ thương mại ở Bulgaria đã phát triển nhanh chóng, hình thành lịch trình nguyên cả năm cho các sự kiện chuyên biệt về ngành và sản phẩm tại các thành phố lớn trên cả nước. Bulgaria có nhiều triển lãm thương mại chuyên ngành. Nhiều sản phẩm nước ngoài được trưng bày bởi các đại lý và các nhà phân phối trong nước.

Một số website về xúc tiến thương mại và quảng cáo ở Bulgaria:

<http://www.export.gov/bulgaria>

http://www.eventseye.com/fairs/c1_trade-shows_bulgaria.html

<http://www.export.gov/tradeevents/index.asp>

Bulgarreklama: <http://iec.bg/en>

Plovdiv Fair: <http://www.fair.bg>

Viaexpo: <http://www.viaexpo.com>

Expoteam: <https://sofiamotorshow.bg/>

Bulgarian Economic Forum: <http://www.biforum.org>

Lịch Hội chợ của Phòng Thương mại và Công nghiệp Bulgaria
<http://www.bcci.bg/bulgarian/fairs/calendar/>

Một số báo và tạp chí phổ biến tại Bulgaria:

Nhật báo TRUD <http://www.trud.bg>

Nhật báo 24 CHASA, <http://www.24chasa.bg>

Nhật báo STANDART <http://www.standartnews.com>

Nhật báo SEGA <http://www.segabg.com>

Nhật báo KAPITAL <http://www.capital.bg>

Tuần báo KAPITAL <http://www.capital.bg>

Nhật báo MONITOR <http://www.monitor.bg>

Tuần báo BANKER www.banker.bg

Thương mại điện tử

Thị trường eCommerce ở Bulgaria dự kiến đạt 1,699 tỷ USD vào năm 2023 và có mức tăng trưởng trung bình hàng năm khoảng 12,32% trong giai đoạn 2023-2027, dự kiến đạt 2,704 tỷ USD vào năm 2027. Phân khúc điện tử là lớn nhất, chiếm 694 triệu USD vào năm 2023. Tỷ lệ người dùng eCommerce dự kiến đạt 53,1% vào năm

2023 và 65,6% vào năm 2027, trong khi doanh thu trung bình trên mỗi người dùng (ARPU) được dự báo khoảng 478,80 USD.

Các hạng mục và nhà cung cấp chính trong eCommerce

Năm hạng mục eCommerce hàng đầu ở Bulgaria gồm:

1. Điện tử & Truyền thông: 38,7% doanh thu
2. Thực phẩm & Chăm sóc cá nhân: 20,7%
3. Thời trang: 17,6%
4. Nội thất & Thiết bị gia dụng: 14,1%
5. Đồ chơi, Sở thích & DIY: 8,9%

Ba nhà bán lẻ trực tuyến lớn nhất chiếm 36,3% tổng doanh thu eCommerce: emag.bg (333,9 triệu USD), obuvki.bg (43,7 triệu USD), và technopolis.bg (41,3 triệu USD).

Thách thức của eCommerce

Các vấn đề phổ biến trong thương mại điện tử tại Bulgaria gồm:

- Sự cố kỹ thuật của website khi đặt hàng hoặc thanh toán
- Thời gian giao hàng lâu hơn thông báo
- Khó tiếp cận thông tin về bảo hành và quyền lợi pháp lý
- Nhận hàng hóa hoặc dịch vụ sai hoặc hỏng

Dịch vụ hỗ trợ eCommerce

Bulgaria có đầy đủ các dịch vụ eCommerce thông qua các công ty địa phương và quốc tế, từ tư vấn, thiết kế và triển khai, marketing trực tuyến đến nền tảng công nghệ và tích hợp back-office. Ngoài ra, quyền sở hữu trí tuệ trong eCommerce được

bảo vệ theo các quy định quốc gia và quốc tế, thông tin chi tiết có thể tham khảo Investment Climate Statement 2023.

Thanh toán trực tuyến và Mobile eCommerce

Thanh toán trực tuyến ở Bulgaria thuận tiện và an toàn. Các phương thức phổ biến bao gồm thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, SEPA, Mint, Mobiamo, TrustPay và ứng dụng địa phương ePay.bg. ePay.bg cho phép thanh toán bằng thẻ ngân hàng và microaccount, được cấp chứng nhận bảo mật cao nhất từ VISA và MasterCard.

Mobile eCommerce đang phát triển nhanh, đặc biệt ở giới trẻ, nhờ cơ sở hạ tầng 4G và 5G tốt. Các cửa hàng trực tuyến lớn đều có ứng dụng di động hỗ trợ mua sắm mọi lúc mọi nơi.

Digital Marketing và các ngày mua sắm lớn

Các doanh nghiệp Bulgaria áp dụng nhiều kỹ thuật digital marketing như SEO, SEM, quảng cáo hiển thị và marketing mạng xã hội để tiếp cận khách hàng. Các ngày mua sắm lớn như Black Friday và Cyber Monday trở nên phổ biến, cùng với các trang web nhóm mua sắm như deals.bg, grabo.bg và zadrujno.bg.

Mạng xã hội tại Bulgaria

Facebook là mạng xã hội phổ biến nhất, với khoảng 4 triệu tài khoản người dùng. YouTube được sử dụng bởi 62,9% dân số, tiếp theo là Instagram 25,5%, LinkedIn 14% và X (trước đây là Twitter) 3,9%.

Bảo vệ tài sản trí tuệ

Có một số nguyên tắc chung rất quan trọng cho việc quản lý hiệu quả quyền sở hữu tài sản trí tuệ (IP) tại Bulgaria. Đầu tiên, điều quan trọng là phải có một chiến lược tổng thể để bảo hộ IP của mình. Thứ nhì là IP được bảo hộ một cách khác biệt ở Bulgaria. Thứ ba, quyền này phải được đăng ký và thi hành tại Bulgaria theo luật pháp trong nước. Các thương hiệu và các chứng nhận đăng ký bằng sáng chế riêng của bạn sẽ không mặc nhiên được bảo hộ ở Bulgaria. Không hề có những thứ như

"bản quyền quốc tế" mà sẽ tự động bảo hộ tác phẩm của một tác giả trên toàn thế giới. Việc bảo vệ chống lại các hành vi sử dụng trái phép trong một quốc gia cụ thể về cơ bản phụ thuộc vào pháp luật của nước đó. Tuy nhiên, hầu hết các nước đều bảo hộ quyền tác giả đối với các tác phẩm nước ngoài theo một số điều kiện nhất định, và các điều kiện này đã được đơn giản hóa rất nhiều bởi các hiệp ước và công ước bản quyền quốc tế.

Việc đăng ký nhãn hiệu hàng hoá dựa trên cơ sở ưu tiên cho người đến trước, vì vậy bạn nên xem xét việc nộp đơn xin bảo hộ thương hiệu và bằng sáng chế ngay trước khi bạn bắt đầu bán sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn vào thị trường Bulgaria. Việc đăng ký nhãn hiệu được bắt đầu thông qua việc nộp đơn đăng ký tại Cơ quan Sáng chế Bulgaria (BPO). Đơn đăng ký phải có tên và địa chỉ của người nộp đơn; đại diện của nhãn hiệu; danh sách hàng hóa và dịch vụ mà người nộp đơn đang muốn đăng ký; và biên lai xác nhận việc thanh toán phí hành chính. Trong vòng hai tháng kể từ khi nộp đơn, BPO sẽ tiến hành kiểm tra chính thức việc ứng dụng tuân thủ Đạo luật Dấu hiệu và Chỉ dẫn Địa lý. Nếu đơn đăng ký tuân thủ, nhãn hiệu sẽ được công bố trên Bản tin chính thức của BPO. Trong vòng ba tháng kể từ khi xuất bản, bất kỳ bên thứ ba nào cũng có thể phản đối việc đăng ký. Nếu không có phản đối nào được đệ trình trong thời gian này, nhãn hiệu của người nộp đơn sẽ có hiệu lực. Thủ tục đăng ký nhãn hiệu mất khoảng một năm để hoàn thành. Điều quan trọng cần phải hiểu rằng sở hữu trí tuệ chủ yếu là quyền riêng tư và chính phủ nước ngoài thường không thể thực thi các quyền cho các cá nhân tại Bulgaria. Chủ sở hữu phải chịu trách nhiệm đăng ký, bảo vệ và thực thi quyền của mình. Các công ty có thể sử dụng các luật sư hoặc các nhà tư vấn về quyền sở hữu trí tuệ địa phương, là các chuyên gia về luật pháp Bulgaria.

Bằng sáng chế được cấp cho các sáng chế trong bất kỳ lĩnh vực công nghệ nào, có tính mới mẻ và có khả năng ứng dụng công nghiệp. Bằng sáng chế xác nhận độc quyền của chủ sở hữu đối với sáng chế. Đăng ký bằng sáng chế ở Bulgaria dựa trên cơ sở ưu tiên cho người đến trước. Việc bảo hộ sáng chế ở Bungari yêu cầu Cơ quan cấp bằng sáng chế Bungari cấp bằng sáng chế. Đơn đăng ký sáng chế phải có tên sáng chế bằng tiếng Bungari và dữ liệu khoa học. Đơn đăng ký sáng chế

thường được xem xét trong vòng 13 tháng kể từ ngày nộp đơn. Bằng độc quyền có giá trị trong vòng 20 năm kể từ ngày nộp đơn.

Bản quyền ở Bulgaria phải tuân theo sự bảo vệ của Đạo luật Bản quyền và các luật liên quan. Bulgaria bảo vệ bất kỳ tác phẩm văn học, nghệ thuật hoặc khoa học nào, là kết quả của hoạt động sáng tạo của tác giả và được thể hiện dưới hình thức và cách thức khách quan có thể nhận thức được. Bản quyền có hiệu lực từ thời điểm tạo ra tác phẩm — không cần đăng ký. Trong trường hợp chung, bản quyền kéo dài 70 năm sau khi tác phẩm được công bố. Luật cũng bảo vệ các quyền liên quan của người biểu diễn, nhà sản xuất tác phẩm nghe nhìn và các tổ chức phát sóng. Những quyền đó được bảo vệ trong 50 năm.

Luôn thẩm định kỹ lưỡng các đối tác tiềm năng. Hãy đàm phán ở vị thế của phía đối tác và đưa ra những chính sách ưu đãi rõ ràng cho phía đối tác để họ tôn trọng hợp đồng. Một đối tác tốt là một đồng minh quan trọng trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên nên xem xét cẩn thận có nên để phía đối tác thay mặt đăng ký quyền sở hữu trí tuệ hay không. Vì làm như vậy có thể tạo ra nguy cơ phía đối tác sẽ ghi tên họ là chủ sở hữu IP và không chuyển giao các quyền đó nếu quan hệ đối tác chấm dứt.

Hãy sử dụng dịch vụ tư vấn pháp lý hiểu biết về luật pháp Úc để tạo ra một hợp đồng vững chắc bao gồm các điều khoản không cạnh tranh và các quy định bảo mật/không tiết lộ thông tin.

Các công ty vừa và nhỏ nên hiểu tầm quan trọng của việc hợp tác với các tổ chức và hiệp hội ngành nghề để hỗ trợ những nỗ lực bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và ngăn chặn giả mạo.

Bulgaria là một thành viên của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) và ký kết các hiệp định sau:

- Công ước Paris về bảo hộ sở hữu trí tuệ;

- Công ước Rome về bảo hộ những người biểu diễn, các nhà sản xuất các bản ghi âm và các tổ chức phát sóng;
- Công ước Geneva về các bản ghi âm;
- Thỏa ước Madrid về việc trấn áp các chỉ dẫn giả mạo hoặc lừa dối về nguồn gốc hàng hóa;
- Thỏa ước Madrid và Nghị định thư về việc đăng ký nhãn hiệu hàng hoá;
- Thỏa thuận Nice về Phân loại Nhãn hiệu Quốc tế
- Thỏa ước Madrid về phân loại quốc tế và đăng ký nhãn hiệu hàng hoá;
- Hiệp ước Hợp tác bằng sáng chế;
- Công ước bản quyền chung;
- Công ước Bern về bảo hộ các tác phẩm văn học và nghệ thuật;
- Hiệp định Lisbon về bảo hộ tên gọi xuất xứ và Đăng ký quốc tế
- Hiệp ước Budapest về Công nhận quốc tế việc nộp lưu chủng vi sinh cho mục đích bảo hộ bằng sáng chế;
- Hiệp ước Nairobi về bảo hộ biểu tượng Olympic;
- Hiệp ước Vienna thiết lập hệ thống Phân loại quốc tế Các yếu tố hình ảnh của ký mã hiệu;
- Thỏa ước Nice về Phân loại quốc tế về hàng hoá và dịch vụ cho các mục đích đăng ký mã hiệu;
- Hiệp định Strasbourg về Phân loại bằng sáng chế quốc tế;
- Thỏa ước Locarno thiết lập hệ thống phân loại quốc tế về kiểu dáng công nghiệp;

- Hiệp ước Bản quyền WIPO; và
- Hiệp ước về biểu diễn và các bản ghi âm WIPO.

Định giá

Do thu nhập bình quân đầu người và sức mua thấp, người tiêu dùng rất nhạy cảm với giá. Người tiêu dùng sẵn sàng chi nhiều hơn để đổi lấy chất lượng cao hơn.

Hầu hết người dân chỉ hạn chế mua sắm cho các nhu cầu cơ bản. Các sản phẩm nhập khẩu thường đắt hơn so với hàng hóa sản xuất trong nước. Vẫn tồn tại các thị trường ngách nhỏ, nơi mà người tiêu dùng có nhu cầu về các loại hàng hóa sang trọng cao cấp.

Dịch vụ bán hàng/Hỗ trợ khách hàng

Người tiêu dùng Bulgaria luôn mong đợi nhận được dịch vụ hậu mãi và hỗ trợ khách hàng tốt khi mua sản phẩm. Các công ty tư nhân mới ra đời đã hiểu được tầm quan trọng của hoạt động hỗ trợ khách hàng và làm theo những lời đã hứa hẹn.

Các công ty cũng mong đợi sự hỗ trợ từ các nhà xuất khẩu khi mua các sản phẩm nhập khẩu. Chú trọng đến các hoạt động hỗ trợ khách hàng là bước khởi đầu trong việc phát triển lòng trung thành của khách hàng.

Hầu hết các công ty nước ngoài hoạt động tại Bulgaria thường tổ chức huấn luyện và đào tạo cho các nhà phân phối/đại lý của mình. Trong nhiều trường hợp, các đại lý và nhà phân phối đều được đào tạo ở nước ngoài để truyền đạt các chính sách khác biệt, hành vi và tiêu chuẩn của công ty.

Thẩm định đúng mức

Chỉ có một cơ quan báo cáo tín dụng được quốc tế công nhận tại Bulgaria là Tổ chức Cải cách Tín dụng Bulgaria. Tổ chức này có trụ sở tại Đức và nhiều thông tin có thể được tìm thấy tại trang web <http://www.creditreform.bg/en/index>. Tuy nhiên, cũng có những công ty mới ra đời đã quảng cáo khả năng thẩm tra các mối quan hệ doanh nghiệp và cung cấp các dữ liệu tài chính của doanh nghiệp. Tính đến năm

2012, Creditreform Rating AG và Cơ quan Xếp hạng Tín dụng AD (BCRA) đã thiết lập được một mạng lưới xếp hạng châu Âu.

Các cơ sở dữ liệu trực tuyến DAXY chính thức tại www.daxy.com cung cấp thông tin về các văn bản tòa án chính thức và thuế, địa chỉ đăng ký của các công ty Bulgaria, các cổ đông lớn, bảng cân đối tài chính, các kết nối trực tiếp và gián tiếp giữa các nhà quản lý và các công ty Bulgaria khác và nhiều thông tin công cộng khác.

Ngày càng có nhiều công ty Bulgaria đăng ký vào danh bạ Dun và Bradstreet và có thể được xem trên trong web (www.dandb.com).

Một cơ quan có tên gọi là Cơ quan Tình báo Tài chính (FIA), một thành viên của Tập đoàn quốc tế Egmont, được thành lập trong Bộ Tài chính vào năm 2001 theo Luật sửa đổi, bổ sung Luật về các biện pháp chống rửa tiền (LMML). Theo qui định tháng 12/2007, FIA đã được chuyển giao cho cơ quan mới là Cơ quan An ninh Nhà nước (DANS) (<http://www.dans.bg/en>) và được đổi tên là SADFI (Special Administrative Directorate Financial Intelligence). SADFI tiếp nhận, lưu giữ, kiểm tra, phân tích và tiết lộ cho các cơ quan thực thi pháp luật những thông tin liên quan đến những nghi ngờ về hoạt động rửa tiền hoặc tài trợ cho các hoạt động khủng bố. SADFI cũng thực hiện những vụ trao đổi thông tin tình báo tài chính quốc tế và thực hiện kiểm soát con người theo Điều 3, khoản 1 và 2 của LMML liên quan đến việc tuân thủ các biện pháp chống rửa tiền và các biện pháp chống lại hành vi tài trợ các hoạt động khủng bố.

Một nguồn thông tin khác về tình hình tài chính thực tế của một công ty có thể được xem trên trang web của Cơ quan Đăng bộ của Bộ Tư pháp và sở đăng ký thương mại tại www.registryagency.bg

Các nguồn thông tin trên web

- <http://www.government.bg> (Chính phủ Bulgaria, bằng tiếng Anh)
- <http://www.bcci.bg> (Phòng Thương mại và Công nghiệp Bulgaria)

- <http://www.bia-bg.com> (Hiệp hội Công nghiệp Bulgaria - Bulgarian Industrial Association)
- <http://www.daxy.com> (đăng ký kinh doanh, tài chính và thuế của các công ty Bulgaria)
- <http://www.creditreform.bg/en/index.jsp> (Cơ quan báo cáo tín dụng)
- <http://www.dandb.com> (Duns&Bradstreet)
- http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2011/intellectual_property_rights_en
- <http://www.export.gov/europeanunion>
- <https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/BU%20internet%20use.pdf>
- <http://www.registryagency.bg> (Cơ quan Đăng bộ, Bộ Tư pháp)

Chương 3: Quan hệ song phương Việt Nam và Bulgaria

Ngày 8/2/1950 hai nước Việt Nam và Bulgaria lập quan hệ ngoại giao. Từ 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.

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

Một số văn kiện hợp tác đã 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):

Tên văn bản	Ngày ký
Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư	19/9/1996
Nghị định thư về hợp tác giữa hai Bộ Ngoại giao	25/5/1996
Hiệp định tránh đánh thuế hai lần	24/5/1996
Hiệp định hợp tác trong lĩnh vực khoa học và công nghệ	1998
Hiệp định hợp tác trong lĩnh vực bưu chính viễn thông	18/9/2000
Hiệp định hợp tác văn hóa, khoa học và giáo dục	18/9/2000
Hiệp định vận tải biển	18/9/2000
Hiệp định công nhận văn bằng giáo dục, học vị khoa học	13/02/2001

Tuyên bố chung giữa hai Thủ tướng	23/11/2006
Hiệp định Hợp tác kinh tế	23/11/2006
Hiệp định Hợp tác du lịch	23/11/2006
Kế hoạch Hợp tác y tế 2006 – 2008	23/11/2006
Thỏa thuận về hợp tác trong lĩnh vực pháp luật và tư pháp	01/2009
Hiệp định xử lý nợ song phương	7/2010
Hiệp định cùng bảo vệ và trao đổi thông tin mật	16/4/2012
Thỏa thuận hợp tác giáo dục giai đoạn 2012 – 2016	16/4/2012
Bản ghi nhớ về hợp tác quốc phòng	8/2013
Bản ghi nhớ về hợp tác nông nghiệp, chăn nuôi và thủy sản	07/4/2014
Chương trình hợp tác văn hóa giai đoạn 2014 – 2016	07/4/2014
Kế hoạch Hợp tác du lịch giai đoạn 2014 – 2016	07/4/2014
Hiệp định về hợp tác trong lĩnh vực phòng chống tội phạm	6/2015
Bản ghi nhớ hợp tác trong lĩnh vực đào tạo cảnh sát	6/2015
Hiệp định về tài sản ngoại giao	9/2017
Bản ghi nhớ về hợp tác lao động giữa hai Bộ	10/2018

Hợp tác Việt Nam - Bulgaria

Trong những năm 60, 70, 80 của Thế kỷ 20, Bulgaria đã xây dựng ở Việt Nam 134 xí nghiệp và cơ sở kinh tế. Tại Bulgaria có khoảng 3600 công dân Việt Nam được đào tạo chuyên nghiệp, còn khoảng 30.000 người Việt Nam đã lao động tại Bulgaria.

Phần lớn người Việt tại Bulgaria kinh doanh tương đối ổn định, có khoảng 50 công ty vừa và nhỏ của người Việt chuyên xuất nhập khẩu hàng may mặc, thủ công mỹ nghệ hoặc nông phẩm, khoảng 10 Việt kiều có tài sản doanh nghiệp, tham gia đầu tư và sử dụng lao động địa phương.

Cộng đồng người Việt có thuận lợi hiểu biết sâu về nước sở tại vì một phần đáng kể trong cộng đồng từng là sinh viên, lao động ở Bun-ga-ri có tri thức và quan hệ bạn bè với chính quyền sở tại.

Đây là điều kiện đặc thù thuận lợi cho việc xây dựng, phát triển cộng đồng, góp phần củng cố quan hệ hai nước.

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 PleViet Nameliev và cụ thể hóa trong chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng Plamen Oresharski 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 vào trong đào tạo chuyên gia...

Các chuyến đi của lãnh đạo cấp cao của hai nước:

Các chuyến thăm cao cấp gần đây Phía Bulgaria thăm Việt Nam có:

- Tháng 9/2018, Bộ Kinh tế Bulgaria Emil Karanikolov đang thăm và làm việc tại Việt Nam.

Về phía Việt Nam thăm Bulgaria có:

- Tháng 7/2018, Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh thăm chính thức Bulgaria - Từ 29/9-2/10/2019, Phó Thủ tướng Thường trực Trương Hòa Bình thăm chính thức Bulgaria

Quan hệ thương mại song phương Việt Nam - Bulgaria

Nhìn chung, giá trị trao đổi thương mại Việt Nam - Bulgaria còn ở mức thấp so với buôn bán của Việt Nam và các quốc gia Trung - Đông Âu khác. Một phần vì thị trường Bulgaria cũng tương đối nhỏ, thu nhập và sức mua của người dân không cao nếu so với các nước trong khu vực. Để nâng cao kim ngạch xuất nhập khẩu, hai nước cần ưu tiên những lĩnh vực mà hai bên có thế mạnh và có nhu cầu hợp tác 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, chuyển giao công nghệ sinh học về vật nuôi, cây trồng, bảo quản và chế biến rau hoa quả sau thu hoạch, du lịch...

Về tiềm năng hợp tác thương mại, đầu tư giữa Việt Nam và Bulgaria, hai nước có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển quan hệ kinh tế. Trong đó, dựa trên nền tảng quan hệ truyền thống tốt đẹp giữa hai nước, các doanh nghiệp Việt Nam và Bulgaria có thể thúc đẩy trao đổi thương mại và đầu tư song phương.

Đặc biệt, doanh nghiệp hai nước có thể tận dụng lợi thế của EVFTA mang lại. Hai bên dành ưu đãi cho nhau về mở cửa thị trường, qua đó sẽ giúp mở rộng hơn nữa thị phần cho hàng hóa xuất khẩu, đặc biệt là những sản phẩm thuộc thế mạnh xuất khẩu của hai nước.

Việt Nam hiện chủ yếu xuất khẩu sang Bulgaria những mặt hàng tiêu dùng truyền thống như dệt may, da giày, cao su, nông sản (cà phê, gạo, điều, thủy sản...), máy tính, điện thoại... và nhập khẩu từ nước này lúa mì, dầu ăn, hoa quả khô, rượu...

Trong khi danh mục các sản phẩm tiêu dùng thế mạnh của cả hai nước còn nhiều, nhu cầu thị trường Việt Nam và Bulgaria vẫn rất tiềm năng, có nhiều dư địa để phát triển hợp tác trong thời gian tới.

Tình hình xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria năm 2024

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên.

Mã HS 39: Plastic và các sản phẩm bằng plastic

Mã HS 64: Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự

Mã HS 09: Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng

Mã HS 72: Sắt và thép

Mã HS 61: Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc.

Mã HS 62: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc

Mã HS 40: Cao su và các sản phẩm bằng cao su.

Mã HS 08: Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa.

Mã HS	Hàng hóa	Kim ngạch xuất khẩu (Đvt: Nghìn USD)		% tăng trưởng xuất khẩu năm 2024 so với năm 2023
		Năm 2023	Năm 2024	
Tổng xuất khẩu		159.659	534.956	+235%
85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng;...	6.611	149.821	+2.166%
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	19.895	98.793	+397%
64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự	7.158	64.767	+805%
09	Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị	14.259	39.555	+177%
84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí;...	1.732	30.543	+1.663%
72	Sắt và thép	27.918	23.572	-16%
61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	1	17.360	+1.736.000%
62	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	60	16.063	+26.672%
40	Cao su và các sản phẩm bằng cao su	12.486	14.581	+17%
08	Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt...	6.643	13.660	+106%

Nguồn: Trademap

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	2.369	3.560	7.962	6.611	149.821
Nhập khẩu từ thế giới	3.725.138	5.068.433	6.198.139	6.474.771	5.934.487

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 85) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 149,82 triệu USD, tăng 2166,24% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 8 sang thị trường Bulgaria, với 2,52% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 33,12%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 8517): Bộ điện thoại, kể cả điện thoại thông minh và điện thoại khác cho mạng di động tế bào hoặc mạng không dây khác; thiết bị khác để truyền hoặc nhận tiếng, hình ảnh hoặc dữ liệu khác, kể cả các thiết bị viễn thông nối mạng hữu tuyến hoặc không dây (như loại sử dụng trong mạng nội bộ hoặc mạng diện rộng), trừ loại thiết bị truyền hoặc thu của nhóm 84.43, 85.25, 85.27 hoặc 85.28.
- (HS 8528): Màn hình và máy chiếu, không gắn với máy thu dùng trong truyền hình; máy thu dùng trong truyền hình, có hoặc không gắn với máy thu thanh sóng vô tuyến hoặc máy ghi hoặc tái tạo âm thanh.
- (HS 8542): Mạch điện tử tích hợp.

Mã HS 39: Plastic và các sản phẩm bằng plastic

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	8.741	15.801	9.585	19.895	98.793
Nhập khẩu từ thế giới	1.644.390	2.353.754	2.469.384	2.265.398	2.246.632

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 39) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 98,79 triệu USD, tăng 396,57% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 8 sang thị trường Bulgaria, với 4,40% thị phần và Đức là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 15,18%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 3907): Polyaxetal, polyete khác và nhựa epoxit, dạng nguyên sinh; polycarbonat, nhựa ankyt, este polyalyl và các polyeste khác, dạng nguyên sinh.
- (HS 3903): Polyme từ styren, dạng nguyên sinh.
- (HS 3902): Polyme từ propylen hoặc từ các olefin khác, dạng nguyên sinh.

Mã HS 64: Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	3.667	7.571	6.479	7.158	64.767
Nhập khẩu từ thế giới	249.765	314.435	357.131	392.223	360.540

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 64) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 64,77 triệu USD, tăng 804,82% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 2 sang thị trường Bulgaria, với 17,96% thị phần và Trung Quốc là nhà

xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 31,84%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 6404): Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng vật liệu dệt.
- (HS 6403): Giày, dép có đế ngoài bằng cao su, plastic, da thuộc hoặc da tổng hợp và mũ giày bằng da thuộc.
- (HS 6402): Các loại giày, dép khác có đế ngoài và mũ bằng cao su hoặc plastic.

Mã HS 09: Cà phê, chè, chè Paragoay và các loại gia vị

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	14.997	16.270	18.622	14.259	39.555
Nhập khẩu từ thế giới	153.583	162.558	195.396	199.437	263.257

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 09) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 39,55 triệu USD, tăng 177,40% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 2 sang thị trường Bulgaria, với 15,03% thị phần và Ý là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 27,56%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 0901): Cà phê, rang hoặc chưa rang, đã hoặc chưa khử chất caffeine; vỏ quả và vỏ lụa cà phê; các chất thay thế cà phê có chứa cà phê theo tỷ lệ nào đó.
- (HS 0904): Hạt tiêu thuộc chi Piper; quả ớt thuộc chi Capsicum hoặc chi Pimenta, khô hoặc xay hoặc nghiền.
- (HS 0906): Quế và hoa quế.

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	2.011	2.771	4.005	1.732	30.543
Nhập khẩu từ thế giới	3.617.476	4.479.267	5.073.472	5.305.128	5.171.033

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 84) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 30,54 triệu USD, tăng 1663,45% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 26 sang thị trường Bulgaria, với 0,59% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 21,93%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 8443): Máy in sử dụng các bộ phận in như khuôn in (bát chữ), trục lăn và các bộ phận in của nhóm 84.42; máy in khác, máy copy (copying machines) và máy fax, có hoặc không kết hợp với nhau; bộ phận và các phụ kiện của chúng.
- (HS 8471): Máy xử lý dữ liệu tự động và các khối chức năng của chúng; đầu đọc từ tính hay đầu đọc quang học, máy truyền dữ liệu lên các phương tiện truyền dữ liệu dưới dạng mã hóa và máy xử lý những dữ liệu này, chưa được chi tiết hay ghi ở nơi khác.
- (HS 8473): Bộ phận và phụ kiện (trừ vỏ, hộp đựng và các loại tương tự) chỉ dùng hoặc chủ yếu dùng với các máy thuộc các nhóm từ 84.69 đến 84.72.

Mã HS 72: Sắt và thép

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	2.514	6.209	20.557	27.918	23.572
Nhập khẩu từ thế giới	1.172.974	1.988.732	2.317.013	1.804.238	1.686.753

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 72) sang Bulgaria với tổng giá trị

xuất khẩu đạt 23,57 triệu USD, giảm 15,57% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 13 sang thị trường Bulgaria, với 1,40% thị phần và Ukraine là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 32,77%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 7213): Sắt hoặc thép không hợp kim, dạng thanh và que, dạng cuộn cuộn không đều, được cán nóng.
- (HS 7208): Các sản phẩm sắt hoặc thép không hợp kim được cán phẳng, có chiều rộng từ 600mm trở lên, được cán nóng, chưa phủ, mạ hoặc tráng.
- (HS 7210): Các sản phẩm sắt hoặc thép không hợp kim được cán phẳng, có chiều rộng từ 600mm trở lên, đã phủ, mạ hoặc tráng.

Mã HS 61: Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	11	20	28	1	17.360
Nhập khẩu từ thế giới	336.322	432.642	593.433	550.939	549.512

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 61) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 17,36 triệu USD, tăng vượt bậc so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 10 sang thị trường Bulgaria, với 3,16% thị phần và nhà xuất khẩu hàng hoá lớn nhất là Bangladesh với 20,77%

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 6109): Áo phông, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc.
- (HS 6104): Bộ com lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, áo váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi), dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc.

- (HS 6110): Áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy (cardigans), gilê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc.

Mã HS 62: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	82	80	107	60	16.063
Nhập khẩu từ thế giới	266.790	318.312	410.718	434.346	438.157

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 62) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 16,04 triệu USD, tương tự sản phẩm trên, nhu cầu mặt hàng này của nước bạn tăng vượt bậc vào năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 8 sang thị trường Bulgaria, với 3,67% thị phần và Trung Quốc là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 18,14%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 6204): Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, váy dài, váy, chân váy, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn, và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái.
- (HS 6202): Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, trừ loại thuộc nhóm 62.04.
- (HS 6203): Bộ comlê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần ống chèn và quần soóc (trừ quần áo bơi) dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai.

Mã HS 40: Cao su và các sản phẩm bằng cao su.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2023
-----------------------	----------	----------	----------	----------	----------

Nhập khẩu từ Việt Nam	9.289	13.233	16.816	12.486	14.581
Nhập khẩu từ thế giới	421.053	533.014	599.275	556.986	568.885

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 40) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 14,58 triệu USD, tăng 16,78% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 14 sang thị trường Bulgaria, với 2,56% thị phần và Thổ Nhĩ Kỳ là nhà xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 18,49%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 4011): Băng tải hoặc đai tải băng truyền (dây cu roa) hoặc đai truyền, băng cao su lưu hóa.
- (HS 4015): Sản phẩm may mặc và đồ phụ trợ may mặc (kể cả găng tay, găng hở ngón và găng bao tay), dùng cho mọi mục đích, băng cao su lưu hóa trừ cao su cứng.
- (HS 4001): Cao su tự nhiên, nhựa cây balata, nhựa kết, nhựa cây cóc cao su, nhựa cây họ sacolasea và các loại nhựa tự nhiên tương tự, ở dạng nguyên sinh hoặc dạng tấm, lá hoặc dải.

Mã HS 08: Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Nhập khẩu từ Việt Nam	4.940	6.272	7.917	6.643	13.660
Nhập khẩu từ thế giới	260.369	326.097	319.618	381.763	415.772

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam xuất khẩu nhóm hàng (HS 08) sang Bulgaria với tổng giá trị xuất khẩu đạt 13,66 triệu USD, tăng 105,63% so với năm 2023. Việt Nam là nhà xuất khẩu thứ 8 sang thị trường Bulgaria, với 3,29% thị phần và Thổ Nhĩ Kỳ là nhà

xuất khẩu lớn nhất sang thị trường này với thị phần là 25,93%.

Hàng hóa xuất khẩu chính của Việt Nam sang Bulgaria gồm:

- (HS 0801): Dừa, quả hạch Brazil và hạt điều, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ.
- (HS 0810): Quả khác, tươi.
- (HS 0805): Quả thuộc họ cam quýt, tươi hoặc khô

Tình hình nhập khẩu của Việt Nam từ Bulgaria năm 2024

Mã HS 10: Ngũ cốc

Mã HS 30: Dược phẩm

Mã HS 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng

Mã HS 21: Các chế phẩm ăn được khác.

Mã HS 38: Các sản phẩm hóa chất khác.

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên.

Mã HS 35: Các chất chứa albumin; các dạng tinh bột biến tính; keo hồ; enzym.

Mã HS 62: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc.

Mã HS 28: Hoá chất vô cơ; các hợp chất vô cơ hay hữu cơ của kim loại quý, kim loại đất hiếm, các nguyên tố phóng xạ hoặc các chất đồng vị.

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng.

Mã HS	Hàng hóa	Kim ngạch nhập khẩu (Đvt: Nghìn USD)		% tăng trưởng nhập khẩu năm 2024 so với năm 2023
		Năm 2023	Năm 2024	
Tổng nhập khẩu		58.578	61.119	+4%
10	Ngũ cốc	14.280	14.367	+1%
30	Dược phẩm	8.123	10.729	+32%
90	Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh,...	3.599	6.986	+94%
21	Các chế phẩm ăn được khác	2.518	3.575	+42%
38	Các sản phẩm hóa chất khác	2.991	3.495	+17%
85	Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng;...	5.441	3.384	-38%
35	Các chất chứa albumin; các dạng tinh bột biến tính; keo hồ; enzym	2.424	3.346	+38%
62	Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	1	2.744	+274.400%
28	Hoá chất vô cơ; các hợp chất vô cơ hay hữu cơ của kim loại quý,...	7.107	2.643	-63%
84	Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí;...	3.030	1.792	-41%

Mã HS 10: Ngũ cốc

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	0	56.244	15	14.280	14.367
Xuất khẩu ra thế giới	1.335.208	1.979.648	1.979.039	2.300.941	1.608.132

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 10) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 14,37 triệu USD, tăng 0,61% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 16 từ thị trường Bulgaria, với 0,89% thị phần và Algeria là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 24,04%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 1001) Lúa mì và meslin.
- (HS 1002) Lúa mạch đen.
- (HS 1003) Lúa đại mạch.

Mã HS 30: Dược phẩm

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	5.805	5.784	9.583	8.123	10.729
Xuất khẩu ra thế giới	1.158.547	1.160.815	1.187.343	1.348.073	1.310.025

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 32) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 10,73 triệu USD, tăng 32,08% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 28 từ thị trường Bulgaria, với 0,82% thị phần và Liên bang Nga là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 18,04%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 3004) Thuốc (trừ các mặt hàng thuộc nhóm 30.02, 30.05 hoặc 30.06) gồm các sản phẩm đã hoặc chưa pha trộn dùng cho phòng bệnh hoặc chữa bệnh, đã được đóng gói theo liều lượng (kể cả các sản phẩm thuộc loại dùng để hấp thụ qua da) hoặc làm thành dạng nhất định hoặc đóng gói để bán lẻ.
- (HS 3006) Các mặt hàng được phẩm ghi trong Chú giải 4 của Chương này.
- (HS 3002) Máu người; máu động vật đã điều chế dùng cho chữa bệnh, phòng bệnh hoặc chẩn đoán bệnh; kháng huyết thanh, các sản phẩm khác của máu và các chế phẩm miễn dịch, có hoặc không cải biến hoặc thu được từ quy trình công nghệ sinh học; vắc xin, độc tố, vi sinh nuôi cấy (trừ các loại men) và các sản phẩm tương tự.

Mã HS 90: Dụng cụ và thiết bị quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra, chính xác, y tế hoặc phẫu thuật; các bộ phận và phụ kiện của chúng

<i>Dvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	1.826	1.625	3.557	3.599	6.986
Xuất khẩu ra thế giới	629.710	1.002.495	999.711	1.127.272	1.191.361

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 90) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 6,99 triệu USD, tăng 94,11% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 30 từ thị trường Bulgaria, với 0,59% thị phần và Đức là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 30,72%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 9018) Thiết bị và dụng cụ dùng cho ngành y, phẫu thuật, nha khoa hoặc thú y, kể cả thiết bị ghi biểu đồ nháy nháy, thiết bị điện y học khác và thiết bị kiểm tra thị lực.
- (HS 9021) Dụng cụ chỉnh hình, kể cả nạng, băng dùng trong phẫu thuật và băng cố định; nẹp và các dụng cụ cố định vết gãy khác; các bộ phận nhân tạo của cơ

thể người; thiết bị trợ thính và dụng cụ khác được lắp hoặc mang theo, hoặc cấy vào cơ thể, để bù đắp khuyết tật hay sự suy giảm của một bộ phận cơ thể.

- (HS 9005) Ống nhòm loại hai mắt, ống nhòm đơn, kính viễn vọng quang học khác, và khung giá của các loại trên; các dụng cụ thiên văn khác và khung giá của chúng, trừ các dụng cụ dùng cho thiên văn học vô tuyến.

Mã HS 21: Các chế phẩm ăn được khác.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	788	1.078	1.654	2.518	3.575
Xuất khẩu ra thế giới	153.730	180.429	208.886	227.853	251.175

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 21) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 3,57 triệu USD, tăng 41,98% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 17 từ thị trường Bulgaria, với 1,42% thị phần và Romania là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 26,65%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 2106) Các chế phẩm thực phẩm chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác.
- (HS 2102) Men (sống hoặc ỳ); các vi sinh đơn bào khác, ngừng hoạt động (nhưng không bao gồm các loại vắc xin thuộc nhóm 30.02); bột nở đã pha chế.
- (HS 2103): Nước xốt và các chế phẩm làm nước xốt; đồ gia vị hỗn hợp và bột canh hỗn hợp; bột mịn và bột thô từ hạt mù tạt và mù tạt đã chế biến.

Mã HS 38: Các sản phẩm hóa chất khác.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	2.435	3.423	2.176	2.991	3.495

Xuất khẩu ra thế giới	572.784	1.070.507	1.461.690	913.929	617.964
-----------------------	---------	-----------	-----------	---------	---------

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 38) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 3,49 triệu USD, tăng 16,85% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 21 từ thị trường Bulgaria, với 0,57% thị phần và Romania là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 43,27%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 3808) Thuốc trừ côn trùng, thuốc diệt loài gặm nhấm, thuốc diệt nấm, thuốc diệt cỏ, thuốc chống nảy mầm và thuốc điều hoà sinh trưởng cây trồng, thuốc khử trùng và các loại tương tự, đóng gói sẵn hoặc đóng gói để bán lẻ hoặc như các chế phẩm hoặc sản phẩm (ví dụ, băng, bác và nền đã xử lý lưu huỳnh và giấy bẫy ruồi).
- (HS 3822) Chất thử chẩn đoán hoặc chất thử thí nghiệm có lớp bôi, chất thử chẩn đoán hoặc chất thử thí nghiệm được điều chế có hoặc không có lớp bôi, trừ loại thuộc nhóm 30.02 hoặc nhóm 30.06; các chất quy chiếu được chứng nhận.
- (HS 3823) Axit béo monocarboxylic công nghiệp; dầu axit từ quá trình tinh lọc; cặn béo công nghiệp.

Mã HS 85: Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng; máy ghi và tái tạo âm thanh, máy ghi và tái tạo hình ảnh và âm thanh truyền hình, bộ phận và phụ kiện của các loại máy trên.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	1.242	1.920	14.359	5.441	3.384
Xuất khẩu ra thế giới	3.486.790	4.335.572	4.639.868	5.384.907	5.164.889

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 85) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 3,38 triệu USD, giảm 37,81% so với năm 2023. Việt Nam là nhà

nhập khẩu thứ 69 từ thị trường Bulgaria, với 0,07% thị phần và Đức là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 22,89%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 8538) Bộ phận chuyên dùng hay chủ yếu dùng với các thiết bị thuộc nhóm 85.35, 85.36 hoặc 85.37.
- (HS 8525) Thiết bị phát dùng cho phát thanh sóng vô tuyến hoặc truyền hình, có hoặc không gắn với thiết bị thu hoặc ghi hoặc tái tạo âm thanh; camera truyền hình, camera số và camera ghi hình ảnh nền.
- (HS 8504) Biến thể điện, máy biến đổi điện tĩnh (ví dụ, bộ chỉnh lưu) và cuộn cảm.

Mã HS 35: Các chất chứa albumin; các dạng tinh bột biến tính; keo hồ; enzym.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	346	511	1.533	2.424	3.346
Xuất khẩu ra thế giới	110.361	113.007	116.654	98.807	111.490

Nguồn: Trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 40) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 3,35 triệu USD, tăng 38,04% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 9 từ thị trường Bulgaria, với 3,00% thị phần và Hoa Kỳ là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 11,39%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 3507) Enzym; enzym đã chế biến chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác.
- (HS 3501) Casein, các muối của casein và các chất dẫn xuất casein khác; keo casein.
- (HS 3502) Anbumin (kể cả các chất cô đặc của hai hoặc nhiều whey protein,

chứa trên 80% whey protein tính theo trọng lượng khô), muối albumin và các chất dẫn xuất albumin khác.

Mã HS 62: Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	1	0	0	1	2.744
Xuất khẩu ra thế giới	682.192	623.309	697.717	756.291	669.972

Nguồn: trademap

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 62) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 2,74 triệu USD, tăng vượt bậc so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 20 từ thị trường Bulgaria với 0,41%, và Pháp đứng vị trí thứ nhất với 24,16%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 6210) Quần áo may từ các loại vải thuộc nhóm 56.02, 56.03, 59.03, 59.06 hoặc 59.07.
- (HS 6201) Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai, trừ các loại thuộc nhóm 62.03.
- (HS 6202) Áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe (carcoats), áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ (kể cả áo jacket trượt tuyết), áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự, dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái, trừ loại thuộc nhóm 62.04.

Mã HS 28: Hoá chất vô cơ; các hợp chất vô cơ hay hữu cơ của kim loại quý, kim loại đất hiếm, các nguyên tố phóng xạ hoặc các chất đồng vị.

<i>Đvt: Nghìn</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
-------------------	----------	----------	----------	----------	----------

USD					
Xuất khẩu sang Việt Nam	6.587	7.670	4.897	7.107	2.643
Xuất khẩu ra thế giới	272.294	371.755	506.368	465.797	530.880

Nguồn: *trademap*

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 28) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 2,64 triệu USD, giảm 62,81% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 29 từ thị trường Bulgaria, với 0,50% thị phần và Thổ Nhĩ Kỳ là nhà nhập khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 21,46%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 2836) Carbonat; peroxocarbonat (percarbonat); amoni carbonat thương phẩm có chứa amonium carbamate.
- (HS 2837) Xyanua, xyanua oxit và xyanua phức.
- (HS 2839) Silicat; silicat kim loại kiềm thương phẩm.

Mã HS 84: Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng.

<i>Đvt: Nghìn USD</i>	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Xuất khẩu sang Việt Nam	2.628	1.314	1.902	3.030	1.792
Xuất khẩu ra thế giới	2.668.698	3.332.081	3.707.614	3.879.228	3.614.551

Nguồn: *trademap*

Năm 2024, Việt Nam nhập khẩu nhóm hàng (HS 84) từ Bulgaria với tổng giá trị nhập khẩu đạt 1,79 triệu USD, giảm 40,86% so với năm 2023. Việt Nam là nhà nhập khẩu thứ 75 từ thị trường Bulgaria, với 0,05% thị phần và Đức là nhà nhập

khẩu lớn nhất từ thị trường này với thị phần là 17,02%.

Hàng hóa nhập khẩu chính của Việt Nam từ Bulgaria gồm:

- (HS 8438) Máy chế biến công nghiệp hoặc sản xuất thực phẩm hay đồ uống, chưa được ghi hay chi tiết ở nơi khác trong Chương này, trừ các loại máy để chiết xuất hay chế biến dầu hoặc mỡ động vật hoặc dầu hoặc chất béo từ thực vật.
- (HS 8471) Máy xử lý dữ liệu tự động và các khối chức năng của chúng; đầu đọc từ tính hay đầu đọc quang học, máy truyền dữ liệu lên các phương tiện truyền dữ liệu dưới dạng mã hóa và máy xử lý những dữ liệu này, chưa được chi tiết hay ghi ở nơi khác.
- (HS 8425) Hệ ròng rọc và hệ tời, trừ tời nâng kiểu thùng (trục tải thùng kíp); tời ngang và tời dọc; kích các loại.

Đầu tư

Về đầu tư trực tiếp, tính đến tháng 7/2020, Bungari có 9 dự án đầu tư trực tiếp còn hiệu lực tại Việt Nam với tổng vốn đầu tư đăng ký 31,1 triệu USD, đứng thứ 66 trong số 130 quốc gia và vùng lãnh thổ có đầu tư trực tiếp tại Việt Nam.

Luỹ kế đến tháng 12/2024 (Từ năm 1988), tổng vốn đầu tư đăng ký của Bulgaria đạt 31,32 triệu USD với 14 dự án cấp mới và tổng vốn đăng ký cấp mới, vốn tăng thêm và vốn góp đạt mức 0,04 triệu USD.

Những lĩnh vực mà Bulgaria và Việt Nam có thể đẩy mạnh hợp tác, giao thương như y tế, dược phẩm, sản xuất nông nghiệp sinh thái, công nghệ thông tin, viễn thông và du lịch; trao đổi, hợp tác trong lĩnh vực năng lượng; xây dựng hạ tầng năng lượng, năng lượng sạch; đào tạo nhân lực trong lĩnh vực năng lượng nguyên tử cho Việt Nam.

Các rào cản phi thuế quan

1. Tổng quan về rào cản phi thuế quan trong thương mại giữa Việt Nam và Bulgaria

Trong bối cảnh toàn cầu hóa thương mại và hội nhập kinh tế sâu rộng, Việt Nam và Bulgaria đều là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và cùng tham gia nhiều hiệp định hợp tác quốc tế, trong đó có Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – Liên minh châu Âu (EVFTA). Hiệp định này được kỳ vọng mở ra cơ hội lớn cho hàng hóa Việt Nam thâm nhập thị trường châu Âu, bao gồm cả Bulgaria – một quốc gia thành viên EU. Tuy nhiên, bên cạnh ưu đãi thuế quan, hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam vẫn phải đối mặt với hệ thống rào cản phi thuế quan phức tạp và khắt khe do Liên minh châu Âu áp đặt.

Những quy định này không chỉ đóng vai trò bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, môi trường và thị trường nội địa châu Âu, mà còn phản ánh chiến lược đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng cao và an toàn tuyệt đối của EU đối với mọi sản phẩm lưu thông trong khối. Vì vậy, việc đáp ứng được những yêu cầu này trở thành điều kiện tiên quyết nếu doanh nghiệp Việt Nam muốn đảm bảo khả năng tiếp cận và duy trì chỗ đứng tại thị trường Bulgaria.

Mặc dù Bulgaria không ban hành riêng các quy định kỹ thuật khác biệt so với khung pháp lý chung của EU, nhưng quá trình thực thi và giám sát các quy định nhập khẩu tại nước này lại mang tính chặt chẽ và tỉ mỉ hơn so với nhiều quốc gia khác trong khu vực. Cơ quan chức năng Bulgaria thường yêu cầu bổ sung hồ sơ, kiểm tra thực địa, hoặc xác minh nguồn gốc sản phẩm, khiến cho doanh nghiệp ngoài khối – đặc biệt là các nhà xuất khẩu Việt Nam – phải đầu tư đáng kể về thời gian, chi phí và nhân lực để đáp ứng toàn diện các điều kiện nhập khẩu.

Nhìn chung, các rào cản phi thuế quan mà hàng hóa Việt Nam gặp phải khi xuất khẩu sang Bulgaria chủ yếu tập trung vào: tiêu chuẩn kỹ thuật và chứng nhận sản phẩm; quy định về vệ sinh và an toàn thực phẩm (SPS); yêu cầu liên quan đến môi trường, bao bì và nhãn sinh thái; quy định xã hội – lao động; và thủ tục hải quan cùng cơ chế kiểm soát nhập khẩu.

Những rào cản này có ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí xuất khẩu, thời gian thông quan và khả năng cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam tại Bulgaria. Việc không tuân thủ đầy đủ các yêu cầu có thể dẫn đến nguy cơ bị từ chối nhập khẩu, thu hồi sản phẩm hoặc áp dụng biện pháp xử phạt hành chính, gây thiệt hại đáng kể cho doanh nghiệp.

Vì vậy, để hoạt động xuất khẩu sang Bulgaria đạt hiệu quả và bền vững, doanh nghiệp Việt Nam cần nhận diện, phân tích và chủ động thích ứng với các biện pháp phi thuế quan hiện hành. Điều này không chỉ giúp hạn chế rủi ro pháp lý mà còn tạo điều kiện xây dựng hình ảnh uy tín và đáng tin cậy của hàng Việt Nam trong mắt đối tác châu Âu.

Phần tiếp theo của báo cáo sẽ đi sâu phân tích chi tiết từng nhóm rào cản phi thuế quan, nhằm cung cấp cái nhìn toàn diện, thực tiễn và có tính định hướng cho doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình tiếp cận và phát triển thị trường Bulgaria.

2. Tiêu chuẩn kỹ thuật và chứng nhận sản phẩm

Một trong những rào cản phi thuế quan quan trọng nhất mà hàng hóa Việt Nam phải đối mặt khi xuất khẩu sang Bulgaria là các yêu cầu nghiêm ngặt về tiêu chuẩn kỹ thuật và chứng nhận chất lượng sản phẩm. Vì Bulgaria là thành viên Liên minh châu Âu (EU), nên toàn bộ hệ thống quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn sản phẩm và cơ chế đánh giá sự phù hợp tại nước này hoàn toàn tuân thủ khung pháp lý thống nhất của EU, bao gồm Chỉ thị về Tiêu chuẩn hóa Châu Âu (EN Standards) và Cơ chế Đánh giá Sự phù hợp (Conformity Assessment System). Điều này có nghĩa là mọi hàng hóa nhập khẩu vào Bulgaria đều phải đáp ứng các yêu cầu về an toàn, chất lượng, nhãn mác và hiệu suất kỹ thuật theo đúng quy định của Liên minh châu Âu, thay vì tiêu chuẩn riêng của từng quốc gia.

Đối với nhóm hàng công nghiệp – điện tử, quy định quan trọng nhất là chứng nhận CE (Conformité Européenne), được xem là “giấy thông hành” bắt buộc để sản phẩm có thể lưu hành trong thị trường EU, bao gồm cả Bulgaria. Việc đạt chứng nhận CE không chỉ thể hiện sản phẩm tuân thủ các yêu cầu kỹ thuật và an toàn châu Âu mà

còn chứng minh trách nhiệm của nhà sản xuất trong việc đảm bảo chất lượng và an toàn cho người tiêu dùng. Tuy nhiên, quá trình xin cấp chứng nhận này thường đòi hỏi nhiều thủ tục, tài liệu và chi phí. Doanh nghiệp phải cung cấp hồ sơ kỹ thuật chi tiết, gồm quy trình sản xuất, báo cáo kiểm định, thử nghiệm an toàn điện – cơ – hóa, cùng chứng chỉ từ các tổ chức đánh giá được EU công nhận (Notified Body). Đối với nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam, việc đáp ứng những tiêu chuẩn này là một thách thức lớn do hạn chế về năng lực kỹ thuật, kinh nghiệm và chi phí chứng nhận.

Bên cạnh đó, nhiều nhóm sản phẩm phổ biến của Việt Nam như dệt may, đồ gia dụng, mỹ phẩm, hóa chất, đồ chơi trẻ em và thiết bị y tế phải tuân thủ quy định REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) và RoHS (Restriction of Hazardous Substances). Hai bộ tiêu chuẩn này tập trung vào việc kiểm soát sử dụng hóa chất và hạn chế các chất độc hại trong sản phẩm, nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng và môi trường. Theo đó, doanh nghiệp xuất khẩu buộc phải khai báo thành phần hóa học của sản phẩm, giới hạn nồng độ kim loại nặng, và chứng minh không chứa các chất bị cấm trong danh mục của EU. Nếu không đáp ứng được yêu cầu, sản phẩm có thể bị từ chối nhập khẩu, thu hồi khỏi thị trường hoặc bị xử phạt hành chính, gây thiệt hại đáng kể về tài chính và uy tín.

Ngoài yếu tố kỹ thuật, yêu cầu về ghi nhãn sản phẩm cũng là một rào cản phi thuế quan đáng chú ý. Tất cả hàng hóa nhập khẩu vào Bulgaria phải có nhãn bằng tiếng Bulgaria hoặc ít nhất kèm theo nhãn phụ với các thông tin bắt buộc: tên sản phẩm, thành phần cấu tạo, hướng dẫn sử dụng, cảnh báo an toàn, tên và địa chỉ nhà sản xuất hoặc nhà nhập khẩu, cùng nước xuất xứ. Các quy định này nhằm đảm bảo người tiêu dùng Bulgaria có thể tiếp cận thông tin rõ ràng, minh bạch về sản phẩm, đồng thời giúp cơ quan chức năng dễ dàng kiểm soát và truy xuất nguồn gốc. Tuy nhiên, với nhiều doanh nghiệp Việt Nam, việc thiết kế lại bao bì, dịch nhãn sang tiếng Bulgaria và đáp ứng đúng quy cách in ấn – trình bày – vị trí dán nhãn lại làm tăng chi phí sản xuất và có thể gây chậm trễ trong quá trình thông quan.

Tóm lại, hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật và chứng nhận sản phẩm tại Bulgaria là một trong những rào cản phi thuế quan lớn nhất đối với hàng hóa xuất khẩu từ Việt Nam. Để vượt qua, doanh nghiệp Việt cần chủ động đầu tư vào cải thiện quy trình quản lý chất lượng, nắm rõ các tiêu chuẩn EU hiện hành, và hợp tác chặt chẽ với các tổ chức chứng nhận quốc tế. Việc chuẩn bị kỹ lưỡng về mặt kỹ thuật và hồ sơ pháp lý không chỉ giúp giảm rủi ro bị từ chối nhập khẩu mà còn nâng cao hình ảnh thương hiệu Việt Nam như một đối tác đáng tin cậy và chuyên nghiệp trong thị trường châu Âu.

3. Vệ sinh an toàn thực phẩm (SPS)

Trong lĩnh vực nông sản, thủy sản, thực phẩm chế biến và đồ uống, các quy định về vệ sinh và an toàn thực phẩm (Sanitary and Phytosanitary Measures – SPS) là nhóm rào cản phi thuế quan đáng kể nhất mà hàng hóa Việt Nam phải đối mặt khi xuất khẩu sang Bulgaria. Vì Bulgaria là thành viên của Liên minh châu Âu (EU), nên toàn bộ các tiêu chuẩn SPS áp dụng tại nước này hoàn toàn tuân thủ khung quy định chung của EU, đặc biệt là Quy định (EU) số 852/2004, 853/2004 và 854/2004 về an toàn thực phẩm, vệ sinh trong chế biến, và kiểm soát điều kiện sản xuất. Các quy định này được thiết kế nhằm bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, đảm bảo chất lượng hàng hóa và ngăn ngừa rủi ro về dịch bệnh, hóa chất hoặc vi sinh vật gây hại.

Theo quy định của EU, mọi lô hàng thực phẩm nhập khẩu vào Bulgaria đều phải kèm theo bộ hồ sơ kiểm định và chứng nhận đầy đủ. Doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam bắt buộc phải cung cấp Giấy chứng nhận kiểm dịch động thực vật, Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O), cùng với kết quả kiểm nghiệm vi sinh học, hóa học và dư lượng thuốc bảo vệ thực vật do cơ quan có thẩm quyền tại Việt Nam cấp. Đối với sản phẩm có nguồn gốc động vật hoặc thủy sản, yêu cầu còn khắt khe hơn: cơ sở sản xuất phải được Cục Thú y và An toàn Thực phẩm châu Âu (DG SANTE) đưa vào danh sách các doanh nghiệp đủ điều kiện xuất khẩu sang EU. Việc được phê duyệt đòi hỏi doanh nghiệp phải đáp ứng chuẩn mực cao về vệ sinh nhà xưởng, quy trình kiểm soát dịch bệnh, hệ thống quản lý HACCP và truy xuất nguồn gốc rõ ràng.

Tại khâu nhập khẩu, hàng hóa từ Việt Nam được kiểm tra nghiêm ngặt tại các Trạm kiểm soát biên giới (Border Inspection Posts – BIPs) của Bulgaria. Tại đây, cơ quan kiểm dịch có quyền kiểm tra ngẫu nhiên, lấy mẫu phân tích, kiểm tra hồ sơ hoặc tạm giữ hàng để đánh giá chất lượng. Những sản phẩm có dấu hiệu vi phạm — chẳng hạn như dư lượng thuốc bảo vệ thực vật hoặc kháng sinh vượt mức cho phép, nhiễm khuẩn, sai nhãn mác hoặc không đạt tiêu chuẩn vi sinh — có thể bị từ chối thông quan, yêu cầu tái xuất hoặc tiêu hủy tại chỗ. Những biện pháp này tuy nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm cho thị trường EU, nhưng lại làm tăng rủi ro, chi phí và thời gian xử lý cho doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam, đặc biệt đối với các lô hàng có thời hạn bảo quản ngắn.

Một yêu cầu quan trọng khác là truy xuất nguồn gốc sản phẩm (Traceability). Theo quy định của EU, mỗi lô hàng thực phẩm phải có hệ thống theo dõi đầy đủ về chuỗi cung ứng, bao gồm thông tin về nguồn nguyên liệu, quy trình sản xuất, bảo quản, vận chuyển và phân phối. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải xây dựng hệ thống quản lý dữ liệu nội bộ hiện đại, tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về minh bạch và truy xuất thông tin, chẳng hạn như ISO 22000, HACCP hoặc GlobalG.A.P. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp Việt Nam — đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ — hiện vẫn chưa có đủ năng lực kỹ thuật và tài chính để triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc đồng bộ, dẫn đến khó khăn trong việc đáp ứng các tiêu chuẩn nhập khẩu của Bulgaria và EU.

Thêm vào đó, Bulgaria và các nước thành viên EU thường xuyên cập nhật danh mục giới hạn dư lượng hóa chất, thuốc thú y, chất bảo quản và phụ gia thực phẩm. Do đó, doanh nghiệp Việt Nam phải liên tục theo dõi các thay đổi trong quy định SPS để kịp thời điều chỉnh quy trình sản xuất và xuất khẩu. Việc không cập nhật kịp thời có thể dẫn đến việc hàng hóa bị đánh giá không phù hợp với tiêu chuẩn an toàn mới, kéo theo tổn thất lớn về tài chính và uy tín thương mại.

Tóm lại, hệ thống rào cản về vệ sinh và an toàn thực phẩm tại Bulgaria thể hiện sự nghiêm ngặt và tính nhất quán trong chính sách quản lý nhập khẩu của Liên minh châu Âu. Để vượt qua, doanh nghiệp Việt Nam cần nâng cao năng lực kiểm soát

chất lượng, đầu tư vào công nghệ chế biến và truy xuất nguồn gốc, đồng thời hợp tác chặt chẽ với các cơ quan kiểm nghiệm quốc tế. Việc đáp ứng đầy đủ các yêu cầu SPS không chỉ giúp sản phẩm Việt Nam được công nhận và lưu hành tại Bulgaria, mà còn tạo bước đệm quan trọng để mở rộng sang các thị trường EU khác một cách bền vững và hiệu quả.

4. Môi trường, bao bì và nhãn sinh thái

Trong những năm gần đây, cùng với xu hướng phát triển bền vững và cam kết giảm phát thải của Liên minh châu Âu (EU), Bulgaria đã áp dụng một hệ thống quy định nghiêm ngặt về bảo vệ môi trường, quản lý bao bì và kiểm soát chất thải. Các quy định này không chỉ xuất phát từ nghĩa vụ chung của các quốc gia thành viên EU, mà còn là một phần trong chiến lược quốc gia của Bulgaria về kinh tế xanh, giảm ô nhiễm và sử dụng tài nguyên hiệu quả. Do đó, đối với doanh nghiệp Việt Nam, nhóm rào cản phi thuế quan liên quan đến môi trường và bao bì là một thách thức ngày càng lớn khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường này.

Trước hết, Bulgaria thực hiện đồng bộ Chỉ thị 94/62/EC về bao bì và chất thải bao bì, Chỉ thị 2008/98/EC về quản lý chất thải, cùng với Hệ thống dán nhãn sinh thái của EU (EU Eco-label). Các chỉ thị này quy định rõ về nguồn gốc, vật liệu, khả năng tái chế và phương thức xử lý của bao bì. Cụ thể, mọi hàng hóa nhập khẩu vào thị trường Bulgaria phải được đóng gói bằng vật liệu có khả năng tái chế, phân hủy sinh học hoặc tái sử dụng, đồng thời không chứa các hóa chất độc hại, chất phụ gia hoặc kim loại nặng vượt mức cho phép. Điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp Việt Nam cần kiểm soát nghiêm ngặt chuỗi cung ứng vật liệu bao bì, đảm bảo nguyên liệu đáp ứng được các tiêu chuẩn môi trường châu Âu ngay từ khâu sản xuất trong nước.

Bên cạnh yêu cầu về vật liệu, các sản phẩm tiêu dùng và hàng điện tử nhập khẩu vào Bulgaria phải tuân thủ quy định ghi nhãn sinh thái và phân loại tái chế. Bao bì phải được in rõ ký hiệu tái chế, mã vật liệu, và hướng dẫn phân loại rác thải sau sử dụng, giúp người tiêu dùng dễ dàng thực hiện hành vi tiêu dùng bền vững. Việc thiếu hoặc sai ký hiệu, ghi nhãn không đúng quy cách có thể khiến hàng hóa bị tạm

giữ tại hải quan hoặc bị yêu cầu thu hồi khỏi thị trường. Do đó, doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần hiểu rõ hệ thống mã nhựa và tiêu chuẩn tái chế của EU, đồng thời đảm bảo thiết kế bao bì tuân thủ cả về kỹ thuật lẫn thẩm mỹ để đáp ứng kỳ vọng của người tiêu dùng Bulgaria – những người ngày càng quan tâm đến vấn đề môi trường và tính bền vững của sản phẩm.

Đáng chú ý, kể từ năm 2024, Bulgaria đã đẩy mạnh chính sách hạn chế nhựa sử dụng một lần, thực thi theo Chỉ thị (EU) 2019/904 về giảm thiểu tác động của sản phẩm nhựa đối với môi trường. Theo đó, các loại túi nylon, cốc nhựa, dao muỗng nhựa, hộp đựng thực phẩm và bao bì nhựa dùng một lần đều bị hạn chế hoặc cấm lưu hành, trừ khi được sản xuất từ nhựa sinh học, vật liệu phân hủy tự nhiên hoặc có thể tái sử dụng nhiều lần. Quy định này ảnh hưởng trực tiếp đến các mặt hàng xuất khẩu từ Việt Nam như thực phẩm đóng gói, hàng tiêu dùng, nông sản chế biến và đồ gia dụng, vốn vẫn sử dụng phổ biến bao bì nhựa truyền thống.

Để thích ứng, doanh nghiệp Việt Nam buộc phải đầu tư vào công nghệ bao bì thân thiện môi trường, tìm kiếm nguồn cung vật liệu sinh học, tái chế hoặc phân hủy sinh học, cũng như điều chỉnh quy trình đóng gói và ghi nhãn theo yêu cầu mới. Quá trình chuyển đổi này làm phát sinh chi phí sản xuất, chi phí thử nghiệm vật liệu, chi phí chứng nhận nhãn sinh thái và có thể ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh về giá của hàng Việt Nam tại thị trường Bulgaria. Tuy nhiên, đây cũng là cơ hội để doanh nghiệp nâng cấp công nghệ, xây dựng hình ảnh thương hiệu xanh và đáp ứng xu thế tiêu dùng bền vững của thị trường châu Âu.

Như vậy, các rào cản về môi trường, bao bì và nhãn sinh thái tại Bulgaria không chỉ đơn thuần là yêu cầu kỹ thuật, mà còn phản ánh xu hướng phát triển tất yếu của thị trường EU hướng tới nền kinh tế tuần hoàn và không phát thải. Đối với Việt Nam, việc tuân thủ các quy định này vừa là thách thức, vừa là bước đi cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập sâu hơn vào chuỗi cung ứng xanh toàn cầu. Doanh nghiệp xuất khẩu cần chủ động nghiên cứu tiêu chuẩn môi trường của EU, hợp tác với các nhà cung ứng vật liệu xanh, và xây dựng chiến lược chuyển đổi bao

bì thân thiện môi trường như một phần tất yếu của chiến lược xuất khẩu dài hạn sang Bulgaria nói riêng và châu Âu nói chung.

5. Thủ tục hải quan và kiểm soát nhập khẩu

Trong hoạt động thương mại giữa Việt Nam và Bulgaria, thủ tục hải quan và kiểm soát nhập khẩu là một trong những nhóm rào cản phi thuế quan có tác động đáng kể đến hiệu quả xuất khẩu hàng hóa. Mặc dù Bulgaria đã hiện đại hóa hệ thống hải quan, áp dụng nền tảng quản lý điện tử tích hợp với hệ thống quản lý của Liên minh châu Âu (EU), song quy trình thông quan vẫn duy trì mức độ kiểm soát chặt chẽ, yêu cầu tuân thủ nghiêm ngặt và hồ sơ chi tiết đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước thứ ba, trong đó có Việt Nam.

Đối với doanh nghiệp Việt Nam, việc chuẩn bị đầy đủ và chính xác bộ hồ sơ xuất khẩu là điều kiện tiên quyết để quá trình thông quan diễn ra thuận lợi. Theo quy định hiện hành, hàng hóa xuất khẩu sang Bulgaria phải đi kèm Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (C/O form EUR.1) theo Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – EU (EVFTA), cùng với tờ khai hải quan, hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói (packing list) và các giấy chứng nhận an toàn, chất lượng hoặc kiểm định kỹ thuật nếu có yêu cầu cụ thể đối với từng loại sản phẩm. Chỉ khi hồ sơ đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn này, hàng hóa mới được phép tiến hành thông quan.

Tuy nhiên, trên thực tế, quá trình kiểm tra hải quan tại Bulgaria vẫn có thể kéo dài, đặc biệt đối với các nhóm hàng hóa được xem là có rủi ro cao, như thực phẩm, hóa chất, mỹ phẩm, thiết bị điện tử hoặc hàng tiêu dùng. Các mặt hàng này thường phải trải qua kiểm tra thực tế tại cảng nhập, trong đó cơ quan hải quan có thể lấy mẫu để kiểm nghiệm chất lượng, an toàn vệ sinh, hoặc tính xác thực của chứng từ. Nếu phát hiện sai lệch, thiếu sót hoặc nghi ngờ vi phạm, hàng hóa có thể bị tạm giữ để giám định, làm tăng thời gian lưu kho, phát sinh chi phí logistics và rủi ro tài chính cho doanh nghiệp.

Bên cạnh khâu kiểm tra tại chỗ, Bulgaria còn triển khai cơ chế hậu kiểm (post-clearance audit) – một hình thức giám sát thương mại nhằm đảm bảo tính minh bạch

và trung thực trong kê khai hải quan. Theo đó, trong vòng ba năm kể từ ngày hàng hóa được thông quan, cơ quan hải quan Bulgaria có quyền yêu cầu doanh nghiệp xuất khẩu hoặc nhập khẩu cung cấp lại toàn bộ hồ sơ kỹ thuật, chứng từ vận tải, hóa đơn, hợp đồng và chứng nhận chất lượng để đối chiếu. Nếu phát hiện có sai phạm, doanh nghiệp có thể bị phạt hành chính, truy thu thuế hoặc đình chỉ quyền xuất nhập khẩu tạm thời.

Hệ thống kiểm soát nhập khẩu của Bulgaria được đánh giá là khắt khe và tuân thủ nghiêm ngặt quy chuẩn EU, do đó đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải chủ động nâng cao năng lực quản lý hồ sơ, nắm vững quy trình khai báo điện tử và phối hợp chặt chẽ với đối tác nhập khẩu tại Bulgaria để giảm thiểu rủi ro. Việc chuẩn hóa quy trình chứng từ, sử dụng hệ thống quản lý truy xuất nguồn gốc minh bạch và duy trì hồ sơ kỹ thuật theo chuẩn châu Âu không chỉ giúp doanh nghiệp rút ngắn thời gian thông quan mà còn tăng độ tin cậy và uy tín trên thị trường EU.

Như vậy, rào cản về thủ tục hải quan và kiểm soát nhập khẩu không chỉ là vấn đề kỹ thuật, mà còn là một yếu tố thể hiện năng lực quản trị xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam. Trong bối cảnh thương mại toàn cầu hóa và tiêu chuẩn EU ngày càng khắt khe, việc thích ứng với hệ thống hải quan Bulgaria đòi hỏi sự chuyên nghiệp, minh bạch và chuẩn mực quốc tế trong toàn bộ chuỗi cung ứng – từ sản xuất, đóng gói, chứng nhận đến vận chuyển và hậu kiểm.

6. Kết luận

Tổng thể, các rào cản phi thuế quan trong hoạt động xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Bulgaria chủ yếu bắt nguồn từ hệ thống quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật và chính sách quản lý thống nhất của Liên minh châu Âu (EU). Đây là những công cụ nhằm bảo vệ người tiêu dùng, đảm bảo an toàn sản phẩm, gìn giữ môi trường và duy trì tính cạnh tranh công bằng trên thị trường chung. Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là nhóm doanh nghiệp nhỏ và vừa, những yêu cầu này lại trở thành thách thức lớn về chi phí, công nghệ, quản trị chất lượng và năng lực tuân thủ pháp lý quốc tế.

Thực tế cho thấy, Bulgaria – với tư cách là một quốc gia thành viên EU – áp dụng nghiêm ngặt các tiêu chuẩn liên quan đến an toàn thực phẩm, kiểm dịch động thực vật, tiêu chuẩn kỹ thuật, nhãn mác, bao bì sinh thái và quản lý hóa chất. Điều này khiến quá trình xuất khẩu hàng Việt Nam sang thị trường này đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng và chiến lược dài hạn, thay vì tiếp cận theo hình thức truyền thống dựa vào lợi thế giá rẻ. Đặc biệt, những sản phẩm như nông sản, thực phẩm chế biến, hàng dệt may, và sản phẩm điện – điện tử cần phải được đánh giá, chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn châu Âu (CE, REACH, RoHS, ISO, HACCP, v.v.) trước khi được phép lưu hành.

Để vượt qua các rào cản này, doanh nghiệp Việt Nam cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp mang tính chiến lược và thực tiễn. Trước hết, cần nâng cấp hệ thống quản lý chất lượng nội bộ, áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế tiên tiến như ISO 9001 về quản lý chất lượng, HACCP đối với an toàn thực phẩm, REACH đối với hóa chất, và CE đối với hàng công nghiệp. Việc tuân thủ những tiêu chuẩn này không chỉ giúp hàng hóa đáp ứng yêu cầu kỹ thuật của Bulgaria, mà còn tăng tính minh bạch, uy tín và khả năng cạnh tranh trên toàn bộ thị trường EU.

Thứ hai, doanh nghiệp nên hợp tác với các tổ chức chứng nhận và phòng thí nghiệm được EU công nhận, để được tư vấn, kiểm nghiệm và cấp chứng chỉ hợp chuẩn ngay tại Việt Nam. Cách tiếp cận này giúp rút ngắn thời gian kiểm định tại cảng nhập, giảm chi phí hậu kiểm và tránh nguy cơ bị trả hàng hoặc thu hồi sản phẩm. Đồng thời, việc hợp tác với các đơn vị chứng nhận quốc tế cũng tạo điều kiện để doanh nghiệp nắm bắt sớm các thay đổi trong quy định và xu hướng tiêu chuẩn hóa mới của EU, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế tuần hoàn, sản phẩm xanh và phát triển bền vững.

Thứ ba, doanh nghiệp cần chủ động cập nhật, nghiên cứu và theo dõi thường xuyên các thay đổi trong chính sách nhập khẩu của EU và Bulgaria. Các quy định về bao bì tái chế, dán nhãn năng lượng, hạn chế nhựa sử dụng một lần hay kiểm soát khí thải carbon đều đang thay đổi nhanh chóng. Nếu không kịp thời thích ứng, doanh nghiệp Việt Nam có thể đánh mất cơ hội tiếp cận thị trường hoặc đối mặt với chi phí

điều chỉnh sản phẩm cao. Do đó, việc xây dựng bộ phận chuyên trách về tuân thủ tiêu chuẩn châu Âu (EU Compliance Unit) hoặc hợp tác với đối tác tư vấn tại châu Âu là bước đi cần thiết.

Cuối cùng, để củng cố năng lực thâm nhập thị trường Bulgaria, doanh nghiệp Việt Nam nên xây dựng mạng lưới đối tác nhập khẩu và phân phối đáng tin cậy, có hiểu biết sâu về quy trình pháp lý, logistics, và kênh tiêu thụ tại địa phương. Việc hợp tác với các đối tác bản địa không chỉ giúp giảm rủi ro hành chính mà còn tăng khả năng tiếp cận người tiêu dùng và điều chỉnh sản phẩm phù hợp với thị hiếu sở tại.

Tóm lại, các rào cản phi thuế quan tại Bulgaria tuy phức tạp và khắt khe, nhưng nếu doanh nghiệp Việt Nam chủ động nâng cao năng lực quản trị, áp dụng chuẩn quốc tế và hợp tác hiệu quả với hệ thống chứng nhận châu Âu, thì hoàn toàn có thể vượt qua thách thức, tận dụng ưu đãi từ Hiệp định EVFTA và mở rộng thị phần tại thị trường Bulgaria nói riêng cũng như khu vực Liên minh châu Âu nói chung một cách bền vững, chuyên nghiệp và hiệu quả.

Chương 4: Các quy định về thương mại, hải quan, tiêu chuẩn

Biểu thuế nhập khẩu

Bulgaria gia nhập EU vào ngày 01/01/2007 và trở thành một bộ phận của liên minh thuế quan EU. Hầu hết các quy định hải quan Bulgaria đã được thay thế bằng quy định EU tương ứng, bao gồm cả Bộ luật Hải quan Cộng đồng, Biểu thuế quan cộng đồng tích hợp (TARIC) và các quy định thực hiện.

TARIC đã được thiết kế để thể hiện các quy tắc khác nhau áp dụng cho việc nhập khẩu các sản phẩm cụ thể vào lãnh thổ hải quan của EU. Trong một số trường hợp, TARIC cũng thể hiện các quy định xuất khẩu. Để xác định xem liệu một sản phẩm cụ thể có cần phải xin giấy phép hay không, hãy kiểm tra TARIC.

TARIC có thể được tìm kiếm theo nước xuất xứ, Mã số Hệ thống hài hoà (HS) và mô tả sản phẩm trên trang web tương tác của Cơ quan Liên minh Thuế và Hải quan. Hệ thống tra cứu TARIC trực tuyến được cập nhật hàng ngày.

Liên kết chính:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/customs_tariff/index_en.htm

Các rào cản thương mại

Bulgaria vẫn là một thị trường tương đối mở, nhưng một số yêu cầu và quy trình hành chính nhất định là các rào cản thương mại phi thuế quan tiềm tàng. Việc thiếu sự bảo vệ đầy đủ quyền sở hữu trí tuệ, tính minh bạch và khả năng dự báo được trong môi trường pháp lý là các vấn đề tiếp cận thị trường phổ biến đối với các công ty nước ngoài. Chương này và phần về các tiêu chuẩn mô tả các yêu cầu nhập khẩu có thể được xem là các rào cản thương mại.

Các yêu cầu nhập khẩu và thuế quan

Việc định giá hải quan dựa trên giá trị giao dịch, đó là giá thực tế đã thanh toán hay sẽ phải thanh toán cho hàng hóa, được xác định bằng đồng BGN. Trị giá tính thuế bao gồm giá mua, toàn bộ các chi phí vận chuyển, bao gồm các chi phí bốc dỡ hàng, phí bảo hiểm, tiền hoa hồng, tiền thù lao và lệ phí cấp phép. Sau khi tính toán mức thuế hải quan, tất cả hàng nhập khẩu phải chịu thuế giá trị gia tăng (VAT) 20%, được áp dụng tại thời điểm thông quan. Một số mặt hàng cũng phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt.

Hàng hóa được khai báo với tờ khai hải quan bằng một chứng từ thương mại hoặc tài liệu khác. Cơ quan hải quan có thể thực hiện một cuộc kiểm tra sau thông quan 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 chuyển dịch hàng hóa để tận dụng sự 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, chẳng hạn như thỏa thuận thương mại hoặc một bản phân tích trong phòng thí nghiệm.

Tính đến tháng 01/2011, các quy định an toàn và an ninh của Ủy ban châu Âu và 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 một chứng từ do cơ quan Nhà nước liên quan cấp phát trong trường hợp hàng hóa phải tuân thủ một qui trình nhập khẩu cụ thể hay một quy định nhập khẩu đặc biệt (giấy phép, đăng ký).

+ Giấy phép

Theo Nghị định 289/2009, cần phải có giấy phép trước khi nhập khẩu các sản phẩm sau: vật liệu hạt nhân, vật liệu nổ, vũ khí, hàng hóa có công dụng kép, các sản phẩm bảo vệ thực vật, thuốc và dược phẩm cho con người. Đây là một tiến trình cấp phép không tự động.

Hải quan Bulgaria quản lý việc xuất khẩu, nhập khẩu, tái xuất khẩu và quá cảnh các loại vũ khí, hàng hóa có công dụng kép và các công nghệ. Các quy định của Bulgaria tuân theo danh mục EU về hàng hóa có công dụng kép, bao gồm hàng hóa và công nghệ trong lĩnh vực vũ khí hạt nhân, chiến tranh sinh học hóa học và tên lửa. Cần phải có giấy phép do Ủy Ban Kiểm Soát và Cấp phép các giao dịch với nước ngoài đối với các loại vũ khí và các loại hàng hóa và công nghệ có công dụng kép thuộc Bộ Kinh tế và Năng lượng cấp phát khi vận chuyển quá cảnh và giao dịch, bao gồm nhập khẩu, xuất khẩu, tái xuất khẩu, cho các loại hàng hóa có công dụng kép và vũ khí, bất kể nơi đến.

Nếu một công ty muốn biết liệu một loại hàng hóa có thuộc diện bị quản lý hay không, họ cần phải tìm kiếm các mặt hàng tương đương trong Danh mục các mặt hàng bị quản lý, cụ thể là:

- Hàng nhập khẩu: Nghị định (CoM) số 289/2009
- Hàng xuất khẩu và tái xuất khẩu: Phụ lục I của Quy chế Hội đồng (EC) số 428/2009
- Chuyển giao: Phụ lục IV của Quy chế Hội đồng (EC) số 428/2009

+ ***Các yêu cầu và chứng nhận xuất nhập khẩu đặc biệt***

- Đăng ký, đánh giá, cấp phép và hạn chế hóa chất (REACH)

REACH là một công cuộc cải cách lớn về chính sách hóa chất của EU. REACH đã được thông qua vào tháng 12/2006 và đã trở thành luật quốc gia trong 27 nước thành viên của EU vào tháng 6/2007 (Quy định 1907/2006). Hầu như tất cả các ngành công nghiệp, từ ô tô đến dệt may, đều bị tác động bởi chính sách mới này. REACH là chữ viết tắt của "Đăng ký, Đánh giá, Cấp phép và Hạn chế Hóa chất". Kể từ ngày 01/06/2008, REACH đã yêu cầu các hóa chất được sản xuất hoặc nhập khẩu vào EU có khối lượng trên 1 tấn mỗi năm phải được đăng ký với Cơ quan Hóa chất châu Âu trung ương (ECHA).

Mục đích của Quy định REACH là đảm bảo an toàn sức khỏe cho con người và môi

trường ở mức cao bằng cách áp dụng các phương pháp đánh giá độ nguy hại của các chất mà không ảnh hưởng đến lưu thông hóa chất trong thị trường EU.

Thông tin về các tính chất của các hóa chất, công dụng và cách thức xử lý an toàn nhất phải được cung cấp đầy đủ. Các hóa chất đã đăng ký trước 01/12/2008 được kéo dài thời hạn đăng ký từ 3 đến 11 năm, tùy thuộc vào khối lượng và đặc tính nguy hiểm của hóa chất đó. Các công ty nước ngoài không hiện diện tại châu Âu sẽ không thể đăng ký trực tiếp và phải đăng ký các hóa chất thông qua nhà nhập khẩu hoặc “đại diện duy nhất của nhà sản xuất không thuộc EU”.

Các nhà xuất khẩu hàng hóa sang EU nên xem xét cẩn thận 'Danh sách ứng viên' REACH về các chất gây lo ngại rất cao. Các chất trong danh sách đó phải tuân thủ các yêu cầu thông tin, và ở giai đoạn sau đó, có thể cần phải được cấp phép vào thị trường EU. Để biết thêm thông tin, hãy truy cập trang web ECHA: http://echa.europa.eu/chem_data/authorisation_process/candidate_list_table_en.asp

▫ WEEE

Chỉ thị này nhằm để giải quyết những luồng chất thải của các thiết bị điện và điện tử đang gia tăng nhanh chóng và nhằm bổ sung các biện pháp của Liên minh châu Âu về các bãi chôn lấp và thiêu hủy rác thải. Hoạt động tái chế các thiết bị điện và điện tử đã gia tăng, phù hợp với các yêu cầu của chỉ thị, hạn chế được tổng lượng chất thải sẽ phải loại bỏ. Chỉ thị này ảnh hưởng đến các loại sản phẩm sau:

- Các thiết bị gia dụng lớn và nhỏ
- Thiết bị tiêu dùng
- Thiết bị chiếu sáng
- Thiết bị CNTT và viễn thông

- Các công cụ điện và điện tử
- Đồ chơi và thiết bị thể thao
- Các thiết bị y tế
- Thiết bị giám sát và điều khiển
- Các máy phân phối tự động

Biểu tượng nêu trên phải được hiển thị trên tất cả các sản phẩm thuộc chỉ thị này và chỉ rõ rằng sản phẩm này không được loại bỏ cùng với rác thải sinh hoạt thông thường. Đó là một dấu hiệu cần thiết trên pin. Trong trường hợp biểu tượng này không thể được hiển thị trên chính thiết bị, thì phải ghi rõ trên bao bì.

Các quy định của EU về chất thải thiết bị điện và điện tử (WEEE), dù không đòi hỏi giấy tờ hải quan hoặc nhập khẩu cụ thể, có thể dẫn tới một nghĩa vụ tài chính đối với các nhà xuất khẩu. Các quy định này yêu cầu nhà xuất khẩu phải đăng ký các sản phẩm với cơ quan WEEE quốc gia, hoặc sắp xếp để một đối tác địa phương thực hiện việc này.

▣ RoHS

Tương tự, các quy định liên quan đến việc hạn chế sử dụng các chất độc hại (RoHS) bao gồm chì, cadmium, thủy ngân, crom hóa trị 6, hợp chất của Brom như PBBs (polybrominated biphenyls), PBDEs (polybrominated diphenyl ethers), không đòi hỏi các thủ tục giấy tờ hải quan hoặc nhập khẩu. Tuy nhiên, các nhà xuất khẩu có thể được một cơ quan thực thi RoHS châu Âu hoặc một khách hàng yêu cầu cung cấp bằng chứng về việc thẩm tra kỹ lưỡng và sự phù hợp với các lệnh cấm các chất trên cơ sở từng trường hợp cụ thể.

Các chỉ thị WEEE và RoHS hiện đang được sửa đổi để mở rộng phạm vi và bổ sung thêm các chất bị cấm trong thiết bị điện và điện tử.

Các sản phẩm cho người tiêu dùng cần phải được phân tích trong phòng thí nghiệm trong nước đã được phê duyệt liên kết với các chính quyền địa phương. Cơ quan

Nhà nước về Tiêu chuẩn và Đo lường thực thi nghiêm ngặt các tiêu chuẩn chất lượng của Bulgaria, vốn không lúc nào cũng trùng khớp với các tiêu chuẩn quốc tế được chấp nhận rộng rãi. Các chứng chỉ nước ngoài có lúc được xem là đầy đủ, có lúc lại không. Sau khi được phê duyệt, các hàng hóa đó có thể được bán trên thị trường nội địa.

Chỉ thị 2002/96/EC có sẵn tại:

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l21210.htm>

Chỉ thị 2002/95/EC về việc hạn chế sử dụng các chất độc hại trong các thiết bị điện và điện tử không bao gồm bất kỳ yêu cầu đánh dấu ký hiệu nào. Hướng dẫn của Ủy ban châu Âu về vấn đề này nêu rõ rằng, "các công ty được tự do đánh dấu ký hiệu các sản phẩm của mình một cách tự nguyện, miễn là điều này [...] không vi phạm [...] quyền dịch chuyển tự do hàng hóa."

▫ Chứng từ nông nghiệp

Chứng nhận kiểm dịch thực vật: cần phải có giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật đối với hầu hết các loại trái cây tươi, rau quả và các nguyên liệu từ thực vật khác.

Giấy chứng nhận vệ sinh: Đối với các hàng hóa gồm các sản phẩm hoặc các phụ sản động vật, các nước EU yêu cầu các lô hàng này phải kèm theo giấy chứng nhận do cơ quan thẩm quyền của nước xuất khẩu cấp. Yêu cầu này áp dụng cho mọi sản phẩm, bất chấp sản phẩm đó là dành cho con người, dùng trong ngành dược, hoặc hoàn toàn không được dùng cho con người, chẳng hạn như các sinh phẩm thú y, thức ăn chăn nuôi, phân bón và nghiên cứu. Đại đa số các chứng nhận này đều thống nhất trong toàn khối EU nhưng tiến trình đồng bộ hóa vẫn chưa hoàn tất. Trong suốt giai đoạn chuyển tiếp này, một số yêu cầu nhập khẩu của từng nước thành viên vẫn tiếp tục được áp dụng. Ngoài các giấy chứng nhận y tế theo luật định của EU, một số giấy chứng nhận khác cũng được sử dụng trong thương mại quốc tế. Các giấy chứng nhận này, cũng có thể được đồng bộ hóa theo luật pháp EU, nhằm xác nhận nguồn gốc cho các mục đích hải quan và một số khía cạnh chất lượng nhất định.

Ngoài các giấy chứng nhận vệ sinh, tất cả các nước thứ ba muốn xuất khẩu các sản phẩm thủy sản vào EU đều được yêu cầu cung cấp giấy chứng nhận đánh bắt. Giấy chứng nhận đánh bắt này xác nhận rằng các sản phẩm liên quan đã được khai thác hợp pháp.

Tạm nhập

Sản phẩm có thể được nhập khẩu tạm thời vào Bulgaria miễn là những sản phẩm đó không bị pháp luật cấm. Bulgaria cho phép các mẫu và các sản phẩm cho các cuộc triển lãm thương mại. Hàng hóa tái xuất khẩu không có bất kỳ thay đổi nào về các đặc tính có thể được miễn hoàn toàn hoặc một phần thuế hải quan. Trong thực tế, hải quan yêu cầu phải ký quỹ 1 khoản tiền một tương đương với mức thuế đã tính toán hoặc có bảo lãnh của ngân hàng trong thời gian tạm nhập. Bulgaria là thành viên của Công ước hải quan về Carnet (ATA) đối với việc tạm nhập khẩu hàng hoá.

Thông tin thêm về ATA: Mục đích của Công ước về tạm nhập này là để đơn giản hóa thủ tục nhập khẩu tạm thời một số loại hàng hóa, bao gồm thiết bị chuyên ngành, hàng triển lãm,... Carnet ATA là một tài liệu hải quan nhằm thực hiện việc tạm nhập khẩu, tạm xuất khẩu và cũng được dùng như là một chứng từ vận chuyển quá cảnh hàng hóa với nước nhập khẩu tạm thời.

Ngoài việc tạm nhập, pháp luật cũng đặt ra liên quan các thủ tục liên quan đến quá cảnh, lưu kho hải quan, gia công trong nước, gia công dưới sự kiểm soát của hải quan và gia công ở nước ngoài. Pháp luật cũng quy định về các kho ngoại quan công cộng và tư nhân.

Các yêu cầu về nhãn hiệu và ký mã hiệu

EU có một mảng luật pháp rất rộng liên quan đến ký mã hiệu, dán nhãn và đóng gói các sản phẩm, và không có một bộ luật tập trung nào bao gồm tất cả hàng hóa cũng không có bất kỳ danh mục tập trung nào chứa thông tin về các yêu cầu ký mã hiệu, dán nhãn và đóng gói. Phần tổng quan này nhằm giới thiệu chung về vô số các yêu cầu về ký mã hiệu, dán nhãn và đóng gói hoặc các công cụ tiếp thị được tìm thấy tại EU.

- Giới thiệu

Bước đầu tiên trong việc khảo sát pháp luật về ký mã hiệu, dán nhãn và bao bì có thể áp dụng cho một sản phẩm nhập vào EU là phân biệt giữa những gì là bắt buộc và những gì là tự nguyện. Một số luật của EU chỉ đề cập đến những thứ bắt buộc và một số quy định khác lại đề cập đến cả những thứ bắt buộc và tự nguyện. Ngoài ra, các quyết định liên quan đến các yêu cầu ký mã hiệu, dán nhãn và đóng gói bắt buộc đôi khi có thể được để dành lại cho các quốc gia thành viên. Cuối cùng, các nhãn hiệu và/hoặc các ký mã hiệu tự nguyện cũng được sử dụng như là một công cụ tiếp thị ở một số quốc gia thành viên EU. Báo cáo này tập trung chủ yếu vào các ký mã hiệu và nhãn hiệu bắt buộc thường thấy nhất trên các sản phẩm tiêu dùng và bao bì, vốn thường liên quan đến an toàn, y tế công cộng và/hoặc các quan ngại về môi trường. Báo cáo cũng bao gồm một phần tổng quan ngắn gọn về một vài yêu cầu đóng gói bắt buộc, cũng như các ký mã hiệu và/hoặc nhãn hiệu tình nguyện được sử dụng phổ biến tại các thị trường EU.

Cũng cần phân biệt giữa ký mã hiệu và nhãn hiệu. Ký hiệu là một biểu tượng và/hoặc hình vẽ xuất hiện trên sản phẩm hoặc bao bì tương ứng của sản phẩm, từ những dấu hiệu biểu thị nguy hiểm đến các chỉ dẫn về các phương pháp tái chế và loại bỏ thích hợp. Mục đích của các ký mã hiệu đó là nhằm cung cấp cho người tiêu dùng những thông tin về các vấn đề an toàn, y tế và/hoặc môi trường liên quan đến việc sử dụng hoặc tiêu thụ một sản phẩm. Còn các nhãn hiệu xuất hiện ở dạng văn bản viết hoặc bảng kê các con số, có thể là bắt buộc nhưng không nhất thiết phải được công nhận rộng rãi. Các nhãn hiệu thường cho thấy nhiều thông tin cụ thể hơn về một sản phẩm, chẳng hạn như các cách đo lường hoặc một biểu thị về các vật liệu có thể được tìm thấy trong sản phẩm (ví dụ như trong hàng dệt hoặc pin).

+ **Các ký hiệu và nhãn hiệu bắt buộc**

- Hàng dệt
- Mỹ phẩm
- Các chất nguy hiểm

- Khí áp nổ
- Thiết bị điện và điện tử
- Thiết bị gia dụng
- Giá cả
- Tái chế - Thu gom riêng
- + **Các ký hiệu và nhãn hiệu tự nguyện**
 - Dấu hiệu tách/nĩa (vật liệu tiếp xúc với thực phẩm)
 - Nhãn sinh thái (Eco-Label)
 - Green Dot
 - Ngôi sao năng lượng
 - Ký hiệu 'e'
 - Ký hiệu tái chế
- **Các ký hiệu và nhãn hiệu bắt buộc**
- + **Ký hiệu CE**

Đây có lẽ là ký mã hiệu được sử dụng và công nhận rộng rãi nhất hiệu theo yêu cầu của EU. Việc ký mã hiệu CE chứng minh rằng sản phẩm đáp ứng tất cả các yêu cầu thiết yếu (thường liên quan đến các mối quan ngại về an toàn, sức khỏe và/hoặc môi trường). Ký mã hiệu CE cần thiết cho các sản phẩm/các họ sản phẩm sau:

- Hệ thống cấp

- Chất nổ dân dụng
- Các sản phẩm xây dựng
- Tính tương thích điện từ
- Các thiết bị gas
- Các nồi đun nước nóng
- Thang máy
- Thiết bị điện áp thấp
- Thiết bị y tế (3)
- Các công cụ cân không tự động
- Thiết bị bảo hộ cá nhân
- Thiết bị áp lực
- Thiết bị đầu cuối vô tuyến và viễn thông
- Đồ giải trí
- Thiết bị lạnh
- Máy móc
- Đồ chơi
- Bồn áp lực đơn giản
- Thiết bị và hệ thống bảo vệ trong môi trường khí dễ cháy nổ

Dù các tiêu chuẩn không thuộc EU khác có thể được sử dụng để chứng minh sự tuân thủ của một sản phẩm với các chỉ thị được áp dụng, các nhà sản xuất tốt nhất

nên tìm cách có được giấy chứng nhận của các phòng thí nghiệm quốc gia thành viên.

Một loạt các ký hiệu/hình ảnh cảnh báo an toàn theo tiêu chuẩn cũng có thể được áp dụng đối với từng chủng loại sản phẩm nói trên.

Để biết thêm thông tin, xin tham khảo:

- www.europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/guide/document/c_hap07.pdf
- www.newapproach.org

+ Hàng dệt

Các sản phẩm dệt phải được dán nhãn hoặc đánh ký hiệu bất cứ khi nào được đưa vào thị trường để sản xuất hoặc cho các mục đích thương mại (bán). Tên, mô tả và các chi tiết về hàm lượng xơ của hàng dệt phải được ghi trên sản phẩm dành cho người tiêu dùng. Ngoại trừ các thương hiệu hoặc tên của đơn vị thực hiện, các thông tin khác so với yêu cầu của các chỉ thị phải được liệt kê một cách riêng biệt. Các nước thành viên có thể yêu cầu ngôn ngữ quốc gia của mình phải được sử dụng trên nhãn mác và ký hiệu đánh dấu theo yêu cầu của Chỉ thị. Thông tư 96/74/EC qui định:

- Nhãn cần phải nêu đúng các thông tin về thành phần xơ, sợi của sản phẩm
- Nhãn bắt buộc phải được xem là một phần của chất lượng
- Phạm vi áp dụng:
 - ◆ Các sản phẩm chỉ gồm toàn xơ
 - ◆ Các sản phẩm dệt có chứa ít nhất 80 % xơ theo khối lượng
 - ◆ Vải bọc đồ gỗ, ô, vật liệu che nắng, vật liệu trải sàn, thảm, lớp lót cho giày dép, găng tay, bao tay...

+ Mỹ phẩm

Hộp đựng hoặc bao bì (trong một số trường hợp) phải mang các ký tự không thể tẩy xóa, rõ ràng, dễ đọc và dễ nhìn thấy được những thông tin sau đây:

- Tên, tên thương mại và địa chỉ hoặc văn phòng đăng ký của nhà sản xuất hoặc người chịu trách nhiệm tiếp thị mỹ phẩm trong Cộng đồng.
- Hàm lượng tại thời điểm đóng gói (theo trọng lượng hoặc thể tích)
- Thời hạn sử dụng tối thiểu biểu thị bằng “Sử dụng tốt nhất trước ngày”. Trong trường hợp những sản phẩm có độ bền tối thiểu dưới 30 tháng phải thể hiện hình vẽ sau khi đóng gói:



- Thời hạn sử dụng không gây hại cho người tiêu dùng sau khi mở hộp đối với sản phẩm có độ bền tối thiểu dưới 30 tháng có biểu tượng như hình sau đây:



- Đề phòng đặc biệt khi sử dụng
- Số lô hàng hoặc tham chiếu sản phẩm, để xác minh
- Chức năng của sản phẩm

Về việc ghi nhãn có vật liệu nano trong mỹ phẩm: Quy định mỹ phẩm kể từ tháng 7/2013 “tất cả các thành phần trình bày trong dạng vật liệu nano phải ghi rõ danh sách các chất và tên của các chất này theo sau từ “nano” trong ngoặc. Thông tin thêm tại địa chỉ:

[http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:342:0059:0209:en:PDF)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:342:0059:0209:en:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:342:0059:0209:en:PDF)

Các nước thành viên đang phác thảo các thủ tục cung cấp thông tin được nêu ở trên trong trường hợp sản phẩm mỹ phẩm chưa được đóng gói sẵn. Chức năng sản phẩm và danh sách các thành phần cũng phải thể hiện trên hộp hoặc bao bì. Các nước thành viên có thể quy định rằng thông tin trên nhãn phải được thể hiện bằng ngôn ngữ quốc gia hay chính thức của họ.

Để biết thêm thông tin, xin tham khảo thêm:

- Chỉ thị Hội đồng 76/768 / EEC liên quan đến các sản phẩm mỹ phẩm tại:

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l21191.htm>

- Các yêu cầu ngôn ngữ cho nhãn mác sản phẩm:

http://www.buyusainfo.net/docs/x_534375.pdf

+ Giày dép

Các nhãn mác phải truyền đạt thông tin liên quan đến mũ giày, lớp lót và lót đế trong và đế ngoài, duy nhất của giày dép. Các thông tin phải được chuyển tải bằng các chữ tượng hình hoặc thông tin dạng văn bản đã được phê duyệt theo qui 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.

Nhà sản xuất hoặc đại lý ủy quyền được thiết lập trong cộng đồng châu Âu phải chịu trách nhiệm về cung cấp nhãn mác và tính chính xác của các thông tin trong đó. Nếu cả nhà sản xuất và đại lý của họ không được thành lập tại EU, người chịu trách nhiệm sẽ là người lần đầu tiên đem sản phẩm giày dép vào thị trường EU. Nhà bán lẻ sẽ chịu tiếp phần trách nhiệm về việc đảm bảo giày dép mà họ bán có nhãn mác thích hợp.

Chỉ có các thông tin được quy định trong chỉ thị này cần phải được cung cấp. Không có việc hạn chế đối với các thông tin bổ sung được thêm vào trên nhãn.

Chỉ thị 94/11/EC quy định: Nhãn mác phải miêu tả rõ những nguyên 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 loại 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 amiăng).

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

+ Thiết bị gia dụng

Có các chỉ thị chuyên biệt cho từng sản phẩm cụ thể về ghi nhãn liên quan đến hiệu quả về mặt năng lượng cho các thiết bị gia dụng. Mỗi chỉ thị “con” có chứa các yêu cầu chi tiết và rất cụ thể về ghi nhãn và đánh ký hiệu liên quan đến việc tiêu thụ năng lượng. Các chỉ thị chuyên biệt cho từng sản phẩm cụ thể có thể được tìm thấy tại trang web được liệt kê bên dưới và những chỉ thị này bao gồm những vật dụng sau đây:

- Tủ lạnh, tủ đông và các dạng kết hợp hai loại này
- Máy giặt, máy sấy và các dạng kết hợp hai loại này;
- Máy rửa chén bát
- Lò
- Máy đun nước nóng và các thiết bị lưu trữ nước nóng
- Các nguồn chiếu sáng
- Thiết bị điều hòa không khí

Chỉ thị 92/75/EEC về thông tin nhãn mác và sản phẩm tiêu chuẩn đối với việc tiêu thụ năng lượng và các nguồn lực khác của đồ dùng gia đình, có sẵn tại: <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l32004.htm>

+ Các chất nguy hiểm



Việc ghi nhãn các chất nguy hiểm phải biểu thị thông tin sau:

- Tên của chất liệu
- Nguồn gốc của chất liệu này (tên và địa chỉ của nhà sản xuất hoặc nhà phân phối)
- Biểu tượng nguy hiểm và dấu hiệu nguy hiểm liên quan đến việc sử dụng chất liệu này
- Tham khảo về các rủi ro đặc biệt phát sinh từ các mối nguy hiểm đó.

Các kích thước của nhãn hiệu không được nhỏ hơn một tờ A8 tiêu chuẩn (52 x 74mm), và mỗi biểu tượng phải chiếm ít nhất 1/10 diện tích bề mặt của nhãn. Các nước thành viên có thể yêu cầu sử dụng ngôn ngữ quốc gia của họ trong việc ghi

nhãn mác các chất nguy hiểm. Trường hợp bao bì quá nhỏ, nhãn mác có thể dán theo một số cách khác. Bao bì của các sản phẩm được coi là nguy hiểm nhưng không gây nổ cũng không độc hại có thể không cần ghi nhãn nếu sản phẩm này chứa một lượng nhỏ các chất nguy hiểm không gây nguy hiểm cho người sử dụng.

Các biểu tượng phải được sử dụng nếu chất này có thể được xác định là một trong những chất sau đây: gây nổ, chất oxy hóa, dễ cháy, độc hại, kích ứng độc hại, ăn mòn hoặc có hại cho môi trường. Ngoài các biểu tượng thích hợp, thùng chứa chất độc hại nên bao gồm một hình tam giác lớn lên để cảnh báo cho người kém thị lực chú ý đến hàm lượng chất độc hại. Cần lưu ý là chỉ thị này đã trải qua nhiều lần sửa đổi liên quan đến việc đánh ký hiệu và ghi nhãn các chất bổ sung. Do vậy, nên tham khảo tất cả các tài liệu liên quan. Đặc biệt, cần lưu ý EU sẽ sớm triển khai thực hiện hệ thống hài hòa toàn cầu (GHS) về phân loại và ghi nhãn. Việc này sẽ dẫn đến những thay đổi về một số biểu tượng hóa học. Những phát triển mới nhất về GHS, có thể tham khảo các trang web: http://www.buyusa.gov/europeanunion/us_government_resources.html

Để biết thêm thông tin, tham khảo Chỉ thị 1967/548/EEC, liên quan đến việc phân loại, đóng gói và ghi nhãn các chất nguy hiểm tại:

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l21276.htm>

+ Các thiết bị có khả năng gây nổ



Ngoài việc áp dụng dấu CE cho các sản phẩm theo chỉ thị này, cũng cần ghi dấu Ex, là một ký hiệu chuyên biệt bảo vệ cháy nổ. Cạnh dấu Ex sẽ có một biểu tượng chỉ rõ nhóm hoặc chủng loại sản phẩm như quy định trong chỉ thị. Chỉ thị 94/9/EC có sẵn tại: <http://europa.eu.int/comm/enterprise/atex/direct/text94-9-en.pdf>

+ Thiết bị ngoài trời phát tiếng ồn



Các máy móc sử dụng ngoài trời cần phải đánh dấu CE. Mẫu nhãn bắt buộc ở trên ghi rõ các mức độ phát tiếng ồn.

Chỉ thị 2000/14/EC của Nghị viện châu Âu và của Hội đồng ngày 08/2000 về các mức ước lượng liên quan đến việc phát tiếng ồn ra môi trường của thiết bị sử dụng ngoài trời nêu trong luật của các quốc gia thành viên có sẵn tại:

<http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l28048.htm>

+ Vật liệu bao bì

Chỉ thị EU về Bao bì và chất thải bao bì đã hài hòa luật pháp của các quốc gia thành viên liên quan đến thành phần vật liệu đóng gói bao bì và quản lý chất thải bao bì. Thành phần vật liệu bao bì được đề cập trong một loạt các tiêu chuẩn toàn EU. Đối với việc quản lý chất thải bao bì thông qua các mục tiêu tái chế và các hệ thống thu gom và tái chế, các nước thành viên đã tự nguyện áp dụng việc đánh ký hiệu đề cập trong báo cáo sau đây: http://www.buyusainfo.net/docs/x_6455675.pdf

Bao bì gỗ: EU đã thông qua luật để đảm bảo kiểm soát dịch hại trong bao bì gỗ. Việc đánh ký hiệu cho các vật liệu sử dụng dựa theo biểu tượng tuân thủ Công ước Bảo vệ thực vật quốc tế.

Các yêu cầu đối với vật liệu bao bì bằng gỗ:

http://europa.eu.int/comm/food/plant/organisms/imports/special_en.htm

- **Các ký hiệu và nhãn mác tự nguyện**

+ Biểu tượng hình tách/nĩa - Cup/Fork Symbol



Vật liệu sử dụng trong sản phẩm an toàn khi tiếp xúc với thực phẩm cho dù được làm bằng kim loại, gốm sứ, giấy và bìa và nhựa.

Các nhà sản xuất các hộp đựng, đĩa, tách và các đồ vật khác để chứa đựng thực phẩm cần phải kiểm tra việc tuân thủ các yêu cầu an toàn hóa chất của EU. Việc sử dụng biểu tượng này chứng tỏ việc tuân thủ các yêu cầu này.

Cần thông tin chi tiết, xin tham khảo thêm:

- http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2004/l_338/l_33820041113en00040017.pdf
- http://ec.europa.eu/comm/food/food/chemicalsafety/foodcontact/legisl_list_en.htm#02-72

+ **Nhãn sinh thái – Eco-Label**



Chương trình Nhãn sinh thái châu Âu giúp người tiêu dùng châu Âu dễ dàng xác định các sản phẩm xanh được chấp nhận chính thức trên toàn Liên minh châu Âu, Na Uy, Iceland và Liechtenstein. Được giới thiệu vào năm 1992, nhãn sinh thái thông tin cho khách hàng rằng các sản phẩm được đánh dấu này đáp ứng các tiêu chí thân thiện với môi trường cụ thể áp dụng cho các hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng hàng ngày.

Chương trình Eco-label gần đây đã được mở rộng để bao gồm thêm các sản phẩm cá và thủy hải sản. Điều này có nghĩa rằng các sản phẩm có nhãn sinh thái đã được sản xuất theo các tiêu chuẩn môi trường cụ thể.

Biểu tượng này có áp dụng cho 27 nhóm sản phẩm và dịch vụ sau đây:

Nệm	Bóng đèn	Chất rửa chén đĩa bằng tay
Sơn và vecni trong nhà	Chất tẩy rửa cho máy rửa chén đĩa	Tủ lạnh
Sản phẩm dệt	Máy hút bụi	Chất liệu phủ sàn cứng
Dịch vụ Khu cắm trại	Máy rửa chén đĩa	Xà phòng và dầu gội
Bột giặt chất tẩy rửa	Máy tính cá nhân	Bơm nhiệt
Giấy vệ sinh	Máy tính xách tay	Chất cải thiện đất
Dịch vụ lưu trú du lịch	Giày dép	Các sản phẩm tẩy rửa gia dụng
Giấy photocopy, giấy ảnh	Đồ nội thất	Tivi
Dầu nhờn	Các sản phẩm giấy in	Máy giặt

+ Dấu Green Dot



Hệ thống Green Dot là một chương trình trong đó các cơ quan tham gia phối hợp thu gom, phân loại và thu hồi bao bì đã sử dụng. Hệ thống này được thực hiện theo các luật bao bì quốc gia (gắn với các nhà sản xuất bao bì, các nhà bán lẻ và nhập khẩu), và cần lưu ý là tất cả các hệ thống quốc gia tham gia đều hoạt động một cách độc lập. Tổ chức bảo trợ, PRO-Europe (<http://www.pro-e.org/>), chịu trách nhiệm quản lý hệ thống ghi nhãn Green Dot ở châu Âu. Hơn 460 tỷ mẫu bao bì được đánh dấu Green Dot đang được phân phối trên toàn thế giới.

+ Dấu ngôi sao năng lượng – Energy Star



Energy Star là một chương trình dán nhãn tự nguyện để giúp người tiêu dùng xác định các thiết bị văn phòng đạt hiệu quả nhất về mặt năng lượng trên thị trường, chẳng hạn như máy tính, màn hình, máy in, máy fax, máy photocopy, máy quét và các thiết bị đa chức năng. Dấu Energy Star có thể được đặt trên các sản phẩm đáp ứng hoặc vượt quá các hướng dẫn liên quan đến hiệu quả về mặt năng lượng. Được khởi xướng bởi Hoa Kỳ, một thỏa thuận với EU đã được ký kết vào tháng 12/2000 với mục tiêu phối hợp chương trình dán nhãn ở hai thị trường Hoa Kỳ và châu Âu. Thỏa thuận này đề ra một bộ các thông số hiệu quả năng lượng chung, với một biểu tượng chung có thể dùng như là một công cụ tiếp thị.

Để biết thêm thông tin, xin tham khảo: www.eccj.or.jp/ene-star/english/prog/

+ Nhãn E - 'E' Mark



E-mark là một "giấy thông hành" đo lường để tạo điều kiện dịch chuyển tự do các hàng hóa đóng gói sẵn. Dấu hiệu này đảm bảo rằng một số loại chất lỏng và các chất khác, được xác định trong Chỉ thị 75/106/EEC và 76/211/EEC, đã được đóng gói theo trọng lượng hoặc khối lượng phù hợp với các chỉ thị này. Mặc dù việc tuân thủ này là không bắt buộc, luồng dịch chuyển tự do khắp EU sẽ được bảo đảm cho các sản phẩm đóng gói sẵn tuân theo các quy định của Chỉ thị này.

Hộp đựng có dấu E-mark cũng có dấu hiệu thể hiện trọng lượng hoặc khối lượng của sản phẩm, gọi là trọng lượng hoặc khối lượng "danh nghĩa". Nhà đóng gói (hoặc nhà nhập khẩu, nếu hộp đựng được sản xuất ngoài EU) có trách nhiệm đảm bảo rằng các hộp đựng đáp ứng được các yêu cầu của Chỉ thị trên. Trách nhiệm đối với việc đo lường và kiểm tra hàm lượng thực tế của các hộp đựng thuộc về nhà đóng gói hoặc nhà nhập khẩu.

Để biết thêm thông tin, xin tham khảo tại:

▫ <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l32029.htm>

▫ <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/l32003.htm>

+ **Dấu tái chế - Recycling Marks**

Dấu tái chế, dựa trên tiêu chuẩn quốc tế, có thể được tìm thấy trên các sản phẩm có mặt ở khắp châu Âu nhằm giúp người tiêu dùng nhận biết và tham gia các chương trình tái chế bao bì sản phẩm và vật liệu bao bì. Dấu hiệu này thường được sử dụng trên bao bì in, nhưng đôi khi được thực hiện trong các khuôn đúc sản phẩm thủy tinh, kim loại, giấy hoặc nhựa. Để biết thêm thông tin, xin tham khảo:

http://europa.eu.int/comm/environment/waste/waste_topics.htm

+ **Đối với sản phẩm nhựa**

Biểu tượng trên là một ví dụ minh họa về cách thể hiện loại nhựa ghi trên một sản phẩm. Là một phần của hệ thống nhận diện tự nguyện của EU cho ngành nhựa, các dấu hiệu sau đây được sử dụng cho những loại chất dẻo phổ biến nhất (Quyết định 97/129 / EC):

Số EU	Viết tắt	Tên đầy đủ
1	PET	Polyethylene Terephthalate
2	HDPE	High Density Polyethylene
3	PVC	Poly Vinyl Chloride
4	LDPE	Low Density Polyethylene
5	PP	Polypropylene

6	PS	Polystyrene
---	----	-------------

+ Đối với các sản phẩm thủy tinh



Không có biểu tượng trên toàn EU để chỉ tính chất có thể tái chế của thủy tinh. Tuy nhiên, trên cấp độ quốc gia chắc chắn nhiều biểu tượng được khuyến khích sử dụng. Hai biểu tượng trên chỉ là một mẫu nhỏ trong nhiều dấu hiệu hiện có để thể hiện khả năng tái chế.

Cấm và hạn chế nhập khẩu

Biểu thuế hải quan đối ngoại chung của EU, TARIC, đã được thiết kế để hiển thị các quy tắc khác nhau áp dụng cho các sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào, và trong một số trường hợp, được xuất khẩu từ lãnh thổ hải quan của EU. Để xác định xem một sản phẩm có bị cấm hoặc bị hạn chế hay không, hãy kiểm tra sản phẩm đó trên TARIC với các mã sau đây:

- CITES: Công ước về buôn bán quốc tế các loài đang có nguy cơ tuyệt chủng
- PROHI: Hoàn nhập khẩu
- RSTR: Hạn chế nhập khẩu

Cấm hoặc hạn chế xuất khẩu và nhập khẩu một số hàng hóa có chứa các chất làm suy giảm tầng ôzôn, một số sản phẩm có xuất xứ hoặc xuất khẩu sang một số quốc gia/vùng lãnh thổ như Iran, Triều Tiên, v.v...

Kiểm soát việc xuất khẩu và nhập khẩu đối với một số loại hàng hóa sản phẩm tuân theo Công ước CITES, hàng xa xỉ, sản phẩm văn hóa, sản phẩm và thiết bị có chứa khí nhà kính flo, sản phẩm đã sử dụng, kiểm soát thú y hoặc kiểm dịch thực vật đối với động vật và thực phẩm, v.v...

Quy định về hải quan

Là một Quốc gia Thành viên của Liên minh Châu Âu, Bulgaria phải tuân thủ theo Liên minh Thuế quan (Điều 28 của Hiệp ước về Chức năng của Liên minh Châu Âu) bao gồm tất cả thương mại hàng hóa và liên quan đến việc miễn thuế hải quan đối với hàng hóa xuất nhập khẩu giữa các thành viên của EU. Bulgaria áp dụng tất cả các khoản phí và áp dụng một biểu thuế hải quan chung tương tự như các quốc gia thành viên khác trong quan hệ thương mại với các nước thứ ba.

Kể từ ngày Bulgaria gia nhập Liên minh châu Âu, quốc gia này đang áp dụng đầy đủ chính sách thương mại chung của EU liên quan đến hàng nhập khẩu từ các nước thứ ba, bao gồm thuế quan chung và các hiệp định thương mại ưu đãi của EU, cũng như tuân thủ luật chống bán phá giá và các biện pháp tự vệ được áp dụng.

Luật Hải quan của Bulgaria quy định các vấn đề liên quan đến vị trí và quyền hạn quản lý của hải quan, cũng như những vấn đề liên quan đến việc thực hiện giám sát và kiểm soát hải quan. Người và phương tiện, hàng hóa mà họ mang theo hoặc vận chuyển qua biên giới của Bulgaria tại các cửa khẩu biên giới phải chịu sự giám sát và kiểm soát của hải quan.

Giám sát hải quan là một tập hợp các hoạt động của cơ quan hải quan nhằm đảm bảo việc tuân thủ pháp luật hải quan và các quy định khác áp dụng đối với hàng hóa chịu sự giám sát hải quan. Kiểm soát hải quan là các hoạt động cụ thể của cơ quan hải quan, chẳng hạn như kiểm tra hàng hóa, kiểm tra các tài liệu vận tải, thương mại, kế toán và các tài liệu khác của pháp nhân, kiểm tra phương tiện, hành lý và các hàng hóa khác được vận chuyển qua biên giới nhà nước, và các hành động tương tự đảm bảo rằng hải quan pháp luật và tuân thủ các quy định khác áp dụng đối với hàng hóa chịu sự giám sát hải quan, cũng như việc thu thuế hải quan, được lưu giữ.

Luật Ngoại hối ở Bulgaria nhằm quản lý các hoạt động sau:

- Giao dịch và thanh toán giữa người trong nước và người nước ngoài;

- Chuyển khoản và thanh toán xuyên biên giới;
- Các nghiệp vụ giao dịch ngoại tệ;
- Các nghiệp vụ giao dịch kim loại quý và đá quý, và các sản phẩm làm ra từ chúng, cũng như vận chuyển qua biên giới và chế tác chúng;
- Chuyển tiền mặt xuyên biên giới;
- Việc thu thập, duy trì và cung cấp thông tin thống kê về cán cân thanh toán và vị thế đầu tư quốc tế của nhà nước;
- Kiểm soát hối đoái.

Việc vận chuyển qua biên giới Bulgaria đến hoặc từ một quốc gia thành viên của Liên minh Châu Âu các hàng hoá tiền tệ, kim loại quý và đá quý, và các sản phẩm làm từ chúng được kiểm soát chặt chẽ.

Sẽ không phải khai báo hải quan nếu tiến hành chuyển tiền với số tiền từ 10.000 EUR trở lên, hoặc số tiền tương đương bằng đồng BGN hoặc ngoại tệ, cũng như kim loại quý và đá quý, và các sản phẩm làm từ chúng, qua biên giới quốc gia đến hoặc từ một quốc gia thành viên của Liên minh châu Âu.

Cơ quan hải quan của Bulgaria có thể yêu cầu cung cấp thông tin trong trường hợp có nghi ngờ hợp lý hoặc bằng chứng về các hoạt động bất hợp pháp liên quan đến việc chuyển tiền với số tiền dưới 10.000 EUR hoặc số tiền tương đương bằng đồng BGN hoặc ngoại tệ.

Người vận chuyển có thể không kê khai theo yêu cầu trong trường hợp có lý do từ chối khai báo chính đáng hoặc nếu thông tin của hải quan đưa ra không chính xác, không đầy đủ.

Việc khai báo hải quan được áp dụng nếu vận chuyển qua biên giới Bulgaria đến hoặc từ một nước thứ ba ngoài EU đối với tiền, kim loại quý và đá quý, và các sản phẩm làm từ chúng với tương đương số tiền từ 10.000 EUR trở lên.

Khi chuyển khoản tiền trị giá 30.000 BGN trở lên, hoặc số tiền tương đương bằng ngoại tệ, qua biên giới sang nước thứ ba ngoài EU, các cá nhân cũng phải cung cấp giấy chứng nhận của cơ quan quản lý có thẩm quyền của Cơ quan thuế quốc gia.

Khi chuyển các khoản tiền có giá trị từ 30.000 BGN trở lên, hoặc số tiền tương đương bằng ngoại tệ qua biên giới sang nước thứ ba, người nước ngoài chỉ khai báo loại và số tiền được chuyển nếu giá trị của chúng không vượt quá số tiền đã kê khai trước đó.

Trong trường hợp có nghi ngờ hợp lý hoặc bằng chứng về các hoạt động bất hợp pháp liên quan đến việc chuyển tiền với số tiền dưới 10.000 EUR hoặc số tiền tương đương bằng đồng BGN hoặc ngoại tệ, cơ quan hải quan có thể kiểm tra các cá nhân bằng cách yêu cầu họ cung cấp thông tin liên quan đến các khoản tiền này.

Vận chuyển qua biên giới các loại kim loại quý và đá quý ở trạng thái thô, sơ chế, chế biến và các sản phẩm làm từ chúng không phải khai báo với các điều kiện sau:

- Vàng và bạch kim ở tình trạng thô hoặc sơ chế, và tiền xu làm bằng vàng với tổng khối lượng là 37 gam, bất kể hàm lượng vàng hoặc bạch kim;
- Đồ trang sức và phụ kiện bằng hợp kim của vàng hoặc bạch kim đến tổng khối lượng là 60 gam, bất kể hàm lượng vàng hoặc bạch kim;
- Bạc ở tình trạng thô và sơ chế, tiền xu cũng như đồ trang sức và phụ kiện làm bằng hợp kim bạc, tổng khối lượng đến 300 gam, không kể hàm lượng bạc;
- Đá quý được gắn trong các sản phẩm trang sức bất kể khối lượng.

Đối tượng khai báo là các hoạt động vận chuyển xuyên biên giới kim loại quý và đá quý, và các sản phẩm làm từ chúng, trên kích thước quy định, cũng như vận chuyển chúng ở dạng bột hoặc các loại sản phẩm khác làm từ kim loại quý và đá quý.

Việc vận chuyển kim loại quý và đá quý, và các sản phẩm làm từ chúng, có tính chất thương mại liên quan đến các biện pháp chính sách thuế và thương mại, chúng

được coi như hàng hóa và tuân theo các quy định của các bộ luật áp dụng trong kinh doanh, thương mại.

Việc vận chuyển qua biên giới các vật phẩm làm bằng kim loại quý, đá quý và hàng hóa làm bằng kim loại quý, có giá trị văn hóa di động chỉ được phép khi có văn bản khai báo và theo quy định tại Chương VI, Mục VI của Luật Di sản văn hóa.

Việc đánh thuế tiêu thụ đặc biệt và việc kiểm soát việc sản xuất, sử dụng, lưu trữ, di chuyển và an ninh hàng hóa chịu thuế tiêu thụ đặc biệt chịu sự điều chỉnh của Luật Thuế tiêu thụ đặc biệt. Đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt là:

- Rượu và đồ uống có cồn;
- Sản phẩm thuốc lá;
- Sản phẩm năng lượng và điện.

Đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt là:

- Người giữ kho được ủy quyền và những người đã đăng ký theo quy định của Luật thuế tiêu thụ đặc biệt;
- Người chịu trách nhiệm theo pháp luật hải quan đối với hàng hóa tiêu thụ đặc biệt;
- người có hành vi vi phạm quy định của pháp luật này đã sản xuất, tham gia sản xuất hàng hóa tiêu thụ đặc biệt, giữ hoặc tham gia giữ hàng hóa tiêu thụ đặc biệt, tiêu hủy hoặc tiêu hủy hàng hóa tiêu thụ đặc biệt chưa nộp thuế tiêu thụ đặc biệt hoặc đã nộp một phần;
- Đại diện thuế của những người có đăng ký thuế giá trị gia tăng tại một Quốc gia Thành viên khác cung cấp hàng hóa chịu thuế GTGT bán từ xa theo Luật Thuế giá trị gia tăng;

- Người nhận hàng hóa được ưu đãi ở nước mà hàng hóa đó được đưa đi tiêu thụ ở nước thành viên khác, trừ trường hợp những người thuộc mục 5 đã hoàn thành nghĩa vụ của mình theo Luật này.
- Người dùng cuối và người nhận hàng tạm thời đã đăng ký được miễn thuế.

Nghĩa vụ nộp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với các hàng hóa tiêu thụ đặc biệt được thực hiện trong trường hợp:

- Sản xuất trong nước;
- Nhập khẩu vào Bulgaria từ lãnh thổ của một quốc gia thành viên khác;
- Nhập khẩu vào trong nước.

Hàng hóa xuất khẩu được miễn thuế tiêu thụ đặc biệt. Khi hàng hóa xuất khẩu từ Bulgaria đã nộp thuế tiêu thụ đặc biệt thì sẽ được hoàn lại thuế tiêu thụ đặc biệt.

Cơ quan Hải quan - Tổng cục Hải quan Trung ương

47 Georgi S. Rakovski Str. 1202 Sofia

Điện thoại: 02/9859 45 28; 02/9859 4233

Pressroom: 02/9859 4210;

Fax: 02/9859 4061

E-mail: pr@customs.bg

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

Tiêu chuẩn thương mại

Các sản phẩm nhập khẩu vào Bulgaria sẽ được kiểm tra và cấp chứng nhận để đảm bảo đáp ứng các yêu cầu của EU khi tiếp cận người tiêu dùng và bảo vệ môi trường theo quy định của luật pháp.

Mặc dù Bulgaria đang cố gắng đồng bộ hóa các tiêu chuẩn quốc gia của mình với các tiêu chuẩn của EU và quốc tế, nhưng vẫn có các cơ quan tiêu chuẩn hóa, đánh giá sự phù hợp, công nhận và chứng nhận sản phẩm của riêng mình. Trong một số lĩnh vực nhất định, chẳng hạn như thực phẩm chế biến, đồ uống và sản phẩm dược phẩm, các bộ hoặc cơ quan ban hành các tiêu chuẩn và chứng chỉ dành riêng cho lĩnh vực.

Các tổ chức tiêu chuẩn tại Bulgaria:

- Cơ quan Giám sát Kỹ thuật và Đo lường Nhà nước Bulgaria (SAMTS) chịu trách nhiệm giám sát, quản lý, thực hiện giám sát kỹ thuật và thực hiện các chính sách, luật và quy định về sản phẩm. <http://www.damtn.gov.bg>.
- Cơ quan Dược phẩm Bungari (Bộ Y tế) chịu trách nhiệm đăng ký, thử nghiệm & chứng nhận sản phẩm, và thiết lập các tiêu chuẩn cho các sản phẩm dược phẩm và thiết bị cấy ghép. <http://www.bda.bg>
- Bộ Y tế xử lý các chứng nhận, đăng ký, cấp phép nhập khẩu và thiết lập các tiêu chuẩn cho một số thiết bị y tế, các sản phẩm y tế và tự nhiên. Trong một số trường hợp, Bộ Y tế thực hiện các hoạt động này cùng với Cơ quan Dược. <http://www.mh.gov.bg>.
- Bộ Nông nghiệp và Thực phẩm kiểm tra và chứng nhận các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm, đăng ký tài liệu kỹ thuật, chứng nhận sản phẩm, đánh giá sự phù hợp và thiết lập chính sách quốc gia với các tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế, trong nước và chính sách kiểm soát sức khỏe và vệ sinh biên giới, v.v... <http://www.mzh.gov.bg>.
- Viện An toàn thực phẩm <http://www.nvms.gov.bg/index.php>.
- Dịch vụ công nhận của Bungari: có một số phòng thí nghiệm về chuyên môn thú y, thực phẩm và kiểm dịch thực vật để thực hiện thử nghiệm trong phòng thí nghiệm, kiểm tra, chứng nhận, kiểm tra và xác minh thực phẩm, thực phẩm và các sản phẩm thú y. <http://www.nab-bas.bg>.

- Viện Tiêu chuẩn hóa Bungari (BIS): thực hiện các hoạt động liên quan đến tiêu chuẩn hóa, xác minh, chỉnh sửa và đăng ký các tiêu chuẩn cho hàng hóa công nghiệp, máy móc và thiết bị vận tải, xây dựng và vật liệu, hóa học, dệt may, thực phẩm và hàng hóa kỹ thuật điện và có thỏa thuận với DIN – Viện tiêu chuẩn hoá của Đức, BSI - Tổ chức Tiêu chuẩn Anh, UNI – Cơ quan đánh giá tiêu chuẩn Italy, ASTM International - Hiệp hội Vật liệu và Thử nghiệm Hoa Kỳ.
www.bds-bg.org.
- BIS là thành viên của Ủy ban Kỹ thuật Điện Quốc tế (IEC) và Tổ chức Tiêu chuẩn Quốc tế (ISO) và là thành viên liên kết của EC về Tiêu chuẩn hóa Kỹ thuật Điện (CENELEC) và EC về Tiêu chuẩn hóa (CEN).
- Bulgaria là một thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), theo Hiệp định về Hàng rào Kỹ thuật trong Thương mại (Hiệp định TBT) phải báo cáo lên WTO tất cả các quy định kỹ thuật được đề xuất có thể ảnh hưởng đến thương mại với các nước Thành viên khác.

Hiệp định thương mại

Là thành viên của EU, Bulgaria tuân thủ mọi hiệp định thương mại tự do giữa EU và các vùng/quốc gia khác trên thế giới.

Bulgaria là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới năm 1996, tham gia Hiệp định Thương mại Tự do Trung Âu (CEFTA) năm 1999 và gia nhập EU năm 2007. Bulgaria có các hiệp định thương mại tự do với: Trung Quốc (1995), Thổ Nhĩ Kỳ (1999), Macedonia (1999), Israel (2002), Albania (2003), Serbia và Montenegro (2004), Bosnia và Herzegovina (2004).

Thông tin liên hệ

- **CEN – Ủy ban châu Âu về Tiêu chuẩn hóa và xử lý các tiêu chuẩn khác**

Địa chỉ: Avenue Marnix 17

B – 1000 Brussels, Bulgaria

Điện thoại: 32 2 550 08 11

Fax: 32 2 550 08 19

Website: <http://www.cen.eu>

- **CENELEC – Ủy ban châu Âu về Tiêu chuẩn kỹ thuật điện**

Địa chỉ: Avenue Marnix 17

B – 1000 Brussels, Bulgaria

Điện thoại: 32 2 519 68 71

Fax: 32 2 519 69 19

Website: <http://www.cenelec.eu>

- **ETSI – Viện Tiêu chuẩn viễn thông châu Âu**

Địa chỉ: Route des Lucioles 650

F – 06921 Sophia Antipolis Cedex, Pháp

Điện thoại: 33 4 92 94 42 00

Fax: 33 4 93 65 47 16

Website: <http://www.etsi.org>

- **SBS – Tiêu chuẩn doanh nghiệp nhỏ**

Địa chỉ: 4, Rue Jacques de Lalaing

B-1040 , Bulgaria

Điện thoại: + 32 2 285 07 27

- **ANEC - Hiệp hội phối hợp người tiêu dùng châu Âu về tiêu chuẩn hóa**

Địa chỉ: Avenue de Tervuren 32, Box 27

B – 1040 Brussels, Bulgaria

Điện thoại: 32 2 743 24 70

Fax: 32 2 706 54 30

Website: <http://www.anec.org>

- **ECOS – Tổ chức tiêu chuẩn hóa môi trường thành thị châu Âu**

Địa chỉ: Rue d'Edimbourg 26

B – 1050 Brussels, Bulgaria

Điện thoại: 32 2 894 46 55

Fax: 32 2 894 46 10

Website: <http://www.ecostandard.org>

- **EOTA – Tổ chức đánh giá kỹ thuật châu Âu (đối với sản phẩm xây dựng)**

Địa chỉ: Avenue des Arts 40

B – 1040 Brussels, Bulgaria

Điện thoại: 32 2 502 69 00

Fax: 32 2 502 38 14

Website: <http://www.eota.be/>

Website EU

- **Cơ sở dữ liệu thuế hải quan trực tuyến (TARIC):**

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/customs_tariff/index_en.htm

- **Cộng đồng hiện đại hóa mã hải quan (MCCC):**

http://europa.eu/legislation_summaries/customs/do0001_en.htm

- **Cơ quan Hóa chất châu Âu (ECHA):**

<http://echa.europa.eu>

- **Liên minh Thuế và Hải quan:**

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/index_en.htm

Chương 5: Môi trường đầu tư

Bulgaria hiện là một điểm đến đầu tư có chi phí tương đối thấp, với nhiều ưu đãi của chính phủ nhằm thu hút dòng vốn mới. Mặc dù nền kinh tế đang chuyển đổi nhanh chóng, nước này vẫn sở hữu mức chi phí lao động thấp nhất trong Liên minh châu Âu (EU), cùng mức thuế thu nhập cá nhân và thuế doanh nghiệp thấp và ổn định. Tuy vậy, tình trạng thiếu hụt lao động và áp lực lạm phát trong những năm gần đây đã đẩy tiền lương và giá cả trong nước tăng lên. Bulgaria cũng có năng suất lao động thấp nhất trong EU, và tốc độ tăng lương đang vượt xa tốc độ tăng năng suất. Về trung hạn, năng suất có nguy cơ giảm do dân số thu hẹp và mức đầu tư cho đổi mới sáng tạo còn thấp, mặc dù chính phủ đang nỗ lực khắc phục những hạn chế này.

Trong giai đoạn 2021–2026, Bulgaria được phân bổ tổng cộng 6,1 tỷ USD (5,6 tỷ euro) từ quỹ phục hồi hậu COVID-19 của EU thông qua Kế hoạch Phục hồi và Tăng cường Sức chống chịu Quốc gia (NRRP). Tính đến nay, nước này đã nhận 1,5 tỷ USD (1,4 tỷ euro). Khoản hỗ trợ tài chính này nhằm thúc đẩy phát triển năng lượng xanh, chuyển đổi số và tăng cường năng lực khu vực tư nhân. Bulgaria dự kiến tiếp tục nhận nhiều đợt giải ngân khác, dù tiến độ đang bị chậm do nước này chưa thông qua kịp thời các cải cách về tư pháp, tài chính và năng lượng theo yêu cầu của EU. Chính phủ cũng đang tái đàm phán một số nội dung trong kế hoạch năng lượng thuộc NRRP. Theo kế hoạch, ít nhất 3.500 MW công suất năng lượng tái tạo mới sẽ đi vào hoạt động trước năm 2026, đồng thời Bulgaria sẽ xây dựng và đưa vào vận hành hệ thống lưu trữ điện quốc gia với dung lượng sử dụng được 3.000 MWh nhằm tăng tính ổn định cho lưới điện.

Bulgaria đặt mục tiêu gia nhập Khu vực đồng euro vào ngày 1/1/2025, sau khi đã tham gia Cơ chế Tỷ giá hối đoái châu Âu (ERM II) từ tháng 7/2020 và Liên minh Ngân hàng EU từ tháng 10/2020. Lạm phát đã giảm trong phần lớn 12 tháng qua, giúp Bulgaria tiến gần hơn đến việc đáp ứng tiêu chí lạm phát để gia nhập Eurozone. Đồng lev của Bulgaria đã neo vào đồng euro từ năm 1999. Khi áp dụng đồng euro, Bulgaria sẽ loại bỏ rủi ro tỷ giá, giảm chi phí giao dịch với các đối tác

thương mại – đầu tư chủ chốt tại châu Âu, đồng thời đóng vai trò chủ động hơn trong hoạch định chính sách tiền tệ của EU.

Tháng 1/2022, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) đã bắt đầu quá trình xem xét kết nạp Bulgaria, qua đó thúc đẩy nước này tiến hành thêm nhiều cải cách kinh tế. Ngân hàng Thế giới cảnh báo Bulgaria sẽ đối mặt với những thách thức nhân khẩu học lớn, buộc chính phủ phải tăng chi tiêu cho các lĩnh vực thiết yếu. Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) khuyến nghị nước này áp dụng các biện pháp ngắn hạn nhằm tăng thu ngân sách, đồng thời triển khai nhiều cải cách cơ cấu lâu dài nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và giải quyết bất bình đẳng thu nhập.

Ngoài các hạn chế liên quan đến an ninh quốc gia, Bulgaria không áp đặt giới hạn pháp lý đối với quyền sở hữu hay kiểm soát doanh nghiệp của nhà đầu tư nước ngoài. Ngoại trừ một số lĩnh vực dịch vụ chuyên môn, doanh nghiệp nước ngoài được đối xử bình đẳng với doanh nghiệp trong nước. Các lĩnh vực phát triển phần mềm, hỗ trợ kỹ thuật và dịch vụ thuê ngoài doanh nghiệp đang tăng trưởng nhanh, thu hút nhiều công ty Hoa Kỳ và châu Âu thiết lập trung tâm dịch vụ toàn cầu và khu vực với mức lương hấp dẫn. Bulgaria đã xây dựng được hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mạnh, kết nối cơ quan nhà nước, khu vực tư nhân, giới học thuật và các đối tác quốc tế. Viện Khoa học Máy tính, Trí tuệ Nhân tạo và Công nghệ (INSAIT) thuộc Đại học Sofia đã ra mắt BgGPT vào tháng 1/2024 – mô hình ngôn ngữ mở đầu tiên phục vụ người dùng Bulgaria. Tháng 11/2023, nước này tham gia Artemis Accords – bộ nguyên tắc quốc tế về hợp tác thám hiểm không gian. Bên cạnh đó, ngành công nghiệp ô tô cũng thu hút nhiều nhà đầu tư Hoa Kỳ và quốc tế trong những năm gần đây.

Tuy nhiên, nhiều nhà đầu tư nước ngoài vẫn lo ngại về vấn đề pháp quyền tại Bulgaria. Những thách thức thường được nêu gồm việc thực thi quy định và phán quyết tư pháp thiếu nhất quán, khó khăn trong việc xin cấp phép cần thiết, sự thiếu ổn định do thay đổi luật pháp thường xuyên, các nỗ lực đàm phán hợp đồng dài hạn của chính phủ chưa rõ ràng, hệ thống tư pháp kém hiệu quả và khó khăn trong thi hành bản án. Năm 2023, Quốc hội Bulgaria đã thông qua một số đạo luật nhằm bảo

vệ người tố cáo và tăng cường trách nhiệm giải trình của Văn phòng Tổng Công tố, cùng với những cải cách hiến pháp hướng tới nâng cao hiệu quả hệ thống tư pháp. Tháng 2/2024, nước này áp dụng cơ chế rà soát an ninh quốc gia đối với đầu tư nước ngoài.

Tăng trưởng kinh tế của Bulgaria giảm xuống 1,8% trong năm 2023, so với mức 3,4% năm 2022. Cuộc chiến tại Ukraine và việc ngừng nhập khẩu khí đốt Nga đã khiến giá năng lượng trong nước tăng mạnh năm 2022, nhưng theo thời gian, chính phủ đã đa dạng hóa nguồn cung, giảm phụ thuộc vào Nga. Hiện gần như toàn bộ năng lượng của Bulgaria được sản xuất trong nước, chủ yếu từ điện hạt nhân và năng lượng tái tạo, giúp nước này có chi phí năng lượng thuộc nhóm thấp nhất châu Âu. Chính phủ dự báo kinh tế sẽ phục hồi trong năm 2024, đạt mức tăng trưởng 3,2%, nhờ chương trình đầu tư công quy mô lớn trị giá 5,6 tỷ USD (10 tỷ lev) được kỳ vọng bù đắp sự sụt giảm của đầu tư tư nhân. Dù chi tiêu cho các chương trình xã hội và thu nhập được tăng mạnh, chính phủ vẫn cam kết giữ mức thâm hụt ngân sách dưới giới hạn tối đa 3% GDP để đáp ứng điều kiện gia nhập Eurozone.

Mở cửa đối với đầu tư nước ngoài

Về cơ bản, Bulgaria không áp đặt giới hạn pháp lý đối với quyền sở hữu hay quyền kiểm soát doanh nghiệp của nhà đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, nước này vẫn duy trì một số hạn chế đối với nhà đầu tư ngoài EU trong các lĩnh vực như quyền sở hữu đất đai, nông nghiệp và dịch vụ pháp lý. Ngoài ra, Bulgaria cũng áp dụng một số quy định riêng cho nhà đầu tư ngoài EU trong các ngành hàng không, hàng hải, đường sắt, thị trường điện, khai khoáng và dịch vụ tài chính. Ngoại trừ những ngoại lệ này, doanh nghiệp nước ngoài nhìn chung được đối xử bình đẳng như doanh nghiệp trong nước và hoạt động đầu tư không bị hạn chế.

Tháng 2/2024, Quốc hội Bulgaria thông qua luật mới nhằm bảo vệ thị trường nội địa trước các ảnh hưởng tiêu cực từ nước ngoài, đồng thời thiết lập cơ chế rà soát an ninh đối với các khoản đầu tư từ ngoài EU – bao gồm cả đầu tư mới và đầu tư hiện hữu. Dựa trên Quy định 2019/452 của EU, đạo luật này trao cho chính phủ quyền thẩm định trước đối với các dự án đầu tư thuộc những lĩnh vực được xem là quan

trọng đối với an ninh quốc gia của Bulgaria, như hạ tầng trọng yếu, sản xuất lưỡng dụng, năng lượng và khoáng sản chiến lược, an ninh mạng, và tự do báo chí.

Cơ quan Xúc tiến Đầu tư Bulgaria (IBA) là đầu mối của chính phủ phụ trách hỗ trợ và khuyến khích đầu tư. IBA cung cấp thông tin, dịch vụ hành chính và đánh giá các ưu đãi dành cho nhà đầu tư nước ngoài tiềm năng. Trang web của cơ quan (www.investbg.government.bg/en) cung cấp các thông tin tổng quan; đồng thời, IBA đóng vai trò “một cửa” hỗ trợ nhà đầu tư và chứng nhận các dự án đủ điều kiện để hưởng dịch vụ hành chính ưu tiên. Bulgaria cũng nằm trong số 112 thành viên WTO tham gia đàm phán Thỏa thuận Tạo thuận lợi Đầu tư vì Phát triển.

Các hạn chế về quyền sở hữu của nước ngoài

Trừ một vài trường hợp ngoại lệ, không có giới hạn để các tổ chức tư nhân nước ngoài và trong nước thành lập và sở hữu một doanh nghiệp tại Bulgaria. Đạo luật Công ty Nước ngoài liệt kê 28 hoạt động (bao gồm mua sắm chính phủ, khai thác tài nguyên thiên nhiên, quản lý vườn quốc gia, ngân hàng, bảo hiểm) bị cấm đối với các công ty đăng ký tại các khu vực pháp lý nước ngoài, nếu công ty đó có hơn 10% tỷ lệ vốn góp từ các công ty nước ngoài. Tuy nhiên, luật pháp cho phép các công ty đó kinh doanh nếu chủ sở hữu thực tế của công ty mẹ là công dân Bungari và được công chúng biết đến, nếu cổ phiếu của công ty mẹ được giao dịch công khai hoặc nếu công ty mẹ được đăng ký tại một khu vực pháp lý mà Bungari được hưởng hiệp ước tránh đánh thuế hai lần. Mặc dù EU đã tạo ra một khuôn khổ rà soát đầu tư về an ninh quốc gia, Bulgaria hiện chưa có luật cụ thể hoặc cơ chế được thiết lập để sàng lọc các khoản đầu tư nước ngoài riêng lẻ đối với các rủi ro an ninh quốc gia tiềm ẩn. Tuy nhiên, các khoản đầu tư có thể được xem xét kỹ lưỡng trên cơ sở đặc biệt hoặc thông qua Luật về các biện pháp chống rửa tiền.

Các nhà đầu tư nước ngoài thường gặp phải những vấn đề sau đây: bộ máy chính phủ quan liêu chậm chạp, cơ sở hạ tầng kém, tham nhũng, những thay đổi thường xuyên về khuôn khổ pháp lý, thiếu minh bạch và các cuộc đấu thầu công khai đã được quyết định trước. Ngoài ra, hệ thống tư pháp yếu kém làm giảm niềm tin của các nhà đầu tư đối với khả năng thi hành pháp luật của các tòa án.

Các ngành công nghiệp âm nhạc, phần mềm, dược phẩm và các ngành công nghiệp khác của nước ngoài đã liên tục biểu lộ mối lo ngại về quyền sở hữu trí tuệ (IPR) ở Bulgaria, đặc biệt là đối với vi phạm bản quyền trên Internet, tình trạng truy tố không hiệu quả các trường hợp vi phạm sở hữu trí tuệ, sự chậm trễ và xung đột lợi ích khi thực thi việc bảo hộ nhãn hiệu và bằng sáng chế. Trong năm 2014, chính phủ đã đứng ra làm môi giới những thỏa thuận tự nguyện giữa những chủ sở hữu và những người vi phạm bản quyền trực tuyến, và những người chủ sở hữu đã cho biết các vụ mua quyền phát sóng nội dung hợp pháp đã gia tăng. Pháp luật hiện hành đang có hiệu lực tại Bulgaria cấm thử nghiệm và sản xuất tất cả cây trồng công nghệ sinh học. Luật thực phẩm đặt ra các tiêu chuẩn tự nguyện hạn chế việc sử dụng protein đậu nành trong các sản phẩm thịt chế biến.

Các hiệp định đầu tư song phương và hiệp định thuế

Bulgaria là thành viên của Khuôn khổ Toàn diện của OECD về Chống xói mòn cơ sở thuế và chuyển lợi nhuận (BEPS) và đã tham gia Tuyên bố tháng 10/2021 về Giải pháp Hai trụ cột nhằm xử lý các thách thức thuế phát sinh từ quá trình số hóa nền kinh tế. Nước này sở hữu mạng lưới hiệp định thuế tương đối rộng, với 70 hiệp định thuế song phương, và đã ký cũng như phê chuẩn Công ước Trọng tài của EU.

Bulgaria và Hoa Kỳ có Hiệp định Khuyến khích và Bảo hộ Đầu tư Song phương (BIT), trong đó bao gồm các cơ chế bảo vệ nhà đầu tư theo thông lệ quốc tế, cùng với điều khoản cho phép giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư và nhà nước (ISDS). BIT cũng kèm theo một thư phụ lục liên quan đến việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Sau khi Bulgaria gia nhập EU, năm 2003, Bulgaria và Hoa Kỳ đã trao đổi công hàm để điều chỉnh nhằm đảm bảo các nghĩa vụ của Bulgaria theo BIT phù hợp với nghĩa vụ của nước này trong khuôn khổ EU.

Tính minh bạch của hệ thống pháp lý

Nhìn chung, môi trường pháp lý tại Bulgaria thường được mô tả là phức tạp, thiếu minh bạch và thực thi một cách tùy tiện hoặc kém hiệu quả. Những yếu tố này làm suy yếu tính thượng tôn pháp luật. Các quy định về đấu thầu công đôi khi được thiết

kế theo hướng ưu ái một số nhóm lợi ích trong nước. Luật Bulgaria liệt kê 38 loại hoạt động phải xin cấp phép. Pháp luật yêu cầu mọi quy định phải dựa trên nhu cầu chính đáng (liên quan đến an ninh quốc gia, bảo vệ môi trường hoặc bảo vệ quyền lợi của công dân) và cấm ban hành các hạn chế không thực sự cần thiết để đạt được mục tiêu đặt ra. Luật cũng quy định cơ quan ban hành hoặc nghị sĩ đề xuất dự luật phải tiến hành phân tích chi phí – lợi ích đối với mọi quy định mới. Tuy nhiên, yêu cầu này thường bị xem nhẹ khi Quốc hội xem xét các dự thảo luật.

Ngoại trừ một số trường hợp đặc biệt, hầu hết các dự luật đều được công khai để lấy ý kiến trên cổng thông tin của chính phủ trung ương và trang web của cơ quan liên quan, với thời hạn 30 ngày để các bên gửi ý kiến đóng góp.

Chính phủ duy trì nền tảng trực tuyến www.strategy.bg để đăng tải các dự thảo pháp luật và công bố toàn bộ quyết định của mình trên pris.government.bg. Ngoài ra, pháp luật cũng hạn chế việc cơ quan quản lý tùy ý trì hoãn các yêu cầu về hoạt động kinh tế thông thường và áp dụng cơ chế “mặc nhiên chấp thuận” – tức nếu cơ quan nhà nước không phản hồi trong thời hạn quy định, yêu cầu của doanh nghiệp sẽ tự động được thông qua. Tuy vậy, các doanh nghiệp trong nước có vốn nước ngoài chi phối đôi khi bị yêu cầu cung cấp thêm thông tin hoặc đáp ứng các nghĩa vụ bổ sung để được phép tham gia một số ngành nghề có điều kiện, bao gồm sản xuất và xuất khẩu vũ khí – đạn dược, hoạt động ngân hàng và bảo hiểm, cũng như thăm dò, khai thác tài nguyên thiên nhiên.

Chính phủ Bulgaria cũng quản lý việc cấp phép xuất khẩu hàng hóa lưỡng dụng và cấm xuất khẩu mọi mặt hàng nằm trong danh mục trừng phạt thương mại quốc tế. Ngân sách nhà nước được đánh giá là minh bạch và tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế. Nợ công và các khoản bảo lãnh của chính phủ trung ương được công bố hàng tháng; trong khi nghĩa vụ nợ của từng doanh nghiệp nhà nước (SOE) được cập nhật hàng quý trên trang web của Cơ quan Doanh nghiệp Công và Kiểm soát.

Tháng 3/2021, trung tâm nghiên cứu chiến lược đầu tiên và duy nhất của Bulgaria về tài chính bền vững và năng lượng – Green Finance & Energy Centre – được thành lập bởi Sở Giao dịch Chứng khoán Bulgaria (BSE) và Sở Giao dịch Năng

lượng Độc lập (IBEX), với sự hợp tác của Bộ Tài chính, Bộ Năng lượng, Ủy ban Giám sát Tài chính và Quỹ các Quỹ. Sứ mệnh của Trung tâm bao gồm nâng cao nhận thức của doanh nghiệp và điều chỉnh các bộ quy tắc quản trị theo hướng tăng cường trách nhiệm môi trường và xã hội. Ngày càng nhiều ngân hàng và nhà đầu tư lớn nhận thấy tầm quan trọng của tài chính bền vững, xem đây là công cụ hỗ trợ tăng trưởng kinh tế đồng thời giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường.

Bulgaria trở thành thành viên của WTO vào tháng 12 năm 1996. Theo quy định tại Điều 207 của Hiệp ước về Hoạt động của Liên minh Châu Âu (Hiệp ước Lisbon), các chính sách thương mại chung của EU hoàn toàn thuộc trách nhiệm của EU và Ủy ban Châu Âu (EC), cơ quan điều phối các chính sách này với 27 quốc gia thành viên. EC đàm phán tại WTO thay mặt các quốc gia thành viên và điều phối các vấn đề với họ trong khuôn khổ Ủy ban Chính sách Thương mại của Hội đồng EU.

Tính độc lập của hệ thống pháp luật và tư pháp

Sau giai đoạn dài các vụ truy tố do nhà nước kiểm soát trong thời kỳ cộng sản, Hiến pháp năm 1991 đã thiết lập một nhánh tư pháp độc lập gồm thẩm phán, công tố viên và điều tra viên. Tuy nhiên, Ủy ban châu Âu và Hội đồng châu Âu nhiều lần bày tỏ lo ngại về cấu trúc và cơ chế vận hành của nhánh tư pháp này, vốn do Hội đồng Tư pháp Tối cao (SJC) gồm 25 thành viên quản lý. Để giảm bớt quan ngại về tính độc lập tư pháp, Quốc hội Bulgaria đã sửa đổi các điều khoản liên quan đến hệ thống tòa án trong hiến pháp sáu lần, gần đây nhất vào tháng 12/2023. Hiện Hội đồng châu Âu đang soạn thảo một Công ước mới dành cho giới luật sư nhằm giải quyết những vấn đề rộng hơn.

Những thay đổi lập pháp mới nhất nâng vị thế của các tòa án trở thành cơ quan trung tâm của nhánh tư pháp và thành lập hai hội đồng tách biệt, phụ trách tuyển chọn và kỷ luật thẩm phán và công tố viên. Các sửa đổi này, đồng thời làm giảm quyền lực của tổng công tố, vẫn đang chờ được cụ thể hóa thông qua các đạo luật hướng dẫn. Dự kiến luật mới sẽ đưa ra quy định về cách bổ nhiệm thành viên của hai hội đồng này; chính họ sẽ là người lựa chọn tổng công tố. Trong khi đó, nhiều vị trí quan trọng khác – bao gồm cơ quan thanh tra chịu trách nhiệm điều tra tham

những và xung đột lợi ích của giới tư pháp – vẫn đề trống trong nhiều năm do các đảng phái không đạt được đồng thuận về ứng viên.

Nhằm đáp ứng phán quyết năm 2009 của Tòa án Nhân quyền châu Âu, tháng 5/2023 Quốc hội Bulgaria đã thông qua các sửa đổi pháp luật cho phép mở cơ chế điều tra độc lập đối với hành vi sai phạm của tổng công tố. Theo cơ chế này, tháng 10/2023 một thẩm phán được lựa chọn ngẫu nhiên đã được bổ nhiệm làm công tố viên đặc biệt để điều tra năm đơn khiếu nại đối với Quyền Tổng Công tố Borislav Sarafov. Báo chí và các tổ chức xã hội dân sự cáo buộc Sarafov và người tiền nhiệm Ivan Geshev có liên hệ với những nhân vật gây tranh cãi, được cho là trung gian trong các hoạt động tổng tiền doanh nghiệp bằng những cáo buộc hình sự thiếu cơ sở. Các bản tin về những vụ việc này chiếm sóng trong thời gian ngay sau vụ sát hại một trong các trung gian nói trên vào tháng 1/2024.

Ngoại trừ một số ít trường hợp, quyết định của công tố viên từ chối khởi tố vụ án không thể bị thẩm phán xem xét lại, khiến công tố viên gần như nắm độc quyền tuyệt đối trong quyền buộc tội. Theo các tổ chức phi chính phủ, thông tin về các cuộc điều tra đang diễn ra hoặc bị đình chỉ thường được công bố một cách chọn lọc, hạn chế khả năng giám sát độc lập.

Hệ thống tòa án Bulgaria có ba cấp. 113 tòa án khu vực xử lý các vụ án dân sự và hình sự thông thường. Phía trên là 29 tòa án quận, bao gồm Tòa án Thành phố Sofia – nơi có thẩm quyền xét xử các vụ án tham nhũng cấp cao. Các tòa án quận vừa thực hiện chức năng phúc thẩm đối với phán quyết của tòa án khu vực, vừa xét xử sơ thẩm các vụ hình sự nghiêm trọng và các vụ dân sự có giá trị tranh chấp trên 13.800 USD (25.000 lev), ngoại trừ các vụ liên quan đến cấp dưỡng, tranh chấp lao động và kiểm toán tài chính, hoặc tranh chấp tài sản vượt quá 27.600 USD (50.000 lev). Năm tòa phúc thẩm xem xét kết quả xét xử sơ thẩm của các tòa án quận. Tòa án Tối cao Giám đốc Thẩm là cấp xét xử cuối cùng đối với các kháng cáo dân sự và hình sự.

Song song với hệ thống này là 28 tòa án hành chính chuyên trách, xét xử tính hợp pháp của các quyết định chính quyền trung ương và địa phương, với Tòa án Hành

chính Tối cao là cơ quan xét xử cuối cùng. Các nhà quan sát nhận định hệ thống tòa hành chính đang có xu hướng đi xuống, bao gồm án lệ không thống nhất, khó tiếp cận thông tin và việc thực thi quyết định còn hạn chế. Tòa án Hiến pháp gồm 12 thẩm phán – độc lập với toàn bộ hệ thống tòa án còn lại – có thẩm quyền ra phán quyết cuối cùng về tính hợp hiến của luật pháp. Hiện tòa chỉ có 10 thành viên do Quốc hội chưa bổ nhiệm thêm người.

Tháng 1/2024, Quốc hội đã bổ nhiệm hai vị trí thẩm phán bị bỏ trống suốt hai năm. Tuy nhiên, cộng đồng pháp lý chỉ trích quy trình tuyển chọn thiếu minh bạch và thiên về các tính toán chính trị hơn là năng lực chuyên môn. Theo khảo sát, niềm tin của công chúng đối với các định chế, bao gồm hệ thống tư pháp, tiếp tục suy giảm trong bối cảnh nhiều cáo buộc về gia đình trị, vi phạm nguyên tắc pháp quyền, và ảnh hưởng bất hợp pháp của các nhóm chính trị – kinh doanh. Khối lượng công việc giữa các tòa án phân bổ không đều và mọi nỗ lực tái phân chia các khu vực tư pháp đều gặp phải phản ứng dữ dội. Các tòa án lớn nhất tại Sofia tiếp tục bị quá tải, thủ tục chậm chạp, và việc triển khai dịch vụ điện tử còn vướng mắc, gây cản trở cho việc đảm bảo xét xử nhanh chóng và công bằng.

Bulgaria về cơ bản đã nội luật hóa nhiều chỉ thị của EU liên quan đến bảo vệ quyền tài sản và thực thi hợp đồng. Tuy nhiên, trên thực tế, nhà đầu tư vẫn than phiền về các rào cản pháp lý, quy trình phức tạp và án lệ thiếu nhất quán. Dù có một số cải thiện, phối hợp liên cơ quan nhìn chung vẫn chậm và thường cần sự can thiệp cấp cao. Nhiều cơ quan giám sát – bao gồm cơ quan cạnh tranh và cơ quan điều tiết năng lượng – vẫn tiếp tục hoạt động dù nhiệm kỳ của lãnh đạo đã hết hạn. Theo nhiều nhà quan sát, tình trạng kéo dài nhiệm kỳ này khiến các cơ quan trở nên dễ bị tác động chính trị, làm suy giảm hiệu quả giám sát. Các tổ chức phi chính phủ nhiều lần kêu gọi Quốc hội bổ nhiệm lãnh đạo mới thông qua một quy trình minh bạch và cạnh tranh; tuy nhiên, việc phân chia ghế trong các cơ quan này trở thành điểm bất đồng lớn giữa các đảng phái, góp phần làm gia tăng bất ổn chính trị trong nước.

Các chính sách đầu tư khác

Luật Khuyến khích đầu tư mang lại nhiều lợi thế cho các dự án đầu tư trong và ngoài nước. Các đặc quyền có thể nhận được xác định theo loại đầu tư và bao gồm hai mức độ lợi ích, tùy thuộc vào số lượng vốn đầu tư. Luật pháp công nhận ba loại đầu tư; Loại A, loại B và loại C. Tuy nhiên, trong thực tế, các dự án đầu tư loại C không hề tồn tại bởi vì loại này chỉ dành cho các dự án đầu tư ở mức độ đô thị và không có các quy định thực tế được thông qua để điều chỉnh những vấn đề này. Hơn nữa, Luật Khuyến khích Đầu tư cũng quy định "các dự án đầu tư ưu tiên", liên quan đến tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế và rất cần thiết cho sự phát triển kinh tế của Bulgaria.

Các tiêu chí để xác định các dự án đầu tư nhất định là "các dự án đầu tư ưu tiên" tương đương với các tiêu chí cho các loại đầu tư khác. Để biết thêm thông tin, xin vui lòng truy cập <http://www.investbg.government.bg/en>

Do áp dụng một số các sửa đổi bổ sung vào đầu năm 2015, pháp luật Bulgaria về khuyến khích đầu tư (và cụ thể hơn là Luật Khuyến khích Đầu tư) hiện nay là phù hợp với các quy định của Ủy ban EU số 651/2014 ngày 17 tháng 6 năm 2014.

Quan hệ đối tác công tư (PPP) cung cấp nhiều cơ hội tiềm năng cho các công ty tư nhân tham gia vào việc hỗ trợ và phát triển cơ sở hạ tầng công cộng và các chương trình xã hội. Chính phủ đã thu hồi Đạo luật PPP hiện có, mà theo các nhà lãnh đạo là quá hạn chế. Họ đã có kế hoạch để thay thế bằng một đạo luật mới mà sẽ phục vụ như là một điểm khởi đầu cho việc thực hiện một chiến lược PPP bao gồm hợp tác với khu vực tư nhân để xây dựng các công viên, bãi đỗ xe, sân vận động mới và các công trình công cộng khác, cũng như để cải thiện y tế, giáo dục, nhà tù, và các dịch vụ công cộng khác.

Hình thức PPP phổ biến nhất hiện là sang nhượng, qua đó chính phủ cho tư nhân thuê tài sản lên tới 35 năm.

Luật lệ và các quy định về FDI

Luật Khuyến khích đầu tư 2004 quy định việc đối xử bình đẳng giữa các nhà đầu tư nước ngoài và trong nước. Luật này khuyến khích đầu tư vào chế tạo và công nghệ

cao, cũng như giáo dục và phát triển nguồn nhân lực. Luật này cũng tạo ra nhiều ưu đãi đầu tư bằng cách giúp các nhà đầu tư mua đất, cung cấp tài chính nhà nước đối với cơ sở hạ tầng cơ bản và đào tạo nhân viên mới và cung cấp các ưu đãi về thuế và các cơ hội cho quan hệ đối tác công-tư với chính quyền trung ương và địa phương.

Loại hình tổ chức phổ biến nhất cho các nhà đầu tư nước ngoài là công ty trách nhiệm hữu hạn. Mức yêu cầu tối thiểu để đăng ký một công ty trách nhiệm hữu hạn là một Euro. Các hình thức doanh nghiệp điển hình khác bao gồm các công ty cổ phần, liên doanh, hiệp hội kinh doanh, quan hệ đối tác chung và hữu hạn và doanh nghiệp cá thể.

Hình thức PPP (hợp tác công – tư) phổ biến nhất tại Bulgaria là nhượng quyền khai thác (concessions). Mô hình này bao gồm việc nhà nước cho doanh nghiệp tư nhân thuê hoặc khai thác tài sản công trong thời hạn tối đa 35 năm đối với các dự án xây dựng và cung cấp dịch vụ. Thời hạn này có thể được gia hạn thêm, nhưng không vượt quá một phần ba thời hạn nhượng quyền ban đầu.

Phần lớn các nhượng quyền hiện nay tập trung vào hạ tầng, dịch vụ vận tải, và khai thác nước khoáng. Từ năm 2021, các lĩnh vực quốc phòng và an ninh đã bị loại khỏi danh mục được phép nhượng quyền. Đến năm 2023, các doanh nghiệp chiến lược trong ngành dầu mỏ và các ngành liên quan cũng bị loại khỏi danh sách.

Bulgaria không áp đặt bất kỳ hạn chế nào đối với doanh nghiệp có vốn sở hữu nước ngoài trong quá trình tham gia hoặc trúng thầu nhượng quyền. Tuy vậy, trong thực tế, ít nhất một nhà đầu tư Hoa Kỳ đã từng gặp phải những khó khăn kéo dài khi cố gắng thực thi các quyền lợi của mình trong hợp đồng nhượng quyền.

Các nhà đầu tư nước ngoài phải tuân thủ Luật Thương mại năm 1991, trong đó quy định luật thương mại và công ty, và Luật 1951 về các nghĩa vụ và hợp đồng, trong đó quy định các giao dịch dân sự.

Luật về các công ty đầu tư cho mục đích chuyên biệt (SPIC) năm 2003 cho phép các công ty đầu tư công kinh doanh bất động sản và các khoản phải thu, chủ yếu là các

quỹ tín thác đầu tư bất động sản (REITs). Vì một SPIC được coi là một cấu trúc pass-through cho mục đích tính thuế thu nhập doanh nghiệp, ít nhất 90% thu nhập ròng của nó phải được phân phối cho các cổ đông dưới dạng các cổ tức chịu thuế. Một SPIC phải nộp đơn xin giấy phép hoạt động tại Ủy ban Giám sát Tài chính trong vòng sáu tháng sau khi đăng ký.

Khuyến công

Bulgaria luôn hỗ trợ việc sáng tạo và phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Nước này sử dụng các chiến lược tập trung vào các biện pháp và các chương trình đổi mới và năng lực cạnh tranh được đồng tài trợ của EU. Xúc tiến xuất khẩu được ưu tiên để nền kinh tế trong nước tận dụng lợi thế về chi phí lao động tương đối thấp. Tuy nhiên, nhu cầu nâng cấp công nghệ và lao động lành nghề ngày càng tăng trong nhiều lĩnh vực về lâu dài có thể làm tăng chi phí.

Luật cạnh tranh và chống độc quyền

Luật về Bảo vệ Cạnh tranh năm 2008 (Luật cạnh tranh) là nhằm thực hiện các quy định thúc đẩy cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng của EU. Luật cạnh tranh cấm độc quyền, các thông lệ thương mại hạn chế, lạm dụng quyền lực thị trường và cạnh tranh không lành mạnh. Các công ty đều bị cấm: các thủ đoạn định giá trực tiếp hoặc gián tiếp; phân chia thị phần và các nguồn cung cấp; hạn chế phát triển sản xuất gây thiệt hại cho người tiêu dùng; phân biệt đối xử các khách hàng cạnh tranh; ràng buộc các hợp đồng với các nghĩa vụ khác và không liên quan; và việc sử dụng biện pháp cưỡng chế kinh tế để sáp nhập. Luật này nghiêm cấm một số hình thức cạnh tranh không lành mạnh: gây tổn hại uy tín của đối thủ cạnh tranh; miêu tả sai lạc đối với hàng hóa, dịch vụ; miêu tả sai lạc về nguồn gốc, nhà sản xuất, hoặc các tính năng khác của hàng hóa, dịch vụ; sử dụng hoặc tiết lộ bí mật thương mại của người khác vi phạm tập quán thương mại đạo đức; và "thu hút khách hàng không ngay thẳng", bao gồm khuyến mãi thông qua quà tặng và xổ số.

Độc quyền chỉ có thể được thành lập hợp pháp cho một số loại hoạt động: đường sắt và các dịch vụ bưu chính, năng lượng nguyên tử, sản xuất vật liệu phóng xạ và sản

xuất vũ khí. Ủy ban Cạnh tranh qui định việc tập trung thị trường 15% hoặc nhiều hơn là có khả năng gây hại cho cạnh tranh. Ủy ban này cũng qui định việc tập trung thị trường 25% hoặc nhiều hơn là có khả năng gây tổn hại đến sự cạnh tranh nếu các công ty liên quan đang hoạt động tại các thị trường khác nhau và không phải là đối thủ cạnh tranh. Trong thực tế, Đạo luật Bảo vệ Cạnh tranh đã được áp dụng không nhất quán. Trong một trường hợp, Ủy ban Cạnh tranh có nhiệm vụ thi hành luật này đã phán quyết rằng Ủy ban không cần phải xem xét việc bán công ty độc quyền thuốc lá của Bulgaria, Bulgartabac, cho bên mua không rõ danh tánh và danh tính của người mua không cần phải được tiết lộ trước khi giao dịch.

Sung công và bồi thường

Quyền sở hữu sản cá nhân được pháp luật bảo vệ theo Hiến pháp Bulgaria. Hội đồng Bộ trưởng hoặc thống đốc khu vực có thể thu hồi đất đai để đáp ứng nhu cầu công cộng, trong trường hợp đó các chủ sở hữu được bồi thường theo giá thị trường. Các giao dịch thu hồi đất này không đáng thuế. Các hành vi sung công của Hội đồng Bộ trưởng có thể bị kháng cáo trực tiếp lên Tòa án Hành chính Tối cao về tính hợp pháp của chính hành vi này, thẩm định tài sản, hoặc khoản tiền bồi thường. Việc sung công của một vị thống đốc khu vực có thể được kháng cáo tại tòa án hành chính địa phương liên quan.

Công ước ICSID và Công ước New York

Bulgaria là một thành viên của Công ước New York năm 1958 về công nhận và thực thi các phán quyết Trọng tài nước ngoài và các Công ước châu Âu về Trọng tài thương mại quốc tế năm 1961. Bulgaria là một bên ký Công ước năm 1996 về việc giải quyết các tranh chấp đầu tư giữa các nước và các công dân của các nước khác.

Tranh chấp đầu tư

Để thi hành một phán quyết, cần phải có lệnh cuối cùng của tòa. Sau đó phải xin tòa án cấp sơ thẩm ra lệnh thực hiện dựa trên phán quyết. Dựa vào lệnh thi hành án, một lực lượng chuyên ngành được gọi là đội ngũ chấp pháp thu giữ tài sản hoặc bảo đảm việc thực hiện theo lệnh tòa. Có cả đội ngũ chấp pháp tư nhân và nhà nước đang

hoạt động ở Bulgaria. Một Bộ Luật Tổ tụng Dân sự mới, có hiệu lực từ tháng 3/2008, đã hợp lý hóa các thủ tục dân sự, bao gồm cả việc thi hành án. Các bản án nước ngoài có thể được thực thi ở Bulgaria.

Việc thi hành án phụ thuộc vào sự nhân nhượng lẫn nhau cũng như các hiệp định song phương hoặc đa phương, được xác định trong một danh sách chính thức của Bộ Tư pháp. Tất cả các bản án nước ngoài được xử lý bởi Tòa án thành phố Sofia, nơi phải xác định rằng bản án không vi phạm không vi phạm các qui định, tiêu chuẩn và đạo đức công cộng trước khi có thể được thực thi.

Hòa giải tự nguyện được giới thiệu lần đầu tiên tại Bulgaria vào năm 2004 với việc thông qua Đạo Luật Hòa giải. Một số tòa án, bao gồm cả toà án xét xử lớn nhất tại Sofia, đã thành lập các trung tâm hòa giải, nơi mà các vụ kiện tụng có thể được giải quyết với sự giúp đỡ của các hòa giải viên được đào tạo. Các thẩm phán đang có xu hướng chuyển các vụ kiện tụng sang hòa giải. Tuy nhiên, việc hòa giải này vẫn chưa được sử dụng rộng rãi do nhận thức cộng đồng còn hạn chế, việc ngần ngại khi tìm cách giải quyết tranh chấp khác và lệ phí tòa án thấp.

Bulgaria chấp nhận trọng tài quốc tế có tính ràng buộc trong các tranh chấp với nhà đầu tư nước ngoài theo các hiệp định đầu tư mà nước này đã ký kết. Tòa Trọng tài thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Bulgaria (BCCI) là một thiết chế trọng tài uy tín và đóng vai trò trung tâm trong khu vực.

Năm 2023, Quốc hội Bulgaria đã thông qua Luật Hòa giải, mở đường cho việc giải quyết nhiều tranh chấp thông qua hòa giải thay vì trọng tài hoặc kiện tụng tại tòa án.

Bulgaria cũng đang bãi bỏ yêu cầu tính tương hỗ trong hoạt động cung cấp dịch vụ pháp lý, nhằm tạo điều kiện cho luật sư quốc tế được hành nghề tại nước này, với điều kiện họ phải hợp tác cùng một luật sư địa phương.

Trọng tài thương mại quốc tế và Tòa án nước ngoài

Bulgaria đã cam kết một loạt các thủ tục giải quyết tranh chấp, bắt đầu với việc thông báo và tham vấn. Bulgaria chấp nhận tuân thủ phán quyết của trọng tài quốc

tế trong việc giải quyết các tranh chấp với các nhà đầu tư nước ngoài. Tổ chức trọng tài giàu kinh nghiệm nhất tại Bulgaria là Tòa án Trọng tài (AC) của Phòng Thương mại và Công nghiệp Bulgaria (BCCI). Được thành lập cách đây hơn 110 năm trước, AC giải quyết các tranh chấp dân sự giữa các pháp nhân, một trong số các pháp nhân đó phải nằm ngoài Bulgaria. AC đã bắt đầu hoạt động như một tòa án trọng tài tự nguyện tại Bulgaria vào năm 1989.

Việc trọng tài được điều chỉnh bởi Luật Trọng tài Thương mại quốc tế năm 1988, vốn dựa vào Luật mẫu của Ủy ban Liên hợp quốc về Luật Thương mại quốc tế (UNCITRAL). Theo Bộ luật tố tụng dân sự, không phải tất cả các tranh chấp đều có thể được giải quyết thông qua trọng tài. Các tranh chấp về quyền lợi đối với bất động sản, tiền cấp dưỡng hoặc các tranh chấp lao động cá nhân trong nước chỉ có thể được xét xử bởi tòa án. Ngoài ra, theo Bộ luật quốc tế về khu vực tư nhân năm 2005, các tòa án Bulgaria có thẩm quyền đối với các tranh chấp sở hữu công nghiệp liên quan đến bằng các sáng chế ban hành tại Bulgaria. Về các điều khoản trọng tài để chọn lựa một tòa án trọng tài nước ngoài, Bộ luật Tố tụng Dân sự bắt buộc rằng các điều khoản này chỉ có giá trị khi có ít nhất một trong các bên thường trú ở nước ngoài. Kết quả là các công ty có vốn nước ngoài đăng ký hoạt động tại Bulgaria dính vào một cuộc tranh chấp với một tổ chức của Bulgaria chỉ có thể sử dụng trọng tài ở Bulgaria. Tuy nhiên, theo Luật Trọng tài Thương mại quốc tế, trọng tài có thể là một người nước ngoài. Cũng theo bộ luật này, các bên có thể thoả thuận về ngôn ngữ sử dụng trong quá trình trọng tài.

Các phán quyết trọng tài, cả trong và ngoài nước, đều được thực thi thông qua hệ thống tư pháp. Các bên phải thỉnh cầu Tòa án Sofia ra lệnh thực hiện. Sau khi nhận được lệnh, bên chủ nợ phải thực hiện phán quyết bằng cách sử dụng khuôn khổ chung để thi hành án. Thủ tục tịch biên cũng có thể được bắt đầu.

Các vụ kiện tụng tại tòa án ở Bulgaria thường kéo dài nhiều năm, gây ảnh hưởng đến tiến độ giải quyết tranh chấp của doanh nghiệp và nhà đầu tư. Nhằm cải thiện tình trạng này, Bulgaria đã thông qua các sửa đổi pháp lý vào năm 2021, cho phép nộp và xử lý hồ sơ điện tử trong các vụ kiện dân sự. Việc số hóa thủ tục tố tụng này

được kỳ vọng sẽ rút ngắn thời gian xét xử, tăng tính minh bạch và giảm bớt gánh nặng thủ tục cho các bên liên quan.

Hệ thống pháp lý

Hiến pháp năm 1991 chính là nền tảng của hệ thống pháp luật và tạo ra ngành tư pháp độc lập bao gồm các thẩm phán, công tố viên và các thanh tra. Tham nhũng trong bộ máy tư pháp vẫn còn là một vấn đề nghiêm trọng. Bộ máy tư pháp là định chế ít đáng tin cậy nhất trong quốc gia này với nhiều cáo buộc đang lan rộng về gia đình trị, qui trình tuyển chọn và đề bạt không rõ ràng và các ảnh hưởng chính trị và kinh doanh quá đáng. Nhiều nỗ lực cải cách liên tục, chủ yếu được thực hiện dưới những áp lực bên ngoài, đã dẫn đến một số cải thiện kỹ thuật, đặc biệt là ở các tòa án tỉnh nhỏ. Chính phủ đã soạn thảo nhiều kế hoạch cải cách toàn diện nhưng việc thực hiện các cải cách đã bị đình lại bởi áp lực kinh doanh mạnh mẽ nhằm giữ nguyên trạng, chống đối nội bộ đối với sự thay đổi và thiếu ý chí chính trị để thực thi hiệu quả nền tư pháp độc lập. Kết quả là, hệ thống luật pháp trở nên không nhất quán và tình trạng trì trệ trong các thủ tục tố tụng trở nên phổ biến. Các tòa án bận rộn nhất ở Sofia đang bị tổn động công việc nghiêm trọng, trong khi các nguồn lực lại hạn chế và các thủ tục không hiệu quả gây cản trở việc thực thi công lý nhanh chóng và công bằng.

Bulgaria có ba cấp độ tòa án. Khoảng 113 tòa án khu vực thực thi quyền xét xử đối với các vụ án dân sự và hình sự. Bên trên các tòa án khu vực còn có 29 tòa án cấp quận, bao gồm cả Tòa án thành phố Sofia và Tòa án chuyên biệt về Tội phạm có tổ chức, phục vụ như là tòa án phúc thẩm để xem xét lại các quyết định của tòa án khu vực và xét xử (sơ thẩm) các vụ án hình sự nghiêm trọng và các vụ án dân sự có những khiếu kiện vượt quá 25.000 BGN hay 13.700 USD, chưa bao gồm tiền cấp dưỡng, tranh chấp lao động..., hoặc các vụ án tài sản mà giá trị của tài sản vượt quá 50.000 BGN hoặc 27.500 USD. Sáu tòa phúc thẩm xem xét lại các quyết định sơ thẩm của tòa án quận. Tòa án tối cao giám đốc thẩm là tòa án cuối cùng cho các kháng cáo hình sự và dân sự. Bulgaria cũng còn có một hệ thống riêng biệt gồm 28 tòa án hành chính chuyên biệt phán xét về tính hợp pháp của các quyết định của

chính quyền quốc gia và địa phương, với Tòa án Hành chính Tối cao giữ trách nhiệm xét xử các kháng cáo. Tòa án Hiến pháp, được tách biệt với phần còn lại của ngành tư pháp, ban hành các phán quyết cuối cùng về tính phù hợp của luật với Hiến pháp.

Bulgaria có đầy đủ phương tiện để thực thi các quyền sở hữu tài sản và các quyền lợi theo hợp đồng theo pháp luật trong nước. Việc xử lý các tranh chấp đầu tư nói chung là chậm chạp và quan liêu, thường cần có sự can thiệp ở cấp độ cao nhất.

Phá sản

Chương về Phá sản trong Luật Thương mại năm 1994 quy định việc tổ chức lại hoặc phục hồi hoạt động một thực thể pháp lý, thu hồi tối đa tài sản, qui định việc phân phối công bằng và bình đẳng giữa các chủ nợ. Luật này áp dụng cho tất cả các thực thể thương mại, ngoại trừ các công ty độc quyền công hoặc các công ty nhà nước được thành lập bởi một đạo luật đặc biệt. Bộ luật Bảo hiểm năm 2015 quy định các trường hợp phá sản của các công ty bảo hiểm, trong khi sự cố ngân hàng được quy định theo Đạo luật phá sản ngân hàng 2002 và Đạo luật các tổ chức tín dụng năm 2006. Vụ phá sản năm 2014 của ngân hàng lớn thứ tư của đất nước, Ngân hàng Thương mại Doanh nghiệp, là một trường hợp thử nghiệm cho thấy những khiếm khuyết nghiêm trọng trong quá trình thu hồi và bảo quản tài sản của ngân hàng trong quá trình phá sản.

Việc không hoàn thành nghĩa vụ tài chính phải được phân xử trước khi tòa án phá sản có thể quyết định liệu con nợ có mất khả năng thanh toán hay không. Căn cứ để đánh giá tình trạng không có khả năng thanh toán nợ là khi con nợ không thể thực hiện nghĩa vụ phải thi hành theo một giao dịch thương mại, hoặc công nợ hay các hoạt động thương mại liên quan, đã đình chỉ tất cả các khoản thanh toán, hoặc chỉ có thể chi trả những khiếu nại của một số chủ nợ nhất định. Con nợ được coi là ngập sâu vào nợ nần nếu các tài sản của con nợ không đủ để trang trải các nghĩa vụ tiền bạc ngắn hạn của mình.

Thủ tục phá sản có thể được thực hiện trên hai cơ sở: mất khả năng thanh toán của người mắc nợ, hoặc tình trạng nợ nần quá mức của người mắc nợ. Theo Phần IV của Luật Thương mại, con nợ hoặc chủ nợ, kể cả các cơ quan nhà nước như Cơ quan Thu nhập quốc gia, có thể tiến hành thủ tục phá sản. Con nợ phải tuyên bố phá sản trong vòng 30 ngày kể từ ngày không thể thanh toán nợ hoặc nợ quá mức. Các sửa đổi cho Bộ luật Thương mại vào năm 2010 đã giúp tăng cường khả năng bảo vệ cho các chủ nợ trong các thủ tục phá sản bằng cách cấm con nợ không được làm sai lệch ngày không thể thanh toán nợ để tránh các khiếu nại sau thời hạn nhất định. Mặc dù vậy, các trường hợp liên quan đến gian lận khi phá sản đã tăng lên trong những năm gần đây. Đơn xin phá sản của con nợ được công bố trên Danh bạ Thương mại, nhờ đó các thông tin về thủ tục phá sản sẽ được cung cấp cho tất cả các chủ nợ và các đối tác theo hợp đồng.

Một khi tình trạng không còn khả năng thanh toán nợ được xác định, tòa án chỉ định một ủy viên lâm thời để đại diện và quản lý công ty, kiểm kê tài sản, xác định và triệu tập các chủ nợ và triển khai kế hoạch phục hồi. Tại cuộc họp đầu tiên của các chủ nợ, một ủy viên được đề cử, và thông thường việc này chỉ là tái khẳng định việc chỉ định người được ủy nhiệm tạm thời của tòa án. Luật tháng 6/2003 đòi hỏi phải kiểm tra các cá nhân xin trở thành các ủy viên quản trị và giao cho các Bộ Tư pháp và Kinh tế tổ chức các khóa đào tạo hàng năm cho các ủy viên này. Vào tháng 6/2005, các Bộ Tư pháp, Kinh tế, Tài chính đã công bố một quy định về thủ tục bổ nhiệm, trình độ chuyên môn và việc quản lý các ủy viên này. Một trường hợp gần đây liên quan đến một nhà đầu tư Pháp đã cho thấy có việc thao túng khi phân bổ ngẫu nhiên các vụ phá sản tại tòa án bận rộn nhất của đất nước tại Sofia. Nó cũng cho thấy có nhiều cơ hội để thẩm phán tự do làm theo ý mình có lợi cho một trong các bên tranh chấp và sự giám sát hạn chế đối với các ủy viên do tòa chỉ định.

Thủ tục xin phá sản thay thế các thủ tục tòa án khác nhắm vào con nợ ngoại trừ các trường hợp liên quan đến người lao động, thủ tục thực thi, và các trường hợp liên quan đến các khoản phải thu được chứng khoán hóa bằng tài sản của bên thứ ba.

Các chủ nợ phải khai báo với người được ủy thác tất cả các khoản nợ phải trả trong vòng một tháng sau khi bắt đầu thủ tục phá sản. Người được ủy thác có 7 ngày để tổng hợp một danh sách các khoản nợ. Một kế hoạch phục hồi hoạt động phải được đề xuất trong vòng 1 tháng sau khi công bố danh sách các khoản nợ trên Đăng bạ Thương mại.

Sau khi các chủ nợ phê duyệt, tòa án xác nhận kế hoạch phục hồi, chấm dứt thủ tục phá sản và chỉ định một cơ quan giám sát để theo dõi việc thực hiện các kế hoạch phục hồi hoạt động. Tòa án phải chứng thực kế hoạch này trong thời hạn 7 ngày và đưa ra cho các chủ nợ phê duyệt. Các chủ nợ được triệu tập để thảo luận về kế hoạch này trong thời hạn 45 ngày. Tòa án có thể gia hạn thủ tục phá sản nếu con nợ không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ của mình theo kế hoạch phục hồi hoạt động. Các phương pháp để thanh lý tài sản cũng đã được điều chỉnh bởi luật lệ tháng 6 năm 2003 để thiết lập một khuôn khổ pháp lý cho việc bán tài sản thuộc vụ kiện phá sản, như vậy tránh phải áp dụng Luật Tổ tụng dân sự.

Thủ tục phá sản ở Bulgaria có thể được khởi động dựa trên hai căn cứ chính: tình trạng mất khả năng thanh toán hoặc tình trạng nợ vượt quá khả năng chi trả. Theo Phần IV của Luật Thương mại, cả doanh nghiệp lẫn chủ nợ – bao gồm cả các cơ quan nhà nước như Cơ quan Thuế quốc gia – đều có quyền yêu cầu tòa án mở thủ tục phá sản. Từ năm 2023, Bulgaria đã mở rộng phạm vi luật, cho phép doanh nghiệp một chủ cũng được áp dụng thủ tục phá sản và tăng cường cơ chế ổn định trước phá sản dành cho các công ty.

Doanh nghiệp bắt buộc phải nộp đơn xin phá sản trong vòng 30 ngày kể từ khi rơi vào tình trạng mất khả năng thanh toán hoặc nợ vượt mức. Khi tòa án đã mở thủ tục phá sản, các vụ kiện dân sự khác đối với doanh nghiệp sẽ tạm dừng, ngoại trừ các vụ việc liên quan đến lao động, thi hành án hoặc các khoản phải thu được bảo đảm bằng tài sản của bên thứ ba. Những vụ việc này vẫn có thể được bắt đầu ngay cả khi thủ tục phá sản đã mở.

Chủ nợ phải khai báo các khoản nợ trong vòng một tháng kể từ ngày thủ tục phá sản bắt đầu. Người quản tài viên sẽ có bảy ngày để lập danh sách các khoản nợ này. Kế

hoạch tái cơ cấu phải được đề xuất trong vòng một tháng kể từ khi danh sách nợ được công bố trên Sổ đăng ký Thương mại. Sau khi được chủ nợ thông qua, tòa án sẽ phê chuẩn kế hoạch, chấm dứt thủ tục phá sản và chỉ định một cơ quan giám sát việc thực hiện kế hoạch. Tòa án phải phê duyệt kế hoạch trong vòng bảy ngày trước khi chuyển lại cho chủ nợ xem xét. Các chủ nợ phải họp thảo luận trong thời hạn 45 ngày. Nếu doanh nghiệp không thực hiện đúng cam kết, tòa án có quyền khôi phục lại thủ tục phá sản.

Ngân hàng Quốc gia Bulgaria có thể thu hồi giấy phép hoạt động của một ngân hàng mất khả năng thanh toán nếu vốn chủ sở hữu của ngân hàng bị âm và ngân hàng không được tái cấu trúc theo quy định tại Điều 51 của Luật Khôi phục và Xử lý Các Tổ chức Tín dụng và Công ty Đầu tư. Việc thu hồi giấy phép cũng có thể được thực hiện theo các điều kiện quy định tại Điều 36 của Luật về Tổ chức Tín dụng.

Các chính sách ưu đãi đầu tư

Cơ quan Đầu tư Bulgaria - Invest Bulgaria Agency (IBA), cơ quan điều phối đầu tư của chính phủ, cung cấp thông tin, các dịch vụ hành chính và đánh giá chế độ ưu đãi cho các nhà đầu tư nước ngoài.

Đạo luật Xúc tiến Đầu tư năm 2004 (sửa đổi năm 2018) quy định đối xử bình đẳng giữa các nhà đầu tư nước ngoài và trong nước. Bộ luật khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực sản xuất, dịch vụ và công nghệ cao, giáo dục và phát triển nguồn nhân lực thông qua một loạt các biện pháp khuyến khích như: giúp các nhà đầu tư mua đất của thành phố hoặc đất thuộc sở hữu nhà nước mà không cần thông qua đấu thầu, cung cấp tài chính nhà nước bằng cơ sở hạ tầng cơ bản và đào tạo mới nhân viên, và hoàn trả phần chi trả an sinh xã hội của chủ nhân. Luật cũng đưa ra các ưu đãi về thuế và thủ tục hành chính nhanh chóng cho các hình thức đối tác công tư. Chính sách xúc tiến đầu tư của Chính phủ loại trừ một số lĩnh vực được xếp vào loại 'chiến lược' vì mục đích an ninh quốc gia.

Các dự án đầu tư được coi là đặc biệt quan trọng đối với nền kinh tế và đáp ứng yêu cầu pháp lý về cam kết đầu tư tối thiểu với số tiền từ 10 đến 50 triệu EUR và để tạo ra từ 50 đến 150 việc làm mới được xếp vào các dự án ưu tiên. Số tiền chính xác của khoản đầu tư cần thiết phụ thuộc vào mức độ hoạt động kinh tế dự kiến sẽ được tạo ra. Các nhà đầu tư ưu tiên có thể nhận được các ưu đãi như giá thấp hơn thị trường khi mua các quyền tài sản (đầy đủ hoặc hạn chế) đối với tài sản của chính quyền trung ương hoặc thành phố, các khoản tài trợ của chính phủ cho các dự án nghiên cứu và phát triển (R&D) và giáo dục, và hỗ trợ thể chế để thiết lập các mối quan hệ đối tác công - tư.

Các ưu đãi bổ sung bao gồm miễn thuế giá trị gia tăng (VAT) hai năm đối với nhập khẩu thiết bị cho các dự án đầu tư trên 2,5 triệu EUR, với điều kiện dự án sẽ được thực hiện trong thời gian hai năm và tạo ra ít nhất 20 việc làm mới. Miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cũng có thể được cấp cho các dự án sản xuất, không có yêu cầu đầu tư tối thiểu, được thực hiện ở các khu vực thất nghiệp cao và tạo ra ít nhất 10 việc làm.

Chính phủ không có thông lệ cấp bảo lãnh hoặc đồng tài trợ cho các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Khu thương mại tự do/Cảng tự do

Vai trò của các Khu thương mại tự do giảm đi đáng kể sau khi Bulgaria hội nhập hoàn toàn vào thị trường chung EU vào năm 2007. Đồng thời, việc hội nhập EU đã khuyến khích chính quyền địa phương tìm kiếm quan hệ đối tác với khu vực tư nhân và cung cấp các nguồn lực (như đất đai, cơ sở hạ tầng, v.v.) phát triển các khu công nghiệp, khu công nghệ. Nằm thuận lợi trên một trong những đường cao tốc chính, Khu kinh tế Trakia ngay bên ngoài Plovdiv, khu lớn nhất ở Bulgaria, bao gồm hai khu công nghiệp, hai vùng công nghiệp, một khu công nghệ cao và một khu kinh doanh nông nghiệp. Ngoài ra, Công ty Các Khu Công nghiệp Quốc gia thuộc sở hữu nhà nước hiện đang vận hành các khu công nghiệp đang hoạt động đầy đủ ở Sofia, Burgas, Vidin, Ruse, Costreograd và Varna. NIZC hỗ trợ các nhà đầu tư trong các khu kinh tế này với cơ sở hạ tầng, địa điểm và hậu cần vận tải đã được thiết lập.

Điểm chung của tất cả các khu kinh tế này là chúng đều nằm ở những vùng có nhiều lao động sẵn có, ở những vùng kinh tế khó khăn nơi chính phủ cung cấp các ưu đãi đầu tư đặc biệt hoặc ở các điểm giao nhau quan trọng. Khu công nghệ cao Sofia Tech Park đã cùng với Viện Hàn lâm Khoa học Bulgaria và một số trường đại học địa phương để tạo ra các cụm đổi mới dự kiến trở thành trung tâm R&D và vườn ươm công nghệ cao lớn nhất ở Bulgaria.

Bulgaria có 6 khu miễn thuế: Các cảng Ruse và Vidin trên sông Danube; Plovdiv; Svilengrad gần biên giới Thổ Nhĩ Kỳ; Thông ngôn gần biên giới Serbia; và cảng Burgas trên Biển Đen. Tất cả các khu miễn thuế này đều được quản lý bởi các công ty cổ phần hoặc các công ty nhà nước. Cho đến nay có rất ít người quan tâm đến đề xuất của chính phủ nhằm bán lại các khu thương mại tự do tại Ruse, Plovdiv và Burgas. Chính phủ cung cấp đất và hạ tầng cho từng khu vực. Các cá nhân và các tập đoàn nước ngoài lẫn các công ty Bulgaria có mức sở hữu nước ngoài 1% hoặc hơn có thể hoạt động trong khu vực miễn thuế. Vì vậy, các doanh nghiệp sở hữu nước ngoài có các cơ hội đầu tư ngang bằng hoặc tốt hơn trong các khu vực này so với các công ty Bulgaria. Tất cả các hình thức hoạt động kinh tế hợp pháp đều được cho phép trong các khu miễn thuế. , Hàng hóa nước ngoài không thuộc EU giao đến các khu miễn thuế này để sản xuất, lưu trữ, chế biến hoặc tái xuất khẩu được miễn thuế GTGT và thuế nhập khẩu. Hàng hóa của Bulgaria cũng có thể được lưu trữ trong các khu miễn thuế nếu cơ quan hải quan cho phép.

Khu Kinh tế Trakia, bao gồm sáu khu công nghiệp ở trung-nam Bulgaria, là một trong những khu công nghiệp lớn nhất Đông Nam châu Âu, thu hút hơn 3,2 tỷ USD (3 tỷ euro) vốn đầu tư và tạo việc làm cho hơn 50.000 người. Đây là khu công nghiệp carbon trung hòa đầu tiên tại châu Âu, với nhiều dự án “xanh” mới, bao gồm sản xuất xe đạp điện.

Thông qua Kế hoạch Phục hồi và Tăng cường Sức chống chịu Quốc gia (NRRP), Công ty Khu Công nghiệp Quốc gia sẽ đồng tài trợ các dự án hạ tầng tại các khu công nghiệp ở Vidin và Sofia. Chính phủ đang tập trung phát triển các khu công nghiệp tại Stara Zagora, Aksakovo và Dobroslavtsi (gần Sofia). Việc tổ chức và

phát triển khu công nghiệp ở Stara Zagora được mở ra theo hình thức hợp tác công – tư (PPP). Khu công nghiệp mới ở Aksakovo (gần Varna) dự kiến sẽ tạo ra cơ hội đầu tư tốt hơn cho các hoạt động sản xuất, bao gồm chế biến thực phẩm và các ngành công nghiệp có giá trị gia tăng cao. Hạ tầng đường bộ và điện mới cũng sẽ được xây dựng tại khu công nghiệp Bozhurishte (ngoài Sofia).

Các nhà đầu tư tại các khu kinh tế này hưởng lợi từ hạ tầng hiện có, vị trí chiến lược và logistics thuận lợi. Điểm chung của các khu kinh tế là chúng nằm tại các khu vực có nguồn lao động dồi dào, vùng kinh tế khó khăn được chính phủ ưu đãi đầu tư, hoặc tại các điểm giao thương quan trọng ở biên giới. Sofia Tech Park là công viên khoa học – công nghệ đầu tiên tại Bulgaria, hợp tác với Học viện Khoa học Bulgaria và nhiều trường đại học, doanh nghiệp trong nước để thúc đẩy đổi mới sáng tạo và nghiên cứu khoa học.

Sở hữu bất động sản

Tại Bulgaria, có nhiều cơ chế để mua đất và bất động sản. Chính phủ giám sát các giao dịch để đảm bảo an ninh quốc gia, thường yêu cầu người mua phải thành lập một thực thể pháp nhân địa phương trước khi mua đất. Chi phí thành lập các thực thể này có thể khoảng 100 euro trở lên mỗi năm cho các dịch vụ kế toán, nhưng chính phủ cũng cung cấp một số ưu đãi thuế bù đắp.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại hạn chế đối với quyền sở hữu đất nông nghiệp đối với công dân ngoài EU. Các công ty có cổ đông đăng ký ở nước ngoài (offshore) bị cấm mua hoặc sở hữu đất nông nghiệp tại Bulgaria. Ngược lại, công dân ngoài EU đã cư trú tại Bulgaria ít nhất 5 năm hoặc công ty của họ đăng ký tại Bulgaria có thể mua đất nông nghiệp.

Về rừng, phần lớn vẫn thuộc quyền sở hữu của nhà nước, nhưng một số khu rừng nhỏ có thể sở hữu tư nhân.

Quyền sở hữu trí tuệ

Bulgaria có thành tích tương đối kém trong việc bảo vệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ (IPR). Mặc dù Bulgaria đã sửa đổi luật thực thi chống vi phạm bản quyền số vào tháng 7/2023, nước này vẫn cần cung cấp hồ sơ vụ án đầy đủ về việc điều tra thành công các tội phạm máy tính sử dụng phương pháp lấy mẫu chứng cứ mới. Trái với những cải cách lập pháp này, Bulgaria đã làm giảm đáng kể khả năng của chủ sở hữu quyền IPR trong việc tịch thu và tiêu hủy hàng hóa vi phạm vật lý, làm giảm hiệu quả răn đe từng đạt được khi tịch thu hàng giả tại các trạm biên giới.

Các vụ án IPR tiếp tục được truy tố kém hiệu quả và các tòa án Bulgaria không đánh giá đúng mức độ nghiêm trọng của các tội phạm sở hữu trí tuệ. Ví dụ, luật Bulgaria yêu cầu khi chính phủ mua phần mềm mới, họ phải được quyền truy cập mã nguồn. Các công ty Hoa Kỳ thường coi yêu cầu này là không hợp lý và phân biệt đối xử.

Luật Bulgaria về cấp bằng sáng chế và đăng ký mô hình tiện ích đã được hài hòa với luật quốc tế, bao gồm luật EU. Các sửa đổi năm 2020 bao gồm:

- Cung cấp sổ đăng ký điện tử cho bằng sáng chế và mô hình tiện ích, cũng như các dịch vụ liên quan.
- Loại bỏ yêu cầu nộp đơn kiểm tra riêng cho các đơn sáng chế Bulgaria.
- Rút ngắn thời hạn phục hồi các mốc thời gian bị bỏ lỡ.
- Cho phép luật sư đại diện khách hàng trước Cục Sáng chế Bulgaria.
- Công nhận “đại diện sở hữu trí tuệ” là một nghề được quản lý.
- Cho phép các kháng cáo châu Âu đang chờ xử lý được tạm ngừng các vụ vi phạm bằng sáng chế tại Bulgaria.

Cục Sáng chế Bulgaria là một trong số ít các cục sáng chế EU thực hiện thẩm định đầy đủ cho mọi lĩnh vực kỹ thuật và đăng ký mô hình tiện ích với đánh giá về tính ứng dụng công nghiệp và tính thống nhất của sáng chế. Cục cũng giải quyết các thủ tục tranh chấp về bằng sáng chế và mô hình tiện ích, bao gồm hủy bằng sáng chế và

vô hiệu hóa mô hình tiện ích; các quyết định có thể kháng cáo lên Tòa Hành chính Sofia.

Bulgaria là thành viên của Công ước Bằng sáng chế Châu Âu (EPC) và là quốc gia thành viên của Văn phòng Sáng chế Châu Âu (EPO). Là thành viên EU, Bulgaria cũng tham gia Hiệp định Tòa án Sáng chế Thống nhất, cho phép mọi bằng sáng chế châu Âu đăng ký qua EPO có hiệu lực ngay tại Bulgaria. Bulgaria đã ký Hiệp định London để tạo thuận lợi cho quá trình xác nhận bằng sáng chế nhưng chưa điều chỉnh luật nội địa theo đó. Bulgaria cũng là thành viên của Hiệp ước Hợp tác Sáng chế (PCT).

Bulgaria là thành viên của Hiệp định Lisbon về Bảo vệ Tên gọi Xuất xứ và đăng ký quốc tế của chúng. Bulgaria thực thi các quy định EU về Chỉ dẫn địa lý (GI) và Chuyên ngành truyền thống được bảo đảm (TSG). Luật về Nhãn hiệu và Chỉ dẫn địa lý năm 2019 đã cập nhật và rút ngắn quy trình liên quan đến đăng ký nhãn hiệu.

Nhãn hiệu và nhãn dịch vụ được bảo hộ thông qua đăng ký tại Cục Sáng chế Bulgaria, đăng ký nhãn hiệu EU hoặc đăng ký quốc tế theo Hiệp định Madrid và Nghị định thư Madrid (chỉ định Bulgaria). Một nhãn hiệu thường được cấp trong vòng 7 tháng kể từ ngày nộp đơn. Tất cả các đơn đáp ứng yêu cầu hình thức và kiểm tra hình thức đều được công bố để lấy ý kiến phản đối. Các quyết định từ chối đăng ký hoặc giải quyết tranh chấp có thể kháng cáo tại Phòng Tranh chấp của Cục Sáng chế và cuối cùng tại Tòa Hành chính Sofia.

Vi phạm nhãn hiệu là vấn đề đáng kể tại Bulgaria đối với các nhà sản xuất thuốc lá, may mặc, mỹ phẩm và dược phẩm của Mỹ. Vi phạm quy mô nhỏ hơn ảnh hưởng đến các sản phẩm khác của Mỹ, như phụ kiện Hewlett Packard (HP) và Apple. Luật Bulgaria quy định biện pháp hình sự, dân sự và hành chính đối với vi phạm nhãn hiệu. Bulgaria đã thực hiện thủ tục hải quan đơn giản hóa để tiêu hủy hàng giả mà không cần xét xử dân sự hoặc hình sự. Ngoài các hình phạt dân sự theo Luật Nhãn hiệu và Chỉ dẫn địa lý (TGIA), Bộ luật Hình sự cấm sử dụng nhãn hiệu của người khác mà không được chủ sở hữu đồng ý. Các quy định hình sự rõ ràng và hình phạt nghiêm khắc, nhưng trong thực tế, truy tố hình sự các vụ án IPR vẫn chậm và kém

hiệu quả, dẫn đến ít bản án hình sự và mức hình phạt nhẹ. Các pháp nhân không chịu trách nhiệm hình sự theo Bộ luật Hình sự.

Luật bảo vệ bí mật thương mại năm 2019 cho phép khởi kiện dân sự khi bị xâm phạm. Hiện không có tòa án chuyên trách cho các vụ việc về bí mật thương mại.

Hải quan Bulgaria duy trì mục hướng dẫn trên trang web chính thức customs.bg, hướng dẫn chủ sở hữu IPR về quy trình khởi kiện vi phạm. Năm 2023, nguồn gốc chính của hàng giả là Thổ Nhĩ Kỳ và Trung Quốc (bao gồm Hồng Kông). Các mặt hàng bị tịch thu phổ biến gồm: quần áo, nước hoa, mỹ phẩm, giày dép, đồ chơi, túi xách và ví.

Để biết thêm thông tin về luật quốc gia và điểm liên hệ tại văn phòng IPR địa phương, vui lòng tham khảo WIPO Country Profiles tại: <http://www.wipo.int/directory/en/>

Thị trường vốn và đầu tư gián tiếp

Sở giao dịch chứng khoán Bulgaria (BSE), địa điểm giao dịch chứng khoán duy nhất ở Bulgaria, hoạt động theo giấy phép của Ủy ban Giám sát Tài chính và do Bộ Tài chính sở hữu đa số. Luật chào bán chứng khoán ra công chúng năm 1999 quy định việc phát hành chứng khoán, giao dịch chứng khoán, sở giao dịch chứng khoán và trung gian đầu tư.

Luật này nhằm mục đích bảo vệ nhà đầu tư và phát triển thị trường vốn trong nước minh bạch. Năm 2004, Sở Giao dịch Chứng khoán Bulgaria (BSE) thực hiện giao dịch IPO đầu tiên. Năm 2018, BSE đã mua 100% cổ phần của Sở Giao dịch Năng lượng Độc lập Bulgaria (IBEX), nền tảng giao dịch điện độc lập đầu tiên của Bulgaria, hiện được tích hợp vào các thị trường điện “same day” và “day-ahead” của EU. Năm 2022, khoảng 100 nhà giao dịch hoạt động tích cực trên IBEX.

Kể từ khi gia nhập EU năm 2007, Bulgaria đã hài hòa quy định về thị trường chứng khoán với tiêu chuẩn EU theo Chỉ thị về Thị trường Công cụ Tài chính (MiFID). BSE là thành viên đầy đủ của Liên đoàn Sở Giao dịch Châu Âu (FESE) và hoạt

động trên nền tảng giao dịch Xetra của Deutsche Boerse. Vốn hóa thị trường của BSE giảm từ 18% GDP Bulgaria năm 2022 xuống còn 8,3% GDP năm 2023, khi thị trường cổ phiếu thay thế được giao dịch nhiều nhất này giảm khối lượng đến 86%.

Các công ty Bulgaria ưu tiên vay vốn từ ngân hàng nội địa hơn là từ thị trường tài chính trong nước. Cuối năm 2018, Ủy ban Giám sát Tài chính phê duyệt “thị trường SME beam”, một thị trường đặc biệt giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ huy động vốn mới dễ dàng hơn. Mặc dù quy mô còn nhỏ, năm 2023, vốn hóa thị trường SME beam được báo cáo tăng 32% so với năm 2022.

Công ty khởi nghiệp công nghệ đầu tiên đạt giá trị “kỳ lân” của Bulgaria là Payhawk, đã huy động 1 tỷ USD vốn vào năm 2022. Công ty hoạt động tại Hoa Kỳ, Vương quốc Anh và các thị trường toàn cầu khác.

Các nhà đầu tư nước ngoài có thể tiếp cận tín dụng trên thị trường nội địa.

Tiền tệ và hệ thống ngân hàng

Hệ thống ngân hàng Bulgaria hiện bao gồm 23 tổ chức tín dụng, trong đó có sáu chi nhánh nước ngoài, với tổng tài sản đạt 92 tỷ USD (165,1 tỷ BGN) tính đến cuối tháng 9/2023. Hệ thống này được cấp vốn đầy đủ và có tính thanh khoản cao. Tính đến cuối tháng 9/2023, tỷ lệ an toàn vốn tổng thể (CAR) là 21,8%, cao hơn mức trung bình của EU và đủ để bảo vệ các ngân hàng trong nước trước các rủi ro kinh tế vĩ mô tiềm ẩn. Thị phần của năm ngân hàng lớn (được ECB giám sát trực tiếp) là 68,3%, ngân hàng ít quan trọng hơn chiếm 28,8%, và chi nhánh ngân hàng nước ngoài chiếm 2,8%. Nợ xấu chiếm 4,4% tổng dư nợ của hệ thống ngân hàng tính đến cuối tháng 9/2023.

Chính phủ Bulgaria đã huy động vốn thông qua phát hành trái phiếu bằng euro và BGN. Ngân hàng thương mại, quỹ hưu trí tư nhân và công ty bảo hiểm là những người mua chính các công cụ này. Các ngân hàng có trụ sở tại EU được phép trở thành nhà tạo lập thị trường chính của trái phiếu chính phủ Bulgaria.

Bulgaria có thị trường bảo hiểm cạnh tranh cao, với hơn 350 thực thể. Vào tháng 3/2023, VISA/Mastercard bắt đầu quản lý các khoản thanh toán trợ cấp thực phẩm của Bulgaria.

Các chính sách chuyển đổi và chuyển tiền

Bulgaria áp dụng Cơ chế Hội đồng Tiền tệ (Currency Board Arrangement), trong đó lev (BGN) được neo với Euro, với tỷ giá 1 EUR = 1,95583 BGN. Năm 2014, Hoa Kỳ và Bulgaria ký thỏa thuận liên chính phủ, được Quốc hội phê chuẩn vào năm 2015, thực hiện các quy định của Đạo luật Tuân thủ Thuế Tài khoản Nước ngoài (FATCA), nhằm ngăn chặn việc không tuân thủ thuế của công dân Mỹ có giao dịch với các tổ chức tài chính Bulgaria. Bulgaria đã gia nhập cơ chế tiền tệ tiền thân của Eurozone là ERM II vào tháng 7/2020 và Ngân hàng Liên minh châu Âu (EU Banking Union) vào tháng 10/2020.

Bulgaria vẫn đặt mục tiêu gia nhập Eurozone vào năm 2025, mặc dù sự trở lại của bất ổn chính trị và các cuộc bầu cử sớm liên tiếp có thể tiếp tục trì hoãn kế hoạch này.

Hiện không có chính sách chính thức về kiều hối, vốn là nguồn tài chính quan trọng cho các gia đình Bulgaria có người thân ở nước ngoài. Năm 2023, người Bulgaria làm việc ở nước ngoài đã gửi về một khoản kiều hối kỷ lục 1,4 tỷ USD (1,32 tỷ EUR), cao hơn 25% so với năm 2022. Những người Bulgaria sống tại Đức, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha và Vương quốc Anh chiếm phần lớn số tiền này.

Doanh nghiệp nhà nước

Khi gia nhập EU, Bulgaria được công nhận là một nền kinh tế thị trường với phần lớn các công ty thuộc sở hữu tư nhân. Tuy nhiên, vẫn còn các doanh nghiệp nhà nước (SOEs) đáng kể, như đường sắt và dịch vụ bưu chính. Các SOE cũng chiếm ưu thế trong các lĩnh vực y tế, cơ sở hạ tầng và năng lượng; nhiều doanh nghiệp trong số này được quản lý tập trung bởi các công ty mẹ (holding companies), vốn cũng là SOE. Một số SOE nhận trợ cấp hàng năm từ chính phủ cho chi phí hoạt động và đầu tư vốn, không liên quan đến hiệu quả hoạt động. Ngân sách và báo cáo

kiểm toán của SOE được công bố trên trang web của Cơ quan Quản lý và Kiểm soát Doanh nghiệp Nhà nước. Danh sách tất cả các SOE có thể xem tại: reports.appk.government.bg/public/pubic/organizations.

Cuối năm 2021, chính phủ kiểm soát tổng cộng 265 công ty, với tỷ lệ sở hữu từ 50% trở lên. Số lượng nhân viên trong các doanh nghiệp công này khoảng 122.000 người. Năm 2022, chính phủ nắm giữ 7,98% cổ phần trong các công ty trên toàn quốc.

Việc bù trừ chi phí (cross-subsidization) phổ biến trong các công ty mẹ. Ví dụ, trong lĩnh vực năng lượng, nợ của một số nhà sản xuất năng lượng được bù đắp bởi các thực thể sinh lợi hơn trong cấu trúc holding.

Năm 2019, Quốc hội thông qua Luật Doanh nghiệp Nhà nước (State Enterprise Act), giới thiệu tiêu chuẩn quản trị và thực hành quản lý cập nhật. Luật quy định thời hạn và tiêu chí phê duyệt cấp quản lý cao nhất của SOE. SOE thường được điều hành bởi ban quản trị do chính phủ bổ nhiệm. Về lý thuyết, các công ty công và tư đều được đối xử bình đẳng trong các quy trình đấu thầu nhượng quyền, thuế hoặc các quá trình do chính phủ kiểm soát khác. Bulgaria đã trở thành thành viên của Hiệp định Mua sắm Chính phủ (GPA) của WTO khi gia nhập EU năm 2007

Chương trình tư nhân hóa

Bulgaria đã hoàn tất những vụ tư nhân hóa lớn của đất nước trong những năm 1990 và đầu những năm 2000. Tất cả các tài sản nhà nước đều có đủ điều kiện để tư nhân hóa, ngoại trừ một danh sách công ty cụ thể, bao gồm các công ty quản lý nước, các bệnh viện nhà nước và các cơ sở thể thao nhà nước. Các nhà sản xuất quân sự nhà nước có thể được tư nhân với sự chấp thuận của Quốc hội. Tài sản thuộc sở hữu của thành phố cũng đang được xem xét để tư nhân hóa theo quyết định của Hội đồng thành phố hoặc cơ quan có thẩm quyền và theo công bố danh sách tư nhân hóa của thành phố đang trên Công báo Nhà nước. Các phương pháp tư nhân hóa bao gồm: đấu giá công khai, đấu thầu công khai và chào bán công khai. Các công ty nước ngoài, kể cả các công ty nhà nước, có thể mua các công ty nhà nước của Bulgaria và

quá trình tư nhân hóa nói chung là công bằng và minh bạch. Đạo luật Tư nhân hóa và hậu Tư nhân hóa năm 2010 đã tạo ra Cơ quan Tư nhân hóa và hậu Tư nhân hóa, có trách nhiệm ra các quyết định tư nhân hóa liên quan đến: các bệnh viện; phần hùn và cổ phần ở các công ty mà nhà nước sở hữu 50% hoặc nhiều hơn; tài sản nhà nước có giá trị từ 10.000 BGN (7.000 USD) đến 500.000 BGN (352.000 USD), theo phê duyệt của Bộ trưởng Phát triển khu vực và Công trình công cộng và Bộ trưởng Tài chính; và tài sản nhà nước có giá trị trên 500.000 BGN (352.000 USD), theo phê duyệt của Hội đồng Bộ trưởng.

Cơ quan Tư nhân hóa và hậu Tư nhân hóa cũng giám sát việc thực hiện các hợp đồng tư nhân hóa và đảm bảo rằng các cam kết tư nhân hóa bao gồm lưu dụng nhân viên, chuyển giao công nghệ, trách nhiệm môi trường và đầu tư vào các tiêu chí lựa chọn tư nhân hóa đều phải được tôn trọng. Trong năm 2012, Chính phủ hoàn tất việc bán lại phần góp vốn ít ỏi trong ba nhà phân phối điện khu vực, thuộc sở hữu nước ngoài. Vào tháng 2/2015, Bộ trưởng Kinh tế đã công bố một kế hoạch tư nhân hóa đầy tham vọng, đề xuất loại bỏ một số công ty nhà nước ra khỏi danh sách các công ty bị cấm tư nhân hóa, bao gồm cả một số nhà máy quân sự. Hai cuộc giao dịch tư nhân thu hút nhiều sự quan tâm của các nhà đầu tư nước ngoài là việc bán cổ phần thiểu số của chính phủ trong Hội chợ Plovdiv và việc tư nhân hóa Sở Giao dịch Chứng khoán Bulgaria (BSE) vốn bị trì hoãn rất lâu. Việc tư nhân hóa BSE là một vấn đề ưu tiên của chính phủ trong năm 2015 nhưng có thể lại bị hoãn thêm một lần nữa nhằm kết hợp cùng với việc tư nhân hóa Sở Lưu ký Trung ương, nơi lưu giữ các chứng chỉ chứng khoán của các công ty niêm yết trên sàn giao dịch.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Nhận thức về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) ở người sản xuất lẫn người tiêu dùng đã ngày càng tăng. Các kỳ vọng về CSR đối với các nhà đầu tư nước ngoài thường cao hơn nhiều so với các đơn vị trong nước.

Năm 2007, chính phủ đã thông qua Bộ Quy tắc Quản trị Doanh nghiệp Quốc gia (National Corporate Governance Code – NCGC) nhằm khuyến khích các công ty tuân thủ các nguyên tắc hoạt động kinh doanh có trách nhiệm (Responsible

Business Conduct – RBC). Bộ NCGC được sửa đổi vào các năm 2012, 2016 và 2021, và các công ty công khai Bulgaria tuân thủ quy định này. Các cập nhật năm 2021 phù hợp với chính sách phát triển bền vững của EU và quốc gia – gồm Thỏa thuận Xanh (Green Deal), Quy định về Phân loại (Taxonomy Regulation) và Chỉ thị Báo cáo Phát triển Bền vững Doanh nghiệp (Corporate Sustainability Reporting Directive). Các quy định của Bộ Quy tắc được hài hòa với Mục tiêu Phát triển Bền vững của Liên Hợp Quốc 2015 cũng như Hướng dẫn Liên Hợp Quốc về Kinh doanh và Nhân quyền 2011. Tháng 3/2024, chính phủ công bố dự thảo Chiến lược Trách nhiệm Xã hội Doanh nghiệp (CSR) để lấy ý kiến công chúng. Việc thông qua tài liệu này cho giai đoạn 2024-2027 là một phần của Chương trình Quản trị 2023-2024. Theo Luật Kế toán, các Doanh nghiệp vì Lợi ích Công chúng (Public Interest Enterprises – PIEs) phải nộp bản tuyên bố về quản trị doanh nghiệp cùng với báo cáo hoạt động thường niên. PIEs bao gồm các công ty có chứng khoán có thể chuyển nhượng được giao dịch trên thị trường có quy định của EU, các tổ chức tín dụng, và các công ty bảo hiểm và tái bảo hiểm.

Nhận thức về tiêu chuẩn RBC và nghĩa vụ doanh nghiệp thực hiện thẩm định để đảm bảo không gây hại đang ngày càng tăng, với các công ty quốc tế lớn thường đi trước các doanh nghiệp nội địa nhỏ hơn. Các công ty Bulgaria ngày càng tăng cường nhận thức về RBC thông qua các sự kiện được tổ chức hợp tác với các hiệp hội chủ lao động. Mạng lưới Phi Chính phủ Bulgaria về Trách nhiệm Xã hội và Doanh nghiệp (CSR – csr.bg) thúc đẩy CSR trong các công ty Bulgaria và báo cáo các thực hành kinh doanh tốt.

Các NGO tiếp tục báo cáo về tình trạng bóc lột trẻ em bởi tội phạm có tổ chức. Trẻ em sống trong hoàn cảnh dễ bị tổn thương, đặc biệt là trẻ em Romani, dễ bị lôi kéo vào công việc có hại và bóc lột trong nền kinh tế phi chính thức, chủ yếu trong nông nghiệp, xây dựng, dịch vụ lưu trú và ngành dịch vụ.

Báo cáo Đánh giá Đầu tư của OECD năm 2022 đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy RBC hơn nữa, như quảng bá tích cực Hướng dẫn OECD cho các Tập đoàn Đa quốc

gia để giải quyết các vấn đề RBC liên quan đến môi trường, lao động, nhân quyền và quản trị.

Bulgaria không phải là thành viên của Sáng kiến Minh bạch Ngành Khai thác (Extractive Industries Transparency Initiative – EITI).

Các vấn đề về khí hậu

Bulgaria vẫn rất dễ bị tác động bởi biến đổi khí hậu và biến động thời tiết, đặc biệt là nguồn nước, nông nghiệp, y tế công cộng, năng lượng và ngành lâm nghiệp. Chất lượng không khí thấp tại nhiều thành phố và các điểm nóng khác tiếp tục là mối đe dọa nghiêm trọng đối với sức khỏe con người. Nhìn chung, lượng phát thải quốc gia cao so với các nước Tây Âu và các quốc gia Trung – Đông Âu khác. Các cơ sở công nghiệp lớn vẫn là mối nguy về sức khỏe và môi trường, cũng như việc sử dụng nhiên liệu rắn chất lượng thấp trong khu dân cư và thương mại.

Kế hoạch Năng lượng và Khí hậu Tích hợp của Bulgaria xác định các mục tiêu chính của quốc gia, gồm thúc đẩy phát triển kinh tế carbon thấp, phát triển ngành năng lượng cạnh tranh và an toàn, và giảm sự phụ thuộc vào nhiên liệu và nhập khẩu năng lượng. Mục tiêu Chuyển đổi Xanh của EU được phản ánh trong Kế hoạch Phục hồi và Bền vững Quốc gia (NRRP) của Bulgaria. NRRP bao gồm các cải cách và đầu tư cho sản xuất hydro xanh và khí sinh học, cơ sở hạ tầng vận chuyển hydro, và chương trình tài trợ các biện pháp năng lượng tái tạo tại các tòa nhà đơn lập và đa hộ gia đình. Kế hoạch thanh toán từ quỹ tài trợ của EU được thiết kế để thu hút đầu tư vào các dự án năng lượng mặt trời và địa nhiệt quy mô lớn, đi kèm với lưu trữ pin.

Bulgaria có Chiến lược Quốc gia về Thích ứng Biến đổi Khí hậu và Kế hoạch Hành động đến 2030. Chiến lược này nêu rõ các rủi ro và điểm yếu do biến đổi khí hậu đối với nhiều ngành kinh tế, bao gồm: nông nghiệp, lâm nghiệp, nước, năng lượng, giao thông, y tế và du lịch. Phiên bản hiện tại của Kế hoạch Năng lượng và Khí hậu Quốc gia được gửi lên Ủy ban Châu Âu vào tháng 1 đã tăng mức độ tham vọng về khí hậu (ví dụ: mục tiêu trung hòa carbon 2050 và nâng cao mục tiêu năng lượng tái

tạo và năng lượng carbon thấp) phù hợp với Lộ trình Trung hòa Carbon của Bulgaria, bao gồm các mục tiêu 5 năm đến 2040. Bộ Năng lượng sẽ điều chỉnh dự thảo Chiến lược Phát triển Năng lượng Bền vững, dự kiến có tầm nhìn chính sách đến 2040.

Trong Chỉ số Tương lai Xanh 2023 (Green Future Index 2023) của MIT Technology Review, Bulgaria đã tăng hai bậc, xếp thứ 23 trong số 76 quốc gia và vùng lãnh thổ, đánh giá khả năng phát triển một tương lai bền vững, carbon thấp. Báo cáo xếp Bulgaria vào nhóm 20 quốc gia có tiến bộ và cam kết nhiều nhất hướng tới xây dựng tương lai xanh.

Chính phủ Bulgaria có các chính sách khuyến khích người dân thay bếp than bằng bếp đốt củi hoặc chuyển bếp sử dụng củi sang bếp dùng viên nén từ gỗ/thực vật. Các sáng kiến này không nhằm đạt phát thải carbon ròng bằng 0, mà là từng bước giảm phát thải độc hại. Chưa có yêu cầu cụ thể nào về đóng góp của khu vực tư nhân trong việc đạt các mục tiêu này.

Bulgaria chưa có chính sách riêng liên quan đến hàng hóa và phá rừng, tuy nhiên, là quốc gia thành viên EU, Bulgaria sẽ phải thực hiện Quy định Chuỗi Cung ứng Không Phá rừng của EU. Bulgaria đã chỉ định Cơ quan Lâm nghiệp Bulgaria là cơ quan có thẩm quyền về gỗ và các sản phẩm gỗ liên quan. Khử carbon từ rừng, đất ngập nước và các hệ sinh thái được bảo vệ và phục hồi, cùng các giải pháp dựa vào thiên nhiên với lợi ích giảm thiểu và thích ứng, sẽ là ưu tiên quan trọng, khi Bulgaria là một trong những quốc gia có hệ sinh thái tự nhiên được bảo tồn tốt và diện tích bảo vệ rộng lớn theo Natura 2000.

Hiện nay, chính sách mua sắm công chưa bao gồm các yếu tố môi trường và tăng trưởng xanh, như sử dụng hiệu quả tài nguyên, giảm ô nhiễm và khả năng chống chịu khí hậu.

Tham nhũng

Tham nhũng vẫn là một vấn đề dai dẳng tại Bulgaria và thường đứng đầu các cuộc khảo sát dư luận như vấn đề cấp bách nhất cần được giải quyết. Luật pháp yêu cầu

các quan chức công khai báo cáo xung đột lợi ích và kê khai tài sản, nhưng có các ngoại lệ đối với một số thành viên gia đình và việc thực hiện chưa đồng đều. Tháng 10/2023, Quốc hội phê chuẩn luật tái cấu trúc Ủy ban Chống Tham nhũng, một cơ quan hành chính chuyên biệt chịu trách nhiệm, trong đó có việc thực thi các quy định về xung đột lợi ích. Ủy ban này chưa hoạt động đầy đủ theo nhiệm vụ mới. Theo luật mới, các kiểm tra viên của Ủy ban sẽ có quyền tiến hành điều tra hình sự đối với các vi phạm pháp luật cụ thể. Các NGO và chuyên gia pháp lý chỉ trích việc tái cơ cấu Ủy ban vội vàng, mà không có phân tích tổng thể về hiệu quả của các cơ quan tương tự trong quá khứ. Ủy ban mới thay thế Ủy ban Phòng chống Tham nhũng và Thu hồi Tài sản Bất hợp pháp, được thành lập năm 2018 nhằm tập trung và hợp lý hóa các chức năng của nhiều cơ quan chống tham nhũng được thành lập từ năm 2012, đặc biệt bao gồm thực thi thu hồi tài sản. Các nhà quan sát cũng chỉ trích các cải cách thể chế trước đó, vốn không dẫn đến các hình phạt nghiêm khắc đối với quan chức chính phủ.

Bulgaria xếp thứ 67 trên 180 quốc gia trong Chỉ số Nhận thức Tham nhũng 2023 (CPI) của Transparency International, là một trong những kết quả thấp nhất trong EU. Buôn người, ma túy và buôn lậu hàng hóa đều góp phần vào các vấn đề pháp quyền. Với việc dần áp dụng công nghệ trong hành chính công, bao gồm nộp hồ sơ điện tử và cấp giấy chứng nhận điện tử, đã có một số tiến triển trong việc xử lý các vi phạm pháp quyền nhỏ. Tuy nhiên, các vi phạm pháp quyền cấp cao, đặc biệt trong mua sắm công, vẫn là mối quan ngại nghiêm trọng. Các vụ truy tố nổi bật thường bị xem là có tính chọn lọc hoặc động cơ chính trị và thường kết thúc với tuyên bố trắng án sau quá trình xét xử kéo dài. Thiếu các bản án đáng kể đối với quan chức cấp cao và nhu cầu cải cách hệ thống tư pháp hình sự vẫn là vấn đề nổi bật trong dư luận.

Quỹ Chống Tham nhũng (Anti-Corruption Fund – acf.bg), một tổ chức dân sự thành lập năm 2017, tự tiến hành điều tra các vụ việc nghi ngờ vi phạm pháp quyền hoặc xung đột lợi ích trong số các nhà chính trị và nhà hoạch định chính sách cấp cao của Bulgaria. Các NGO và nhà báo điều tra về pháp quyền cho biết họ phải đối mặt với các mối đe dọa, quấy rối và hăm dọa.

Bulgaria đã phê chuẩn Công ước Chống Hối lộ và là thành viên tham gia Nhóm Công tác OECD về Hối lộ. Bulgaria cũng đã phê chuẩn Công ước Hội đồng châu Âu về Rửa tiền, Tìm kiếm, Tịch thu và Tước quyền tài sản do phạm tội (1994) và Công ước Dân sự về Tham nhũng (1999). Bulgaria đã ký và phê chuẩn Công ước Liên Hợp Quốc về Chống Tham nhũng (2003); Nghị định thư bổ sung của Hội đồng châu Âu về Luật Hình sự chống Tham nhũng; và Công ước Liên Hợp Quốc về Chống Tội phạm Có tổ chức xuyên quốc gia.

Năm 2018, Quốc hội Bulgaria thông qua Luật Chống Rửa Tiền, chuyển thể Chỉ thị EU 2015 về ngăn ngừa việc sử dụng hệ thống tài chính cho rửa tiền và tài trợ khủng bố. Luật mới yêu cầu các tập đoàn kinh doanh đăng ký kê khai chủ sở hữu thực sự trước tháng 5/2019. Một số công ty vẫn tránh công khai quyền sở hữu bằng cách đăng ký các thực thể vỏ bọc tại các thiên đường thuế và vùng ngoài khơi. Năng lực địa phương trong phát hiện các dòng tiền đáng ngờ và tiềm ẩn bất hợp pháp vẫn còn thấp. Tháng 10/2023, Nhóm Hành động Tài chính (FATF) liệt Bulgaria vào danh sách các quốc gia có tiến độ chưa đạt yêu cầu trong việc thực hiện chính sách chống rửa tiền quốc gia.

Lao động

Hiến pháp Bulgaria công nhận quyền của người lao động tham gia công đoàn và tổ chức công đoàn. Hội đồng Hợp tác Tam phương Quốc gia (NCTC) tạo ra diễn đàn đối thoại giữa chính phủ, các tổ chức người sử dụng lao động và công đoàn về các vấn đề như điều chỉnh chi phí sinh hoạt và đóng góp an sinh xã hội. Hiện nay, Bulgaria có năm tổ chức người sử dụng lao động được công nhận trên toàn quốc, dựa trên tiêu chí số lượng thành viên. Bulgaria có hai liên đoàn công đoàn lớn được đại diện ở cấp quốc gia: Liên đoàn Công đoàn Độc lập Bulgaria (CITUB) và Liên đoàn Lao động Podkrepa (Support). CITUB, liên đoàn lớn hơn, ước tính có khoảng 300.000 thành viên. Podkrepa có tỷ lệ lớn lao động công đoàn trong ngành giáo dục.

Hoạt động công đoàn hầu như không bị hạn chế, nhưng nhân viên trong các doanh nghiệp tư nhân nhỏ thường không được đại diện. Lao động công đoàn chủ yếu xuất hiện trong các ngành đường sắt và bưu chính được trợ cấp cao. Theo Bộ luật Lao

động Bulgaria, quan hệ giữa người sử dụng lao động và người lao động được quy định bởi hợp đồng lao động. Hợp đồng lao động tập thể có thể được ký ở cấp ngành, doanh nghiệp, khu vực hoặc cấp thành phố. Bộ luật Lao động quy định vấn đề an toàn lao động và sức khỏe nghề nghiệp và bắt buộc mức lương tối thiểu (do Hội đồng Bộ trưởng quyết định). Mức lương tối thiểu năm 2024 là 506 USD (910 BGN) mỗi tháng. Bộ luật Lao động cũng cung cấp quyền lợi cho người lao động khi nghỉ việc. Trong trường hợp chấm dứt lao động cưỡng bức, người lao động thường được bồi thường từ người sử dụng lao động, thường tối đa bằng một tháng lương gộp.

Những vấn đề nảy sinh giữa lao động và quản lý có thể được đưa ra tòa, nhưng giải quyết thường chậm. Viện Quốc gia về Hòa giải và Trọng tài (NICA) đã xây dựng khung giải quyết tranh chấp lao động tập thể thông qua hòa giải và trọng tài. Tuy nhiên, số lượng giải quyết tranh chấp lao động tập thể do NICA bảo trợ vẫn rất ít.

Thị trường lao động Bulgaria vẫn còn cứng nhắc trong việc phân loại các hình thức việc làm khác nhau (bán thời gian, theo giờ, v.v.). Do tác động kinh doanh từ đại dịch COVID-19, năm 2020, Bộ luật Lao động Bulgaria được sửa đổi cho phép doanh nghiệp chuyển đổi nhân viên toàn thời gian sang bán thời gian khi tình trạng khẩn cấp được áp dụng. Bộ luật lao động cũng giới hạn làm thêm giờ tối đa 300 giờ/năm. Công việc không khai báo là thực hành phổ biến nhất của thị trường lao động phi chính thức. Tỷ lệ nền kinh tế phi chính thức đã giảm từ 36,7% năm 2010 xuống 21,4% năm 2022.

Giấy phép lao động “thẻ xanh” EU có thể được cấp cho người nước ngoài có kỹ năng cao sở hữu visa hoặc giấy phép cư trú dài hạn tại Bulgaria. Với Bộ luật Di cư Lao động và Linh hoạt Lao động sửa đổi năm 2023, thẻ xanh có thể được cấp từ hai đến năm năm. Hệ thống thẻ xanh được thiết kế để đáp ứng nhu cầu nhân sự ngày càng tăng của ngành CNTT. Công dân Ukraine và thành viên gia đình của họ có quyền làm việc tại Bulgaria mà không cần giấy phép lao động theo Điều 1a, khoản 3, Luật Tị nạn và Người tị nạn. Những người có tình trạng bảo hộ tạm thời có thể đăng ký tìm việc với Cơ quan Lao động tại địa chỉ thường trú hoặc hiện tại. Thông

tin chi tiết về quy trình bảo hộ tạm thời có thể tìm thấy trên trang web của Cơ quan Người tị nạn Nhà nước.

Công dân Ukraine có quyền làm việc theo mùa tối đa 90 ngày trong các ngành nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản, khách sạn và nhà hàng tại Bulgaria, không gián đoạn, trong 12 tháng kể từ khi đăng ký với Cơ quan Việc làm, dựa trên tuyên bố của người sử dụng lao động.

Tỷ lệ biết chữ của người Bulgaria (từ 15 tuổi trở lên) là 98,4%. Người Bulgaria được kỳ vọng học trung bình 13,9 năm, thực tế trung bình 11,4 năm, và có nền tảng vững chắc trong kỹ thuật, y học, kinh tế và khoa học, nhưng thiếu hụt chuyên gia quản lý cũng như lao động lành nghề nói chung. Nhà đầu tư nước ngoài và trong nước cũng phản ánh sự không phù hợp giữa hệ thống giáo dục và nhu cầu thị trường lao động. Các nhà tuyển dụng cũng chậm trong việc cung cấp đào tạo. Di cư, đặc biệt giữa các chuyên gia trẻ có kỹ năng, đã làm trầm trọng thêm tình trạng thiếu hụt, nhưng các cải cách gần đây đã thu hút trở lại một số nhà phát triển công nghệ cao từ các công ty AI hàng đầu. Bulgaria tụt hai bậc xuống hạng 70 trong Chỉ số Phát triển Con người của LHQ 2023/24, thấp nhất trong EU.

Cộng đồng Roma chiếm khoảng 6–7% tổng dân số. Cộng đồng này thường bị phân biệt đối xử và bị xã hội gạt ra ngoài lề, với mức độ học vấn thấp hơn. Do đó, người Roma chiếm tỷ lệ cao trong lao động không có kỹ năng và nền kinh tế phi chính thức. Số lượng lớn người Roma cũng tìm kiếm việc làm theo mùa, không có kỹ năng, tại các quốc gia thành viên EU khác.

Xu hướng đầu tư

Nền kinh tế Bulgaria đang chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các lợi ích nhóm thiểu số chính trị trong nước, mà trong những năm gần đây đã trải qua những thay đổi pháp lý thiếu minh bạch và các thủ tục tổ tụng chậm chạp và tùy tiện. Một tiến trình chính trị không thể đoán trước và thiếu minh bạch đã gây tác động xấu thêm đến sự tăng trưởng kinh tế yếu kém, vốn đã bị ảnh hưởng bởi cuộc khủng hoảng toàn cầu, sự bất ổn trong khu vực đồng Euro và chi tiêu trong nước thấp. Do sự kết hợp của

các yếu tố bên trong và bên ngoài, đầu tư trực tiếp nước ngoài mới đã hầu như biến mất và niềm tin của các nhà đầu tư nước ngoài đã giảm liên tục.

Đầu mối tiếp xúc: Cơ quan Đầu tư Bulgaria - Invest Bulgaria Agency

Địa chỉ: 31, Aksakov Street

Sofia 1000, Bulgaria

Tel.: (+359 2) 985-5500

Fax: (+359 2) 980-1320

E-mail: iba@investbg.government.bg

Website: www.investbg.government.bg

Các yêu cầu về thành quả

Bulgaria không áp đặt các yêu cầu về thành quả xuất khẩu hoặc hàm lượng nội địa như là một điều kiện để thiết lập, duy trì hoặc mở rộng đầu tư. Hầu hết các nhân viên người nước ngoài từ các nước ngoài khối EU cần phải có thị thực làm việc và giấy phép lao động. Các giấy phép thường trú thường rất khó để xin. Trong các công ty tư nhân, tỉ lệ người ngoài khối EU so với số nhân viên Bulgaria không được vượt quá mức 1:10.

Lưu trữ dữ liệu

Phản ứng lại với những mối quan ngại đã từ lâu đời của ngành công nghiệp, chính phủ Bulgaria đã bao gồm một điều khoản cung cấp dữ liệu độc quyền trong Luật Dược của mình. Điều khoản này bao gồm việc bảo vệ dữ liệu bí mật được trình lên Chính phủ để được phê duyệt cho các dược phẩm trên thị trường. Bulgaria cấp các giấy chứng nhận bảo vệ bổ sung cho các dược phẩm và các sản phẩm bảo vệ thực vật theo quy định của EU.

Quyền tư hữu và thành lập doanh nghiệp

Điều 19 của Hiến pháp khẳng định rằng nền kinh tế Bulgaria "được dựa trên sáng kiến kinh tế tự do." Các thực thể tư nhân, cả trong và ngoài nước, có thể thiết lập và sở hữu các doanh nghiệp thương mại tham gia vào bất kỳ hoạt động sinh lợi nào mà không bị ngăn cấm bởi pháp luật. Luật Thương mại của Bulgaria bảo đảm và điều chỉnh, đối với cả doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, việc thành lập, mua lại và chuyển nhượng tự do các doanh nghiệp kinh doanh tư nhân. Cạnh tranh bình đẳng là tiêu chuẩn áp dụng cho các doanh nghiệp tư nhân khi cạnh tranh với các doanh nghiệp công.

Thống kê đầu tư trực tiếp nước ngoài

Các nguồn và địa điểm đầu tư trực tiếp nước ngoài, 2018

Đầu tư trực tiếp vào trong nước		
Quốc gia	Số tiền (triệu USD)	Tỷ lệ
Tổng lượng vào	49.604	100%
Hà Lan	8.594	17,3%
Áo	4.756	9,2%
Đức	3.358	6,8%
Italy	2.995	6,0%
Anh	2.730	5,5%

Đầu mối liên lạc trong nước về các con số thống kê FDI: Cục "Cán cân thanh toán và nợ nước ngoài", Ngân hàng Quốc gia Bulgaria (www.bnb.bg)

Ngân hàng Quốc gia Bulgaria xếp hạng tám nước đầu tư hàng đầu theo cùng thứ tự như bảng trên.

Các nguồn đầu tư gián tiếp Bulgaria, 2018

Vốn đầu tư gián tiếp								
Năm đối tác hàng đầu (triệu USD)								
Tổng cộng			Chứng khoán vốn			Tổng chứng khoán nợ		
Tất cả các nước	8.858	100%	Tất cả các nước	2,247	100%	Tất cả các nước	6,11	100%
Hoa Kỳ	936	10,6%	Luxembourg	679	30,2%	Romania	865	13,1%
Luxembourg	887	10,0%	Hoa Kỳ	500	22,2%	Hungary	479	7,2%
Romania	872	9,8%	Đức	277	12,3%	Ba Lan	466	7,0%
CH Czech	532	6,0%	Pháp	223	9,9%	CH Czech	498	6,9%
Pháp	519	5,9%	Ireland	164	7,3%	Hoa Kỳ	436	6,6%

Chương 6: Tài trợ thương mại và dự án

Các phương thức thanh toán

Như đối với bất kỳ giao dịch quốc tế nào, phương thức thanh toán được xác định bởi mức độ tin tưởng vào khả năng và sự sẵn sàng chi trả của người mua. Nên yêu cầu thanh toán đầy đủ trước cho lần giao hàng đầu tiên và khi vẫn chưa biết rõ về người nhập khẩu.

Các cơ chế thanh toán được sử dụng phổ biến nhất đều có sẵn để tạo thuận lợi cho các giao dịch quốc tế.

Hệ thống ngân hàng

Hệ thống tài chính của Bulgaria bị chi phối bởi lĩnh vực ngân hàng. Hệ thống ngân hàng Bulgaria đã trải qua công cuộc cải cách lớn vào năm 1996, bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự ra đời của Hội đồng Tiền tệ năm 1997, sự giám sát mạnh hơn và các quy định bảo đảm chặt chẽ hơn đối với ngành ngân hàng. Với khả năng giải cứu (bail-outs) bị loại bỏ, các ngân hàng đã phải tập trung vào các hoạt động ngân hàng vững mạnh.

Hiện Bulgaria có 31 ngân hàng tư nhân và bốn ngân hàng công. Các ngân hàng nước ngoài nắm giữ trên 70% vốn ngân hàng. Thị trường bảo hiểm đã hoàn toàn thuộc khu vực tư nhân với việc bán lại hai doanh nghiệp nhà nước và đã mở rộng nhanh chóng kể từ khi thông qua luật bảo hiểm năm 1997. Các công ty bảo hiểm nước ngoài đang chiếm ưu thế trên thị trường. Thị trường chứng khoán vẫn duy trì hoạt động tốt nhưng còn khá nhỏ. Chính phủ đang hoạt động tích cực trong các thị trường vốn thông qua bán đấu giá tín phiếu kho bạc ngắn hạn.

Là một thành viên của Liên minh châu Âu, Bulgaria nhận được hỗ trợ tài chính đáng kể từ các quỹ cơ cấu EU và Chính sách Nông nghiệp chung. Đã có ba quỹ cơ cấu giúp Bulgaria thúc đẩy nhanh nền kinh tế: Quỹ Phát triển khu vực châu Âu (ERDF), Quỹ Xã hội châu Âu (ESF) và Quỹ Gắn kết. Các mục tiêu chính của ERDF bao gồm phát triển và hợp tác kinh tế khu vực trong toàn thể EU - các đối

tượng cho vay là cơ sở hạ tầng, cải tạo các khu đô thị, nghiên cứu và đổi mới công nghệ, hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tạo ra và duy trì việc làm bền vững, văn hóa và y tế. Quỹ này là một công cụ chính để giúp khắc phục tình trạng mất cân bằng trong khu vực. Quỹ Xã hội châu Âu đã được tạo ra để thúc đẩy công ăn việc làm trong Liên minh châu Âu. Các nguồn lực của Quỹ chủ yếu hướng tới phát triển thị trường lao động: tăng cường giáo dục tốt hơn và nâng cao trình độ chuyên môn của người dân, tăng cường khả năng thích ứng của người lao động, thúc đẩy hòa nhập xã hội, nâng cao năng suất. ESF đầu tư vào con người và tất cả những gì hỗ trợ nguồn vốn nhân lực. Quỹ Gắn kết là một trường hợp đặc biệt: chỉ được sử dụng trong các nước thành viên EU có GDP bằng 90% hoặc ít hơn so với mức GDP trung bình của EU. Quỹ Gắn kết tài trợ 2 loại dự án – các dự án môi trường và các dự án cơ sở hạ tầng giao thông vận tải.

Tất cả các khoản tài chính được cung cấp bởi Quỹ Cơ cấu sẽ được điều chỉnh bởi Luật pháp châu Âu. Phương cách chính xác để Bulgaria hấp thụ các nguồn tài chính của các Quỹ Cơ cấu được xác định bởi Khung Tham chiếu Chiến lược quốc gia của Bulgaria được Ủy ban châu Âu phê duyệt.

Có 7 chương trình hoạt động tại Bulgaria được các Quỹ Cơ cấu hỗ trợ: Phát triển khu vực, năng lực cạnh tranh, Môi trường, vận tải, phát triển nguồn nhân lực, năng lực quản trị và hỗ trợ kỹ thuật.

Các dịch vụ cho người tiêu dùng, chẳng hạn như thẻ tín dụng và ngân hàng điện tử, khá phổ biến, trong khi séc cá nhân là hầu như không được biết đến và không được sử dụng như là một phương thức thanh toán đối với người dân địa phương. Số lượng thiết bị đầu cuối POS trong nước và thị phần các giao dịch không dùng tiền mặt đã tăng đáng kể trong vài năm qua.

Ngân hàng Quốc gia Bulgaria (BNB) hoạt động độc lập với chính phủ và báo cáo trực tiếp với Quốc hội. BNB điều tiết hệ thống ngân hàng, tuy nhiên theo Thỏa thuận của Ủy ban Tiền tệ, BNB không có quyền quyết định trong việc thiết lập chính sách tiền tệ hoặc tỷ giá hối đoái. Tiền tệ Bulgaria được gắn với đồng Euro và tỷ giá hối đoái được ấn định ở mức $1 \text{ EUR} = 1,95583 \text{ BGN}$.

Theo Ngân hàng Quốc gia Bulgaria, số lượng máy ATM vào năm 2022, năm gần nhất có dữ liệu, đã giảm xuống còn 4.997 máy, so với 5.250 máy vào năm 2021. Mặt khác, thanh toán không dùng tiền mặt đã tăng lên trong ba năm qua và số lượng thiết bị đầu cuối POS tại Bulgaria đã tăng lên 124.082 máy vào năm 2022.

Bulgaria có 25 ngân hàng thương mại; năm trong số đó là chi nhánh của các ngân hàng nước ngoài. Citibank là ngân hàng Hoa Kỳ duy nhất có văn phòng tại Bulgaria.

Mặc dù thẻ tín dụng và ngân hàng điện tử rất phổ biến, nhưng séc cá nhân phần lớn chưa được biết đến và sử dụng. Số lượng thiết bị đầu cuối POS tại quốc gia này và tỷ trọng giao dịch không dùng tiền mặt đã tăng đáng kể trong vài năm qua.

Thông tin liên lạc về tất cả các ngân hàng Bulgaria có thể được tìm thấy trên trang web của Ngân hàng Quốc gia Bulgaria tại <http://www.bnb.bg>. Do các mối quan hệ ngân hàng có thể thay đổi một cách nhanh chóng, các nguồn thông tin tốt nhất hiện nay về các thỏa thuận ngân hàng đại lý là chính ở các ngân hàng đó.

Quản lý ngoại hối

Việc chuyển tiền quốc tế trong thanh toán hàng nhập khẩu vào Bulgaria thường được cho phép. Việc xuất khẩu ngoại tệ mạnh của các tổ chức thương mại, bao gồm cả các pháp nhân và thương nhân cá thể chỉ được phép thông qua chuyển khoản ngân hàng. Các vụ chuyển tiền cho các khoản thanh toán quốc tế hiện nay, bao gồm việc nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ, vận tải, các khoản thanh toán lãi và gốc, bảo hiểm, đào tạo, điều trị y tế và các mục đích khác theo quy định của Bungary, phải được gửi kèm với các chứng từ như: hoá đơn, giấy chứng nhận, hoặc chứng từ vận chuyển... cho ngân hàng chuyển tiền.

Vấn đề tài trợ dự án

- **Tài trợ của các định chế quốc tế**

Ngân hàng Tái thiết và Phát triển châu Âu (EBRD) cung cấp các khoản vay và góp vốn vào các dự án cơ sở hạ tầng. EBRD sẽ ngày càng tập trung nhiều hơn vào việc

phát triển khu vực tư nhân ở Bulgaria. EBRD cũng ủy thác các cuộc đấu thầu cạnh tranh công khai trong mua sắm, tạo cơ hội cho các công ty nước ngoài cung cấp hàng hóa và dịch vụ. Muốn biết thêm thông tin, xin vui lòng truy cập <http://www.ebrd.com/>

Quy trình mua sắm của Ngân hàng Thế giới cho phép các nhà xuất khẩu giành được các hợp đồng mua sắm công. Đến nay, nhiều dự án đã được phê duyệt trong các lĩnh vực năng lượng, viễn thông, hệ thống sưởi ấm dân cư, đường sắt, y tế, quản lý môi trường và hành chính công. Để biết thêm thông tin về chương trình WB tại Bulgaria, xin vui lòng truy cập <http://www.worldbank.bg>

Cơ quan Bảo lãnh Đầu tư Đa phương (MIGA) là một bộ phận thuộc Ngân hàng Thế giới. Mục đích của cơ quan này là khuyến khích đầu tư nước ngoài tại các nước đang phát triển bằng cách bảo đảm đầu tư, bao gồm cả bảo hiểm rủi ro chính trị, chống lại các nguy cơ của việc chuyển tiền, sung công, chiến tranh, nội chiến và vi phạm hợp đồng của chính phủ sở tại. Để biết thêm thông tin, xin vui lòng truy cập <http://www.worldbank.org/>

- **Tài trợ của EU**

Việc gia nhập EU đã cho phép Bulgaria tiếp cận được với cơ hội tài trợ dự án dưới hình thức các quỹ cơ cấu và gắn kết của EU. Chương trình hỗ trợ tài chính của EU cung cấp một loạt khoản viện trợ, các khoản vay, bảo lãnh vay và đồng tài trợ cho các nghiên cứu khả thi và các dự án hạ tầng trong một số lĩnh vực then chốt, bao gồm môi trường, giao thông vận tải, năng lượng, viễn thông, du lịch, và y tế công cộng. Trên quan điểm thương mại, các sáng kiến này tạo ra các cơ hội thị trường quan trọng cho các doanh nghiệp, các nhà cung cấp và các nhà thầu phụ nước ngoài.

EU hỗ trợ các dự án trong các nước thành viên cũng như các dự án "hội nhập kinh tế" trên toàn EU.

Bảy chương trình nghiệp vụ của EU hiện đang hoạt động tại Bulgaria. Các chương trình này hỗ trợ các dự án thuộc các lĩnh vực năng lực cạnh tranh, môi trường, giao

thông vận tải, phát triển khu vực, hỗ trợ kỹ thuật, xây dựng năng lực và phát triển nguồn vốn nhân lực.

Liên minh châu Âu thực hiện việc tài trợ vốn cho dự án thông qua các khoản viện trợ của Ủy ban châu Âu và các khoản vay từ Ngân hàng Đầu tư châu Âu. Khoản viện trợ từ các Quỹ Cơ cấu được phân phối thông qua các cơ quan thẩm quyền quốc gia và khu vực của các nước thành viên.

- **Các quỹ cơ cấu EU**

Trong giai đoạn 2007-2013, EU đã phân bổ 308 tỷ EUR cho các dự án và các chương trình được tài trợ bởi các Quỹ Cơ cấu và Quỹ Gắn kết cho khối EU-27. Ngoài việc tài trợ các dự án phát triển kinh tế của các nước thành viên hoặc chính quyền địa phương đề xuất, các Quỹ Cơ cấu EU cũng hỗ trợ các dự án chuyên biệt xúc tiến các mục tiêu kinh tế xã hội EU. Để biết thông tin về các chương trình đã được phê duyệt, dẫn đến các đề xuất dự án trong tương lai, vui lòng truy cập: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.cfm

Đối với các dự án được tài trợ bởi các Quỹ Cơ cấu, các quan chức Bulgaria là những người ra quyết định. Họ đánh giá nhu cầu của đất nước, thẩm tra các dự án, đánh giá hồ sơ dự thầu, và trao các hợp đồng. Để thông thuộc với các chương trình hỗ trợ tài chính có sẵn tại Bulgaria, các nhà thầu nên gặp gỡ các quan chức địa phương để thảo luận về nhu cầu của địa phương.

Các cuộc đấu thầu do các cơ quan thẩm quyền mua sắm công của Bulgaria thực hiện cho các dự án được tài trợ bởi EU phải tuân theo của pháp luật về mua sắm công của EU nếu đáp ứng yêu cầu giá trị hợp đồng tối thiểu của EU đối với lãnh vực đủ điều kiện. Dưới ngưỡng này, các thủ tục đấu thầu phải tuân theo pháp luật đấu thầu quốc gia.

Tất cả các dự án được hỗ trợ bởi Quỹ Cơ cấu được đồng tài trợ bởi các chính quyền quốc gia và hầu hết các dự án này cũng có thể hội đủ điều kiện để nhận một khoản vay từ Ngân hàng Đầu tư châu Âu. Khu vực tư nhân cũng tham gia tài trợ dự án.

- **Quỹ gắn kết**

Quỹ Gắn kết là một công cụ khác của chính sách cơ cấu EU. Khoản ngân sách 61,5 triệu EUR của quỹ dành cho giai đoạn 2007-2013 là nhằm cải thiện sự gắn kết trong EU bằng cách tài trợ các dự án cơ sở hạ tầng giao thông và môi trường ở Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Hy Lạp và 12 nước thành viên EU mới (từ năm 2004) thuộc Trung và Đông Âu. Các dự án này thường được đồng tài trợ bởi các chính quyền quốc gia, Ngân hàng Đầu tư châu Âu và khu vực tư nhân.

Liên kết chính: http://ec.europa.eu/regional_policy/thefunds/cohesion/index_en.cfm

- **Các khoản vay từ Ngân hàng Đầu tư châu Âu**

Có trụ sở tại Luxembourg, Ngân hàng Đầu tư châu Âu (EIB) là nhánh tài chính của Liên minh châu Âu. Là một định chế ngân hàng phi lợi nhuận, EIB cung cấp các khoản cho vay dài hạn, có tính cạnh tranh về chi phí ở châu Âu. Nổi tiếng với những phân tích tài chính và kinh tế cho các dự án, Ngân hàng này cấp các khoản vay cho các khách hàng vay tại EU thuộc cả khu vực tư nhân và công cộng cho các dự án trong tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế, như viễn thông, giao thông vận tải, năng lượng, cơ sở hạ tầng và môi trường.

Các dự án do EIB tài trợ phải đóng góp vào các mục tiêu kinh tế xã hội được đặt ra bởi Liên minh châu Âu. Một số trong những mục tiêu này bao gồm thúc đẩy sự phát triển của các khu vực ít thuận lợi, cải thiện cơ sở hạ tầng giao thông và viễn thông châu Âu, bảo vệ môi trường, hỗ trợ các hoạt động của các DNNVV, hỗ trợ đổi mới đô thị và nói chung là thúc đẩy tăng trưởng, khả năng cạnh tranh và công ăn việc làm ở châu Âu. Năm ngoái, EIB đã tạo ra một danh sách các dự án được xem xét phê duyệt và công khai danh sách này trên trang web của mình. Như vậy, các trang web của EIB là một nguồn thông tin tình báo về các cuộc đấu thầu sắp tới liên quan đến các dự án được EIB tài trợ: <http://www.eib.org/projects/pipeline/index.htm>

EIB cung cấp nhiều cơ hội kinh doanh hấp dẫn cho các doanh nghiệp nước ngoài. Lãi suất cho vay của EIB thấp hơn so với hầu hết các mức lãi suất thương mại khác.

Giống như tất cả các khách hàng EIB, các công ty nước ngoài có thể xin vay vốn cho một dự án có đóng góp vào các mục tiêu châu Âu được trích dẫn ở trên.

Các nguồn thông tin trên Web

- Ngân hàng Tái thiết và Phát triển châu Âu - European Bank for Reconstruction and Development: <http://www.ebrd.bg>
- Ngân hàng Thế giới - World Bank - <http://www.worldbank.org/>
- Ngân hàng Đầu tư châu Âu - The European Investment Bank
<http://www.eib.org/>
- Các dự án được EIB tài trợ: <http://www.eib.org/projects/index.htm?lang=-en>
- Cơ sở dữ liệu về các cuộc đấu thầu của EU:
<http://export.gov/europeanunion/grantstendersandfinancing/index.asp>

Chương 7: Những điều cần biết khi kinh doanh tại Bulgaria

Những nhà đầu tư, giao thương tại Bulgaria sẽ thấy một Bulgaria có một lịch sử lâu đời, phong phú - cùng với những cảnh quan và thắng cảnh đẹp. Bulgaria là quê hương của một số nền văn minh sớm nhất của Châu Âu - người Thracia, người La Mã và người Byzantine - những nền văn minh để lại những kho tàng kiến trúc và nghệ thuật có giá trị. Giáp với Biển Đen và nhiều dãy núi, Bulgaria là một điểm thu hút khách du lịch thú vị cung cấp cho khách những chuyến đi với nhiều cảm xúc. Đất nước này nổi tiếng với các bãi biển, các khu nghỉ dưỡng và spa, sân gôn, du lịch nghỉ dưỡng/leo núi, trượt tuyết, tham quan sinh thái, du lịch văn hóa...

Tầm quan trọng của cuộc họp kinh doanh

Người Bulgaria rất coi trọng các cuộc họp kinh doanh và thể hiện sự tôn trọng đó bằng việc luôn tuân thủ các nghi thức trang trọng và các tiêu chuẩn về trang phục. Điều quan trọng là không được đánh giá thấp tính bộc trực của người Bulgaria. Mặc dù mọi người thường dè dặt hơn trong các tình huống kinh doanh, nhưng họ rất thẳng thắn, rõ ràng và dứt khoát. Sự hài hước có thể được sử dụng trong cuộc họp như một cách tốt để phá vỡ lớp băng hay những e ngại ban đầu.

Bạn hãy chuẩn bị tinh thần và thể lực cho một cuộc họp kinh doanh kéo dài. Thông thường các cuộc họp sẽ bị kéo dài hơn thời gian đã dự định, vì vậy cần có nhiều thời gian bổ sung giữa các cuộc họp. Sự kiên nhẫn và các mối quan hệ thân thiện là yếu tố quan trọng để thành công khi kinh doanh ở Bulgaria.

Lập kế hoạch các cuộc họp kinh doanh

Điều quan trọng là phải đặt lịch hẹn trước và cố gắng tránh những khoảng thời gian nghỉ lễ chính. Thông thường các cuộc hẹn sẽ mất một khoảng thời gian để được sắp xếp, tùy thuộc vào mức độ quan trọng của cuộc hẹn và mức độ quan trọng của người bạn cần gặp. Các cuộc hẹn làm việc thường được lên kế hoạch trước từ hai đến ba tuần và nên được sắp xếp bằng cách liên lạc qua điện thoại. Nếu bạn đến địa

điểm kinh doanh mà không hẹn trước, gần như chắc chắn rằng bạn sẽ không thể gặp được người mà bạn đang tìm kiếm.

Ở cuộc gặp đầu tiên với một đối tác người Bungari thường chỉ nhằm mục đích giới thiệu, làm quen mà sẽ không đưa ra quyết định nào. Thông thường, người Bulgaria chọn cách không vội vàng khi đưa ra các quyết định quan trọng. Ngoài ra, các đối tác kinh doanh cần lưu ý rằng người Bulgaria có xu hướng hạn chế hơn, khép kín hơn, đặc biệt là so với hầu hết các nền văn hóa các nước Tây Âu khác trong EU.

Quá trình đàm phán

Khi nói chuyện với đối tác người Bulgaria, bạn cần nhớ rằng các cuộc đàm phán chỉ được diễn ra với những người quản lý. Người quản lý có thể lấy đề xuất hoặc được tư vấn bởi nhân viên, đội hoặc nhóm cố vấn, nhưng sẽ là người trực tiếp đưa ra các quyết định cuối cùng.

Người Bulgaria có kỹ năng đàm phán rất linh hoạt và sẽ là người chủ động lắng nghe cũng như ít cha sẽ tông tin cá nhân. Có sự khác biệt trong cách nói chuyện và đàm phán giữa người sống ở các đô thị lớn và những người sống tại những khu vực khác. Trong cuộc đàm phán, người Bulgaria có khả năng đi thẳng vào vấn đề và thảo luận trước các vấn đề quan trọng. Khi công việc kinh doanh được hoàn tất, người Bulgaria sẽ ở lại bàn đàm phán để uống cà phê hoặc trà với bạn và bắt đầu nói đùa hoặc hỏi bạn về cảm nhận của bạn về đất nước con người Bulgaria. Họ sẽ cung cấp cho bạn những gợi ý về nơi để đi, cái để ăn, chỗ để gnhĩ ngơi vui chơi... và thậm chí có thể mời bạn ăn tối.

Người Bulgaria vẫn thích kết hợp việc kinh doanh với giải trí, vì vậy các cuộc đàm phán sẽ đi kèm với những đêm dài trong các quán rượu địa phương truyền thống với nhiều đồ ăn và thức uống. Các cuộc đàm phán không chỉ nhằm đạt được một thỏa thuận mà còn để đảm bảo rằng khách truy cập cảm thấy được chào đón ngay tại Bulgaria.

Giao thức cuộc họp kinh doanh

Bulgaria là một xã hội tôn trọng tính trang trọng, có nghĩa là bạn nên có những lời chào ban đầu một cách trang trọng.

Khi gặp mọi người trong cuộc họp, hãy bắt tay một cách chắc chắn, duy trì giao tiếp bằng mắt và sử dụng cách chào phù hợp với thời gian trong ngày. Nên gọi đối tác đi kèm với chức danh của họ (nếu bạn đã quen thuộc với họ) hoặc sử dụng Mr ‘Gospodin’ / Mrs ‘Gospozha’ với họ.

Chỉ bạn bè và các thành viên trong gia đình mới xưng hô với nhau bằng tên và ôm hoặc hôn nhau ở nơi công cộng. Một người nước ngoài nên luôn để các đối tác Bulgaria dẫn dắt khi các cuộc giao tiếp trở nên thân mật hơn. Danh thiếp luôn được trao đổi trong các cuộc họp đầu tiên và việc bạn trao đổi danh thiếp với tất cả các đối tác sẽ tạo ấn tượng tích cực.

Người Bulgaria tổ chức các cuộc họp theo phong cách phương Tây tuân theo các nghi thức và thủ tục nghiêm ngặt. Điều quan trọng là phải dành đủ thời gian cho các cuộc họp kinh doanh, vì chúng thường mất nhiều thời gian hơn dự kiến. Bạn phải đến đúng giờ hoặc đến sớm vài phút cho một cuộc hẹn. Trong trường hợp bất ngờ khiến bạn bị chậm trễ lâu hơn 10 hoặc 15 phút, tốt hơn là nên gọi điện thoại, xin lỗi về sự chậm trễ cùng với một thời gian dự kiến.

Trong văn hóa kinh doanh của người Bungari, thứ bậc trong tổ chức là quan trọng nhất, nhưng ý kiến của mọi người liên quan đều được xem xét và được tính đến trong quyết định cuối cùng. Các thành viên cao cấp có nhiều quyền hạn nhất và cũng yêu cầu một mức độ tôn trọng nhất định.

Các động thái sau cuộc gặp với khách hàng

“Follow” sau cuộc họp là điều cần thiết để thể hiện rằng bạn quan tâm và có mong muốn mối quan hệ thành công. Các cuộc họp ảo, trực tuyến chỉ được coi là thay thế cho các cuộc họp trực tiếp và chỉ nên được sử dụng khi cần thiết hoặc để bổ sung cho các chuyến thăm cá nhân thường xuyên cần thiết để duy trì mức độ tin cậy và hiểu biết.

Phong thái chậm rãi và cẩn trọng trong kinh doanh ở Bulgaria cũng như các thủ tục giấy tờ chi tiết là điều cần thiết cho các giao dịch kinh doanh và giao tiếp rõ ràng.

Bữa ăn trong kinh doanh

Thông thường, những người liên hệ công việc sẽ ăn trưa hoặc ăn tối cùng nhau sau cuộc họp của họ và ai đưa ra lời mời thì đó là người phải trả tiền. Trong một bữa ăn sau các cuộc gặp chính thức thường cho phép hai bên uống rượu, thậm chí có thể uống nhiều, và có thể hút thuốc, xì gà...

Người Bungari có thói quen nâng ly với 'rakia', một loại rượu mạnh từ nho hoặc mận đi kèm với món salad. Bánh mì nướng trong tiếng Bungari là 'nazdrave' có nghĩa là 'sức khỏe của bạn'.

Hút thuốc không phải là một vấn đề ở Bulgaria, và người Bulgaria có thể châm một điếu thuốc ngay giữa món salad của họ. Tuy nhiên, sẽ là lịch sự nếu bạn hỏi liệu có được chấp nhận hút thuốc khi đến văn phòng hoặc nhà của ai đó hay không.

Cách cư xử trên bàn ăn có xu hướng giản dị, mặc dù có một số quy tắc cần được tôn trọng. Khi được mời ngồi vào bàn, hãy đợi người chủ trì chỉ chỗ cho bạn và cho phép người cao cấp nhất bắt đầu, ngay cả khi bạn là khách danh dự. Phong tục là "Nazdrave", có nghĩa là "sức khỏe tốt" và điều rất quan trọng là không chỉ nói điều đó với cả bàn mà còn với mọi người khi giao tiếp bằng mắt.

Nếu bạn được mời đến ăn tối tại nhà của đối tác kinh doanh của bạn, điều quan trọng là phải mang theo thứ gì đó cho chủ nhà và bà chủ, chẳng hạn như một chai rượu vang ngon hoặc thứ gì đó ngọt ngào. Ngoài ra, bạn sẽ được tôn trọng hơn nếu bạn mang một thứ gì đó dành cho "cho ngôi nhà", chẳng hạn như một món quà lưu niệm nhỏ từ quê hương của bạn. Tránh những món quà đắt tiền vì cử chỉ này có thể bị hiểu nhầm, nhưng nếu chủ nhà có trẻ em, điều cần thiết là mang theo một số món quà cho họ dưới dạng sô cô la hoặc đồ ngọt khác.

Bữa trưa thường bắt đầu từ 12h30 đến 13 giờ, trong khi bữa tối bắt đầu từ 19 giờ đến 20 giờ. Tiếng Anh được sử dụng ở hầu hết các nhà hàng lớn, đặc biệt là ở thủ đô Sofia.

Các món ăn truyền thống phổ biến của vùng Balkan bao gồm: Shopska Salad, là món salad nổi tiếng nhất và là hỗn hợp của cà chua tươi, dưa chuột, ớt, hành tây và pho mát trắng Bungari; kavarma, một món hầm cay được chế biến trong một bát đất nung, banitsa, một chiếc bánh ngọt filo nhiều lớp với hỗn hợp trứng đánh bông và các miếng pho mát trắng, tarator, một món súp lạnh làm từ dưa chuột, sữa chua, tỏi, quả óc chó, thì là và dầu thực vật. Các món ăn phổ biến khác là mousaka, shkembe chorba, và đậu hầm. Sự kết hợp của thịt hầm, các loại rau và gia vị rất đặc trưng trong ẩm thực Bulgaria.

Một vài mẹo nhỏ

Các quyết định kinh doanh thường bị ảnh hưởng bởi thái độ cá nhân, vì vậy rất hữu ích khi tạo và duy trì mối quan hệ tốt với các đối tác.

Thông thường người Bulgaria có tổ chức kỷ niệm “Name day” của họ, cũng tương tự cũng như ngày sinh nhật. Trên thực tế, rất nhiều người Bulgaria tổ chức “Name day” của họ trước ngày sinh nhật một ngày và thường mang đồ uống và đồ ăn vặt vào văn phòng để chia sẻ. Tất cả những người được đặt tên theo các vị Thánh riêng đều kỷ niệm ngày đặt tên của họ vào cùng một ngày.

ĐỪNG đánh giá thấp tính bộc trực của người Bulgaria. Bất chấp danh tiếng dè dặt của họ khi đề cập đến các tình huống kinh doanh, giao tiếp trực tiếp và ngắn gọn hơn.

KHÔNG nói “Chiao” là “Xin chào”

Tập quán 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 lòng 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, phòng trưng bày xe cho các hoạt động quan hệ công chúng và để củng cố các mối quan hệ kinh doanh.

Một thói quen khá quynh rữ nhưng khó hiểu là cử động đầu 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 một nụ cười nhẹ, có 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.

Danh thiếp được trao đổi không chính thức và ngẫu nhiên mà không cần nhiều nghi thức. Quà tặng không phải là một thành phần thông lệ trong các cuộc họp kinh doanh ban đầu. Người Bulgari ngày càng có ý thức về 'thời gian' hơn và vì vậy bạn nên đến buổi hẹn sớm hoặc đúng giờ.

Các yêu cầu về thị thực nhập cảnh

Cơ quan di trú Bulgaria yêu cầu tất cả người nước ngoài phải khai báo mục đích của chuyến đi tại biên giới hoặc khi đến và cung cấp địa chỉ dự định ở lại của họ.

Du khách đến Bulgaria bằng tất cả các loại hộ chiếu (phổ thông, công vụ hay ngoại giao) và có ý định ở lại hơn 90 ngày phải xin Đại sứ quán hoặc Lãnh sự quán Bulgaria cấp thị thực "D". Việc cấp thị thực nhập cảnh mất khoảng 30-40 ngày. Thị thực "D" có thể được cấp cho các mục đích đi làm việc, mục đích truyền giáo, hoặc nếu bạn kết hôn với một công dân Bulgaria...

- **Visa khu vực Schengen**

Kể từ ngày 01/01/2007, nước Cộng hòa Bulgaria đã áp dụng Chính sách Visa chung của Liên minh châu Âu.

Theo Điều 4 của Luật liên quan đến các điều kiện gia nhập của nước Cộng hòa Bulgaria và Romania, các quy định của qui tắc Schengen quy định tại Phụ lục II của

Đạo luật này phải được tuân thủ và áp dụng tại Cộng hòa Bulgaria kể từ ngày gia nhập (01/01/2007), trong khi phần còn lại sẽ được áp dụng từ ngày có quyết định của Hội đồng về việc gia nhập của Bulgaria vào khu vực Schengen.

Việc gia nhập khu vực Schengen là một ưu tiên quan trọng của Bulgaria. Những nỗ lực trong quá trình chuẩn bị đã được tập trung vào việc đáp ứng các tiêu chuẩn Schengen cao và đảm bảo biên giới với bên ngoài đáng tin cậy.

Để đáp ứng các tiêu chí Schengen, Bulgaria đã thực hiện tất cả các hành động cần thiết để hài hòa ngay lập tức luật lệ quốc gia với pháp luật châu Âu, cập nhật cơ sở các điều ước quốc tế, cung cấp trang thiết bị và cơ sở hạ tầng kỹ thuật hiện đại liên quan và tăng cường năng lực quản lý theo thực tiễn của quốc gia thành viên EU.

Hiện tại Bulgaria chỉ cấp phát các thị thực quốc gia. Những người được cấp thị thực đó không có quyền nhập cảnh vào khu vực Schengen.

Chế độ miễn thị thực cho người có thị thực Schengen cho một kỳ nghỉ lên đến 90 ngày

Vào ngày 25/01/2012, Hội đồng Bộ trưởng nước Cộng hòa Bulgaria đã thông qua một quyết định, theo đó cho đến ngày Bulgaria gia nhập hoàn toàn vào khu vực Schengen, Bulgaria sẽ đơn phương áp dụng hệ thống miễn thị thực cho người đã có thị thực Schengen hợp lệ. Người đã có thị thực Schengen được phép nhập cảnh và cư trú tại Cộng hòa Bulgaria trong thời hạn không quá ba tháng kể từ ngày nhập cảnh lần đầu tiên, mà không cần phải có thị thực lưu trú ngắn hạn của Bulgaria. Quyết định có hiệu lực vào ngày 31/01/2012.

Kể từ khi gia nhập EU vào năm 2007, Bulgaria đã áp dụng Quy chế số 539/2001 ngày 15/03/2001 của Hội đồng (EC) liệt kê danh sách các nước thứ ba theo đó công dân của các nước này được miễn thị thực hoặc phải có sẵn thị thực khi qua biên giới.

- **Các loại thị thực**

- + Visa A (cho quá cảnh sân bay).

- + Visa C (cho lưu trú ngắn hạn với mục đích quá cảnh hoặc lưu trú theo kế hoạch đã định).
- + Visa D (cho lưu trú dài hạn).

- **Các yêu cầu khi nhập cảnh**

Người nước ngoài có thể nhập cảnh vào Cộng hòa Bulgaria nếu có đủ giấy tờ du lịch thông thường hoặc giấy tờ tương đương khác cũng như thị thực nhập cảnh theo yêu cầu.

Pháp luật Bulgaria yêu cầu tất cả du khách xuất nhập cảnh EU thông qua Bulgaria mang theo tiền mặt trị giá trên 10.000 euro (11.396 USD) phải kê khai số tiền với hải quan. Sáng kiến này đã được thực hiện để hỗ trợ các nỗ lực của EU nhằm giải quyết tội phạm và cải thiện an ninh thông qua việc trấn áp nạn rửa tiền, khủng bố và tội phạm. Những người nhập cảnh Bulgaria ở các sân bay Sofia, Varna, Bourgas hoặc Plovdiv và mang tiền vượt quá mức nêu trên nên sử dụng luồng đỏ "Có thứ cần kê khai" và chứ không phải luồng xanh "Không có gì để khai báo".

Người xuất cảnh mang theo khoản tiền với tương đương 25.000 BGN hay hơn phải hoàn thành tờ khai hải quan trong đó phải nêu rõ nguồn gốc số tiền và xuất trình giấy chứng nhận của cơ quan doanh thu nội bộ khu vực Bulgaria chứng minh rằng họ không nợ thuế, trừ phi khoản tiền này ít hơn số tiền ban đầu đã khai báo khi mang vào Bulgaria.

Các du khách nên đổi tiền mặt hoặc séc du lịch tại các ngân hàng hoặc phòng đổi ngoại tệ. Rất ít phòng đổi ngoại tệ thu hoa hồng phí cho các giao dịch tiền mặt và séc du lịch, nhưng phí có thể cao hoặc không được niêm yết rõ ràng. Các tờ giấy bạc đô la Mỹ bị hư hỏng hoặc sờn rách thường không được chấp nhận tại các ngân hàng hoặc các phòng đổi tiền. Tất cả khách sạn đều chấp nhận các loại thẻ tín dụng chính, nhưng một số cửa hàng nhỏ và nhà hàng có thể không chấp nhận. Máy rút tiền ATM đang gia tăng về số lượng ở Sofia và các thành phố lớn khác, nhưng các thẻ ngân hàng, thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng nên sử dụng thận trọng do có khả năng bị lừa đảo hoặc dính vào các hoạt động tội phạm khác. Hãy cảnh giác với các thiết bị

quét (skimming) lắp đặt trên các máy ATM. Chỉ sử dụng máy ATM bên trong các tổ chức lớn như các ngân hàng hoặc các trung tâm mua sắm lớn. Hãy hạn chế việc sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán các hóa đơn khách sạn hoặc hóa đơn từ các nơi bán hàng khác.

Nếu đi cùng vật nuôi, cần phải có giấy chứng nhận đã khám sức khỏe của bác sĩ thú y trong vòng một tuần trước khi khởi hành; giấy chứng nhận bệnh dại trong vòng sáu tháng sau khi khởi hành.

- Được phép mang vào Bulgaria

200 điếu thuốc lá hoặc 100 điếu xì gà loại nhỏ (cigarillos) hoặc 50 điếu xì gà thông thường hoặc 250 gram thuốc lá sọ để hút.

1 lít rượu mạnh với nồng độ cồn trên 22% thể tích.

2 lít rượu vang hoặc 2 lít rượu vang và 2 lít rượu vang nổ hoặc rượu mạnh.

500 gam cà phê hoặc 200 gram chiết xuất cà phê.

100 gam trà hoặc 40 gram chiết xuất trà.

50 gam nước hoa.

250 ml nước vệ sinh.

Các khoản tiền mặt lớn hơn 8000 lev sẽ được yêu cầu điền vào tờ khai hải quan tiền tệ trước khi được phép nhập cảnh vào quốc gia này.

- Cấm mang vào Bulgaria

Dược phẩm bất hợp pháp.

Súng và Đạn - trừ khi được phép.

Dao và vũ khí chết người.

Hóa chất nguy hiểm.

Các chất làm hỏng tầng ôzôn.

Vật nuôi đã qua kiểm dịch.

Tài liệu khiêu dâm.

- Hạn chế mang vào Bulgaria

Máy tính gia đình không được chấp nhận là vật dụng cá nhân và sẽ phải chịu thuế hải quan và thuế nhập khẩu.

Các mặt hàng điện và đồ nội thất mới phải chịu thuế và phí.

- Các hàng hoá bắt buộc phải có hoá đơn

Rượu và các loại rượu mạnh khác phải chịu thuế hải quan

Tổng cộng tối đa 60g đồ trang sức và phụ kiện từ hợp kim vàng và bạch kim.

Bạc, chưa qua chế biến hoặc đã chế biến một nửa và tiền xu, cũng như đồ trang sức và phụ kiện từ hợp kim của bạc tổng cộng có khối lượng đến 300g mà không tính đến hàm lượng của bạc;

Đá quý: Một người phải khai báo bằng văn bản về kim loại quý, đá quý và các sản phẩm có và từ chúng vượt quá số lượng nêu trên, cũng như các sản phẩm từ kim loại quý và đá quý ở dạng bột hoặc dạng khác hình thức chưa được đề cập ở trên.

- Các mặt hàng sau đây có thể được nhập khẩu trong các điều kiện đặc biệt.

Mẫu vật động thực vật.

Đạn dược và súng để săn bắn hợp pháp.

Vật liệu hạt nhân, chất phóng xạ và các nguồn bức xạ ion hóa khác.

Không có sản phẩm thuốc hết hạn được phép sử dụng trong nước.

Trò chơi trực tiếp và vật liệu di truyền, chiến tích săn bắn, gạc trò chơi và trò chơi.

Kho tàng văn hóa, bao gồm cả những thứ làm bằng đá quý và kim loại quý.

- **Thị thực nhập cảnh**

Một công dân nước ngoài muốn xin thị thực nhập cảnh vào Bulgaria phải có đủ giấy tờ du lịch thông thường đáp ứng các yêu cầu sau: (i) còn hiệu lực ít nhất là 3 tháng sau ngày dự định rời khỏi lãnh thổ của nước Cộng hòa Bulgaria hoặc trong trường hợp nhập cảnh nhiều lần – là sau ngày rời khỏi lãnh thổ của nước Cộng hòa Bulgaria theo lịch trình lần cuối cùng; (ii) còn có ít nhất 2 trang trắng cho mục đích thị thực; (iii) đã được cấp trong vòng 10 năm qua.

Thị thực được cấp bởi cơ quan đại diện ngoại giao và lãnh sự của nước Cộng hòa Bulgaria.

- **Đơn xin thị thực nhập cảnh**

Các đơn xin thị thực nên được nộp không sớm hơn 3 tháng trước ngày dự định đi du lịch, tự gửi hoặc thông qua một đại lý ủy quyền, trừ các trường hợp nhân đạo.

- **Các yêu cầu khi điền đơn xin thị thực nhập cảnh**

Tất cả các mục trong đơn xin phải được điền rõ ràng bằng chữ đánh máy. Tên họ phải được điền bằng các chữ cái Latin (theo cách đánh vần trong hộ chiếu du lịch nước ngoài). Phần còn lại phải được điền bằng tiếng Anh hoặc tiếng Bulgaria.

Khi xin thị thực loại "D", cần có cuộc phỏng vấn cá nhân bắt buộc, sẽ không có ngoại lệ nào đối với yêu cầu phỏng vấn cá nhân khi nộp đơn xin thị thực lưu trú dài ngày.

Các giấy tờ phải nộp cùng với đơn xin thị thực:

- + Một bản sao trang đầu của hộ chiếu;
- + Một bản sao thị thực Schengen và Bulgaria gần nhất hoặc thị thực của Anh và Mỹ, nếu có.

- + Một ảnh màu 3,5 cm x 4,5 cm trên nền màu sáng
- + Bảo hiểm y tế có giá trị tại các nước thành viên EU cho toàn bộ thời gian của chuyến đi, bao gồm tất cả chi phí hồi hương và chăm sóc y tế khẩn cấp và điều trị cấp cứu trong bệnh viện. Số tiền bảo hiểm không được thấp hơn 30.000 €
- + Các vé (bản gốc và bản sao) hoặc xác nhận đặt vé hay các phương tiện tài chính
- + Bản sao hộ chiếu kỹ thuật của chiếc xe dùng trong chuyến đi

- **Phí xin thị thực**

Lệ phí 60 euro sẽ được thu bất kể loại thị thực và nơi nộp đơn xin cấp thị thực. Không thu thêm lệ phí để có thể được áp dụng quy trình "nhanh".

Phí thị thực phải được thanh toán vào thời điểm nộp đơn xin cấp thị thực và không được hoàn trả bất kể quyết định cuối cùng về việc xin thị thực.

Khi nộp đơn xin thị thực quá cảnh sân bay hoặc thị thực ngắn hạn, một lệ phí 60 euro sẽ được thu, đối với trẻ em từ 6 đến 12 tuổi, lệ phí là 35 euro, trừ khi có quy định khác của pháp luật, điều ước quốc tế mà Cộng hòa Bulgaria là một bên tham gia, của một công cụ pháp lý thuộc Liên minh/Cộng đồng châu Âu, của một thỏa thuận với các nước thứ ba hoặc của một công cụ pháp lý của Hội đồng Bộ trưởng.

Khi nộp đơn xin thị thực lưu trú dài hạn (thị thực loại D), một lệ phí khoảng 100 euro sẽ được thu, nhưng khi xin thị thực lưu trú dài ngày theo Điều 15, khoản 2 của bộ Luật người nước ngoài tại Cộng hòa Bulgaria, lệ phí sẽ là 200 euro.

Truyền thông, điện

Bulgaria có cơ sở hạ tầng viễn thông rất tốt với ba nhà cung cấp dịch vụ di động (Vivacom, A1 (Mtel), Globul) và nhiều dịch vụ không dây cho khách doanh nhân. Các điểm truy cập Wi-Fi tồn tại khắp Sofia (chủ yếu tại các quán cà phê, nhà hàng lớn, trung tâm thương mại, hành lang khách sạn, công viên công cộng và tại Sân bay Sofia) và ở các thị trấn lớn hơn (Plovdiv, Varna, Burgas).

Lĩnh vực viễn thông đã được hưởng lợi từ việc Bulgaria gia nhập và thích ứng với các biện pháp quản lý của EU, tư nhân hóa nhiều hơn, giảm bớt sự độc quyền. Dân cư Bulgaria đang chuyển sang sử dụng mạng cáp quang cho băng thông rộng. Chính phủ đang đầu tư vào các chương trình băng thông rộng ở nông thôn. Hiện nay có 2 nhà khai thác đang thử nghiệm vận hành 5G. Chất lượng ngày càng được cải thiện. Bulgaria có một thị trường di động tăng trưởng nhanh với sự cạnh tranh tích cực.

Mã quốc gia của Bulgaria là 359 theo sau là mã vùng thích hợp của thành phố. Mỗi thành phố ở Bulgaria đều có mã riêng: Sofia -2, hoặc 02, Plovdiv-32, Varna-52, Bourgas-56, Stara Zagora-42, và Veliko Tarnovo-62.

Điện áp và phích cắm được sử dụng là 220 volt. Trừ khi máy tính hoặc thiết bị của bạn là điện áp kép hoặc được thiết kế cho 220-230 volt (loại F; ba ngành hình trụ), bạn sẽ cần một bộ chuyển đổi hoặc máy biến áp. Các chu kỳ (Hz) là 50 mỗi giây.

Bulgaria có 4 đài truyền hình mặt đất quốc gia, 1 đài thuộc sở hữu nhà nước và 3 đài tư nhân; một loạt các đài truyền hình có sẵn từ các nhà cung cấp truyền hình cáp và vệ tinh; đài phát thanh quốc gia thuộc sở hữu nhà nước trên 3 mạng; có một số lượng lớn các đài phát thanh tư nhân phát sóng, đặc biệt là ở các khu vực thành thị.

Tiền tệ

Đơn vị tiền tệ của Bulgaria là:

Lev, hoặc Leva - лева

tiền xu là Stotinki - стотинки,

mã đơn vị tiền tệ là 'BGN' và ký hiệu tiền tệ là лев (lev).

Tính đến giữa tháng 6 năm 2016, một Lev Bungari bằng 0,58 USD. Du khách nên đổi tiền mặt tại các ngân hàng hoặc phòng thu đổi. Các ngân hàng và văn phòng hối đoái không chấp nhận séc du lịch. USD bị hư hỏng thường không được chấp nhận tại các ngân hàng hoặc các văn phòng hối đoái.

United Bulgarian Bank đóng vai trò là đại lý của Western Union và cung cấp dịch vụ chuyển tiền trực tiếp. Có nhiều chi nhánh của Western Union tại các thị trấn và thành phố lớn. Nhiều cửa hàng, khách sạn và nhà hàng, ngoại trừ các khách sạn lớn, không chấp nhận thẻ tín dụng.

Máy rút tiền ATM đang gia tăng ở Sofia và các thành phố lớn khác, nhưng thẻ ngân hàng, thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng nên được sử dụng thận trọng do có khả năng gian lận hoặc hoạt động tội phạm khác. Hãy cảnh giác với các thiết bị đọc lướt được đặt trên các máy giao dịch tự động. Chỉ sử dụng máy ATM bên trong các địa điểm lớn như ngân hàng hoặc trung tâm thương mại lớn. Hạn chế sử dụng thẻ tín dụng của bạn đối với hóa đơn khách sạn hoặc hóa đơn từ các nhà cung cấp lớn khác.

Giao thông vận tải

Ô tô cho thuê, xe buýt, tàu điện ngầm, taxi và xe lửa ở nhiều mức độ thuận tiện khác nhau ở một số thành phố của Bulgaria.

Taxi phổ biến trên khắp Bulgaria. Du khách nên sử dụng taxi có đồng hồ tính cước và giá cước được đánh dấu rõ ràng được dán trên kính chắn gió phía hành khách. Giá tiêu chuẩn thường dao động trong khoảng 0,79 BGN đến 0,90 (khoảng 45 US cent theo tỷ giá hối đoái hiện tại) trên mỗi km. Bạn sẽ phải trả số tiền đã đăng, vì vậy bạn nên kiểm tra giá cước trước khi vào taxi và chuẩn bị sẵn tiền lẻ vì tài xế taxi thường nói rằng họ không có tiền lẻ để trả lại.

Tại sân bay, có một lối ra được đánh dấu rõ ràng bên trong nhà ga đến dẫn du khách đến những chiếc taxi có đồng hồ tính tiền với mức giá hợp lý và một gian hàng hỗ trợ dịch vụ taxi. Du khách nên hỏi về giá vé trước khi lên taxi và luôn tính toán tất cả hành lý, gói hàng và vật dụng xách tay trước khi thanh toán và giảm thuế. Bạn có thể thêm tiền tip khoảng 10-12% số tiền phải trả.

Hiện tại, không có taxi đi chung ở Bulgaria

Sân bay Sofia cách trung tâm thành phố Sofia khoảng 20-30 phút và một chuyến taxi có thể tốn khoảng 15-25 BGN (cần gạt)

Giờ cao điểm đông đúc của Sofia là từ 8 giờ sáng đến 9 giờ sáng và 5 giờ chiều đến 8 giờ tối

Hệ thống tàu điện ngầm của Sofia là mới có và có hai tuyến. Một tuyến thứ ba đang được xây dựng. Một vé điện tử cho 10 chuyến đi có giá 16 BGN.

Dịch vụ cho thuê xe: Hertz, Avis, Budget và Europcar đều có sẵn và bạn có thể thuê tại sân bay Sofia hoặc tại hầu hết các khách sạn lớn.

Sân bay và Hãng hàng không

Các sân bay chính của Bulgaria là Sofia (SOF), Burgas (BOJ), Varna (VAR), Plovdiv (PDV) và Gorna Oryahovitsa (GOZ).

Nhiều hãng hàng không lớn của châu Âu bao gồm đang có chuyến bay đến và đi tại Bulgaria như Aeroflot, Aegean Airlines, Air Malta, Air France, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Cyprus airlines, El Al, LOT, Lufthansa, TAROM, Turkish Airlines và đồng chia sẻ với Iberia, Finnair, KLM, TAP và SAS, và Air Serbia.

Các hãng hàng không giá rẻ như Easyjet, Ryanair, Wizzair, Germanwings, Norwegian, Climber và S7 kết nối các sân bay của Bulgaria với phần còn lại của châu Âu.

Nhiều hãng hàng không của Mỹ như United, Delta và American Airlines khai thác các chuyến bay đến Sofia. Bulgari Air cũng đang khai thác các chuyến bay quốc tế cũng như dịch vụ nội địa giữa Sofia, Varna và Burgas.

Hãng hàng không Qatar cung cấp các chuyến bay đến Trung và Viễn Đông.

Ngôn ngữ

Bulgaria là ngôn ngữ Slavic sử dụng bảng chữ cái Cyrillic. Tiếng Anh thường được sử dụng khi tiến hành kinh doanh. Nhiều người Bulgaria cũng hiểu được tiếng Nga. Tiếng Đức và Pháp cũng được sử dụng rộng rãi.

Chào - Zdravejte / Zdrasti

Chào buổi sáng - Dobro utro

Chào buổi chiều - Dobar den

Chào buổi tối - Dobar vyechyer

Tạm biệt - Ciao

Cảm ơn - Mersi

Y tế

Tất cả các công dân nước ngoài đến Bulgaria có thể được yêu cầu xuất trình chứng cứ hợp lệ về bảo hiểm y tế cho các cơ quan chức biên giới Bulgaria để được nhập cảnh vào nước này.

Bảo hiểm nên còn giá trị trong suốt thời gian du khách lưu lại Bulgaria. Hãy tham khảo ý kiến với các công ty bảo hiểm y tế hoặc các đại lý lữ hành trước khi đi du lịch ở nước ngoài để xem liệu có cần mua bảo hiểm du lịch hoặc để xác nhận chính sách bảo hiểm có được áp dụng ở nước ngoài hay không và có bao gồm các chi phí y tế khẩn cấp hay không.

Hiện nay, nhiều đại lý du lịch và các công ty tư nhân cung cấp dịch vụ mua bảo hiểm cho du khách để chi trả các dịch vụ y tế phát sinh ở nước ngoài, bao gồm cả các dịch vụ khẩn cấp.

112 là số điện thoại khẩn cấp phổ biến có thể được gọi miễn phí từ hầu hết các điện thoại di động dành cho cảnh sát, xe cứu thương hoặc cứu hỏa

Các hiệu thuốc (аптека - có chữ thập màu xanh lá cây) cung cấp các loại thuốc đơn giản, chẳng hạn như aspirin, vitamin, băng bó, thuốc mỡ và thuốc cảm. Đối với các loại thuốc khác, bạn sẽ cần đơn thuốc của bác sĩ

Thời gian làm việc, các ngày nghỉ lễ

Giờ địa phương là EET (UTC + 2-3 giờ; Giờ Đông Âu và Giờ mùa hè châu Âu) + 7 hoặc 8 giờ. Giờ mùa hè thường bắt đầu vào cuối tháng Ba và kết thúc vào cuối tháng Mười.

Cũng như ở phần phần lớn các quốc gia châu Âu, hoạt động kinh doanh chậm lại đáng kể trong thời gian cuối tháng 7 và phần lớn tháng 8 khi nhiều người Bulgaria nghỉ hè kéo dài.

Người Bulgaria làm việc 40 giờ một tuần, từ thứ Hai đến thứ Sáu. Các doanh nghiệp mở cửa lúc 8:30 - 9:00 sáng và đóng cửa từ 5:00 - 6:00 chiều. Có thể khó sắp xếp các cuộc họp vào chiều thứ Sáu trong những tháng mùa hè vì người Bulgaria thường nghỉ sớm để đi nghỉ cuối tuần.

Giờ làm việc chung:

Văn phòng và Tổ chức: 08:30 sáng - 05:00 chiều

Ngân hàng: 08:30 sáng - 05:00 chiều

Trung tâm thương mại: 10:00 sáng - 10:00 tối

Siêu thị: 07:00 sáng - 10:00 tối

Có nhiều cửa hàng 24/7 ở Bulgaria, đặc biệt là ở các thành phố lớn hơn như Sofia, Plovdiv, Bourgas và Varna.

Một số ngày nghỉ lễ ở Bulgaria: Ngày năm mới (01/01), Ngày không làm việc (Chính phủ quy định hàng năm đây là ngày không làm việc – 02/01), Ngày tổng thống (19/02), Ngày Quốc khánh Kỷ niệm Giải phóng khỏi Đế chế Ottoman (03/3), Ngày Thứ Sáu Tuần Thánh, Ngày Thứ Hai Phục sinh Chính thống giáo, Ngày quốc tế lao động (01/5), Ngày thánh George, Ngày lễ tình nhân và quân đội Bulgaria, Ngày các Thánh Cyril & Methodius, Ngày tưởng niệm (28/5), Ngày thống nhất Bulgaria (6/9), Ngày quốc khánh (24/9), Lễ tạ ơn, Gia nhập sinh (24,25,26/12), Ngày cuối năm (31/12)

Tạm nhập vật liệu và các đồ dùng cá nhân

Trên lý thuyết, các vật dụng cá nhân nhập khẩu tạm thời bởi du khách như máy tính xách tay, phần mềm và các vật liệu triển lãm phải được khai báo khi đến Bulgaria. Du khách nên khai báo đồ trang sức, máy ảnh, và các đồ vật giá trị khác ngay khi đến nơi để tránh những khó khăn khi xuất cảnh. Tờ khai phải được xuất trình cho Hải quan khi xuất cảnh.

Luật pháp Bulgaria yêu cầu tất cả du khách nhập cảnh hoặc xuất cảnh khỏi EU thông qua Bulgaria với 10.000 EUR (hiện tại khoảng 11.396,01 USD) bằng tiền mặt, phải khai báo số tiền này với hải quan Bulgaria. Sáng kiến này của EU hỗ trợ các nỗ lực giải quyết tội phạm và cải thiện an ninh bằng cách ngăn chặn rửa tiền, khủng bố và tội phạm. Du khách mang theo tiền vượt quá số tiền trên nên sử dụng tuyến khai báo màu đỏ "Điều gì đó cần khai báo", chứ không phải dòng màu xanh lá cây "Không có gì để khai báo", ngay cả khi được một công chức hải quan mời đặc biệt vào dòng màu xanh lục.

Những du khách cố gắng rời khỏi Bulgaria với số tiền tương đương từ 25.000 BGN trở lên phải hoàn thành tờ khai hải quan nêu rõ: nguồn gốc của số tiền và giấy chứng nhận từ dịch vụ doanh thu nội bộ khu vực của Bulgaria chứng minh rằng họ không nợ thuế, trừ khi số tiền ít so với số tiền được báo cáo ban đầu khi được đưa vào quốc gia.

Nếu đi cùng vật nuôi, cần phải có giấy chứng nhận đã khám sức khỏe của bác sĩ thú y trong vòng một tuần trước khi khởi hành; giấy chứng nhận bệnh dại trong vòng sáu tháng sau khi khởi hành.

Chương 8: Các đầu mối tiếp xúc, các sự kiện thương mại

Các đầu mối tiếp xúc

- **Các hiệp hội thương mại và công nghiệp**

- + **Phòng Thương mại và Công nghiệp Bulgaria (Bulgarian Chamber of Commerce and Industry)**

- Chủ tịch: Ông Tzvetan Simeonov
- Giám đốc Business Center – Bà. Margarita Damyanova

Địa chỉ: 9, Iskar Street

1058 Sofia

Phone: (359) (2) 987-2528, 8117-444, 8117-489

Fax: (359) (2) 8117-490

E-mail: interdept@bccci.bg, simeonov@bccci.bg;

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

- + **Liên đoàn giới chủ và công nghiệp tại Bulgaria (Confederation of the Employers and Industrialists in Bulgaria)**

- Chủ tịch: Ông Kiril Domuschiev
- Giám đốc điều hành: Ông Evgenii Ivanov

Địa chỉ: 8, Khan Asparuh Str.

1463 Sofia

Phone: (359) (2) 981-9169 Fax: (359) (2) 988-6776

E-mail: office@ceibg.bg

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

+ **Hiệp hội Công nghiệp Bulgaria (Bulgarian Industrial Association)**

- Chủ tịch: Ông Sasho Dontchev
- Giám đốc điều hành: Ông Bozhidar Danev
- Giám đốc, Các Tổ chức và Chương trình quốc tế (International Organizations and Programs): Ông Branimir Handjiev

Địa chỉ: 16-20, Alabin Street 1000 Sofia

Phone: (359) (2) 932-0911, 932-0914, 932-0922

Fax: (359) (2) 987-2604

E-mail: office@bia-bg.com;

Website: <http://www.bia-bg.com/>

+ **Phòng Xây dựng Bulgaria (Bulgarian Construction Chamber)**

- Chủ tịch: Ông Svetoslav Glossov
- Giám đốc điều hành: Mr. Ivan Boykov

Địa chỉ: 6, Mihail Tenev Str. 1784 Sofia

Phone: (359) (2) 806-2910, 806-2911

Fax: (359)(2) 963 2425

E-mail: office@ksb.bg;

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

+ **Hiệp hội Công nghệ thông tin Bulgaria (Bulgarian Association for Information Technologies)**

- Chủ tịch: Ông Peter Ivanov
- Tổng giám đốc: Ông Vessela Kalucheva

Địa chỉ: 36, Dragan Tsankov Blvd., Intepred World Trade Center, Office B339

1040 Sofia

Phone: (359) (2) 946 1513

Fax: (359) (2) 946-1451

E-mail: bait@bait.bg

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

- **Các đầu mối tiếp xúc thuộc Chính quyền Bulgaria**

- + **Đại sứ quán Công hòa Bulgaria tại Hà Nội**

Embassy of the Republic of Bulgaria in Hanoi

Địa chỉ: Số 5 Núi Trúc, Hà Nội, P.O. Box 10

Tel.: +844 3845 2908

Fax: +844 3846 0856

Đường dây nóng ngoài giờ: +84 123 940 9129

Giờ làm việc chính thức của Văn phòng Lãnh sự: Thứ Hai đến thứ Sáu, 9AM - 12PM

E-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: 963 2743/201

- Phòng Thư ký: 963 2609 /200
- Lãnh sự: 963 2609/110
- Bộ phận Kinh tế - Thương mại: 963 2609/102

Email: vnemb.bg@mofa.gov.vn

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

Điện thoại: (359) 2963 2609

Fax: (359) 2963 3658

Email: vnemb.bg@mofa.gov.vn

+ **Chính quyền Bulgaria:** <http://www.government.bg/>

+ **Cơ quan Đầu tư Bulgaria (InvestBulgaria Agency)**

Giám đốc điều hành: Ông Stamen Yanev

Địa chỉ: 31, Aksakov Street

1000 Sofia

Phone: (359) (2) 985-5505 Fax: (359)(2) 980-1320

E-mail: iba@investbg.government.bg

Website: <http://www.investbg.government.bg/>

+ **Cơ quan Tư nhân hóa (Privatization Agency)**

Executive Director: Mr. Emil Karanikolov

Địa chỉ: 23, Vrabcha Street

1000 Sofia

Phone: (359) (2) 970 16 00; 987-3249

Fax: (359)(2) 981-6201, 981-1307

E-mail: press@priv.government.bg

Website: <http://www.priv.government.bg/>

+ Ủy ban Điều hành Truyền thông (Communications Regulation Commission)

Chủ tịch: Ông Veselin Bozhkov

Địa chỉ: 6, Gurko Street

1000 Sofia

Phone: (359) (2) 949-2775

Fax: (359) (2) 987-0695

E-mail: info@crc.bg

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

+ Viện Tiêu chuẩn hóa Bulgaria (Bulgarian Institute for Standardization)

Chủ tịch: Ông Ivelin Burov

Địa chỉ: 13, Lachezar Stanchev Street, Izgrev

1797 Sofia

Phone: (359) (2) 81 74 523

Fax: (359)(2) 873 55 97

E-mail: standards@bds-bg.org

Website: <http://www.bds-bg.org/>

+ **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/>

+ **Văn phòng Bằng sáng chế và Thương hiệu (Patent and Trademark Office)**

Chủ tịch: Ông Kamen Veselinov

Địa chỉ: 52-B, G. M. Dimitrov Blvd.

1040 Sofia

Phone: (359) (2) 873 51 71, 9701 321

Fax: (359)(2) 873-52 58, 870 83 25

E-mail: bpo@bpo.bg

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

• **Báo chí Bulgaria**

+ **Nhật báo TRUD**

Địa chỉ: 47, Tzarigradsko Shousse Blvd., Sofia 1504

▫ Tổng biên tập: Bà Svetlana Djamdjieva – (3592) 9214-204

- Chủ bút phần Tin Thương mại (Business News Editor): Ông Georgi Velikov - (3592) 9214-142
- Bộ phận Quảng cáo và Thông báo: (3592) 942-2130, (3592) 942-2132, (3592) 942-2134, (3592) 942-2133

Fax: (3592)-942-2831, 9433940

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

+ **Nhật báo 24 CHASA**

Địa chỉ: 47, Tsarigradsko Shosse Blvd., Sofia 1504

- Tổng biên tập: Ông Borislav Zyumbulev – (3592) 942-25-00
- Bộ phận Quảng cáo: (3592) 942-2143, (3592) 942-4130 (32, 33, 34, 35), (3592) 942-2145 (46, 47)

Fax: (3592) 942-2819

Website: <http://www.24chasa.bg>

+ **Nhật báo STANDART**

Địa chỉ: 23, Mizia Str., Sofia 1124

- Tổng biên tập: Bà Slavka Bozukova – (3592) 8182-303, (359)888-870-455
- Bộ phận Quảng cáo: Bà Viktoria Ilkova - (3592) 81-82-345, 81-82-320; 81-82-311

Fax: (3592) 81-82-395

E-mail: agency@standartnews.com

Website: <http://www.standartnews.com>

+ **Nhật báo SEGA**

Địa chỉ: 1, Bulgaria Square, Sofia 1463

- Tổng biên tập: Bà Teodora Peeva – (3592)4282-300, (3592) 4282-305
- Bộ phận Quảng cáo: (3592) 4282-314, (3592) 4282-350

E-mail: adv@segabg.com

Website: <http://www.segabg.com>

+ **Nhật báo NOVINAR**

Địa chỉ: 31, Iskar St., Sofia 1000

- Tổng biên tập: Ông Stoyan Sirakov (3592) 943-45-32
- Bộ phận Quảng cáo: phone (3592) 400-64-27

Fax: (3592) 400-6426

E-mail: novinar@novinar.bg

Website: <http://www.novinar.net>

+ **Nhật báo KAPITAL**

Địa chỉ: 16, Ivan Vazov St., Sofia 1000

- Tổng biên tập: Bà Stanka Tosheva (3592) 4615 414
- Bộ phận Quảng cáo: (3592) 4615 444

E-mail: capital.daily@capital.bg

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

+ **Tuần báo KAPITAL**

Địa chỉ: 20, Ivan Vazov St., Sofia 1000

▫ Tổng biên tập: Bà Stanka Tosheva. (3592) 4615 414

▫ Bộ phận Quảng cáo: phone (3592) 4615 444

Fax: (3592) 4615 236

E-mail: reklama@capital.bg

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

+ **Nhật báo MONITOR**

Địa chỉ: 113A, Tsarigradsko Shosse Blvd. Sofia 1784

▫ Chủ nhiệm Ban Biên tập: Bà Irena Krasteva – (3592) 9602-243

▫ Bộ phận Quảng cáo: Bà Natasha Rusenova (3592) 9602-214

Fax: (3592) 9602-213

E-mail: monitor@monitor.bg

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

+ **Tuần báo BANKER**

Địa chỉ: 5B, Tzvetna Gradina Str., Sofia 1421

▫ Tổng biên tập: Bà Bistra Georgieva, (3592) 4409 440

Fax: (3592) 4409 435

▫ Bộ phận Quảng cáo – Mrs. Krassimir Tomov (3592) 4409 408

E-mail: reklama@banker.bg; advertising@banker.bg

Website: www.banker.bg

+ **Nhật báo PRESA**

Địa chỉ: 2, Maria Luiza Blvd., Business Center TZUM, Sofia 1000

▫ Tổng biên tập: Ông Tosho Toshev (3592) 9370-769; (3592) 9370-774

▫ Bộ phận Quảng cáo – Bà Denka Vassileva (3592) 933 0913

E-mail: presa@presa.bg

- **Các định chế tài chính quốc tế**

- + **Ngân hàng Tái thiết và Phát triển châu Âu (European Bank for Reconstruction and Development)**

Văn phòng thương trú Sofia

Địa chỉ: 17, Moskovska Street, 1000 Sofia

Phone: (359) (2) 932-1414

Fax: (359) (2) 932-1441

E-mail: sofiaro@ebrd.com

Website: <http://www.ebrd.com/>

- + **Ngân hàng Đầu tư châu Âu (European Investment Bank)**

Địa chỉ: 98-100, Boulevard Konrad Adenauer

L-2950 Luxembourg

Phone: (352) 43 79-3122 Fax: (325) 43 79-3191, 43 77 04

E-mail: info@eib.org

Website: <http://www.eib.org/>

- + **Cơ quan Bảo lãnh Đầu tư Đa phương (Multilateral Investment Guarantee Agency)**

World Bank Group

Địa chỉ: 1818 H Street, N.W. Washington, D.C. 20433

Phone: (202) 473 1000

Fax: (202) 522-2630

Website: <http://www.miga.org/>

+ Đoàn Đại diện Ủy ban châu Âu tại Bulgaria

Địa chỉ: 9 Moskovska Str., Sofia 1000

Phone: (359) (2) 933-5252

Fax: (359) (2) 933-5233

E-mail: COMM-REP-SOF@ec.europa.eu; guest@evropa.bg

Website: <http://ec.europa.eu/bulgaria/>

+ Ngân hàng Thế giới (World Bank)

Địa chỉ: 36, Dragan Tsankov Blvd.

World Trade Center, block A, 5th Fl., 1057 Sofia

Phone: (359) (2) 969-7229

Fax: (359)(2) 971-2045

E-mail: info@worldbank.org

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

• Các ngân hàng Bulgaria

Thông tin về các đầu mối tiếp xúc của các ngân hàng Bulgaria có thể tìm thấy tại trang web của Ngân hàng quốc gia Bulgaria (Bulgarian National Bank)

Website:

- + <http://www.bnb.bg/>
- + http://www.bnb.bg/BankSupervision/BSCreditInstitution/BSCIRegistrars/BS_CI_REG_BANKSLIST_EN/
- **Hiệp hội các ngân hàng tại Bulgaria:** <http://abanksb.bg/en/>

Các sự kiện thương mại

1. Holiday and Spa Expo 2026

Holiday and Spa Expo 2026 là một trong những triển lãm hàng đầu khu vực châu Âu dành cho ngành du lịch, nghỉ dưỡng và spa. Sự kiện quy tụ các doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực khách sạn, du lịch, chăm sóc sức khỏe, làm đẹp và spa đến từ khắp nơi trên thế giới. Đây là cơ hội tuyệt vời để các đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch, spa và wellness giới thiệu sản phẩm, công nghệ, xu hướng mới nhất, cũng như mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Holiday and Spa Expo 2026 dự kiến diễn ra từ **12 – 14 tháng 2 năm 2026**.
- **Địa điểm:** Inter Expo Center, Sofia, Bulgaria.

Mục đích và Nội dung:

- **Giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ du lịch – spa hàng đầu:** Holiday and Spa Expo 2026 là nơi quy tụ các doanh nghiệp trong ngành du lịch, nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe và làm đẹp nhằm trưng bày, giới thiệu những sản phẩm, dịch vụ và giải pháp sáng tạo nhất cho thị trường toàn cầu.
- **Khám phá xu hướng du lịch và wellness hiện đại:** Sự kiện sẽ giới thiệu những xu hướng nổi bật trong du lịch bền vững, du lịch chăm sóc sức khỏe

(wellness tourism), nghỉ dưỡng cao cấp, spa trị liệu, và các công nghệ ứng dụng trong ngành hospitality.

- **Kết nối và hợp tác quốc tế:** Holiday and Spa Expo 2026 là nơi lý tưởng để các doanh nghiệp du lịch, khách sạn, spa, hãng lữ hành, và các nhà đầu tư quốc tế gặp gỡ, thiết lập mối quan hệ và cùng nhau phát triển các dự án du lịch – nghỉ dưỡng trong tương lai.

Lợi ích khi tham gia Holiday and Spa Expo 2026:

- **Cập nhật xu hướng du lịch và spa mới nhất:** Tìm hiểu các sản phẩm, công nghệ và giải pháp mới trong du lịch, chăm sóc sức khỏe, làm đẹp và wellness.
- **Tăng cường hợp tác quốc tế:** Gặp gỡ các đối tác tiềm năng trong lĩnh vực khách sạn, hãng hàng không, resort, trung tâm spa, và các công ty cung cấp dịch vụ du lịch.
- **Cơ hội quảng bá thương hiệu toàn cầu:** Doanh nghiệp có thể quảng bá sản phẩm và dịch vụ của mình đến hàng nghìn khách tham quan, nhà phân phối và chuyên gia trong ngành.
- **Tiếp cận khách hàng và nhà đầu tư mới:** Sự kiện thu hút sự tham gia của các công ty lữ hành quốc tế, tổ chức xúc tiến du lịch, và các chuyên gia wellness từ hơn 30 quốc gia.

Các hoạt động nổi bật:

- **Triển lãm sản phẩm và dịch vụ du lịch – spa:** Các gian hàng trưng bày từ khách sạn, resort, hãng hàng không, trung tâm spa, nhà cung cấp thiết bị làm đẹp, và công ty du lịch quốc tế.
- **Hội thảo chuyên đề (Conference Sessions):** Diễn ra các buổi hội thảo, tọa đàm với chủ đề về phát triển du lịch bền vững, đổi mới dịch vụ khách sạn, wellness trends và digital marketing trong ngành du lịch.

- **Diễn đàn kết nối doanh nghiệp (B2B Networking Forum):** Tạo cơ hội kết nối trực tiếp giữa các doanh nghiệp, giúp mở rộng thị trường và tăng cường hợp tác quốc tế.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các công ty du lịch và lữ hành:** Các hãng du lịch trong và ngoài nước giới thiệu tour, gói nghỉ dưỡng, và các điểm đến hấp dẫn.
- **Khách sạn, resort và trung tâm spa:** Các đơn vị cung cấp dịch vụ lưu trú, chăm sóc sức khỏe, spa trị liệu và wellness.
- **Các hãng hàng không và tổ chức xúc tiến du lịch:** Tham gia nhằm quảng bá điểm đến, kết nối đối tác và mở rộng mạng lưới hợp tác toàn cầu.
- **Các doanh nghiệp làm đẹp và chăm sóc sức khỏe:** Giới thiệu công nghệ, sản phẩm, thiết bị làm đẹp và liệu pháp mới nhất trong lĩnh vực spa và wellness.

Tại sao nên tham gia Holiday and Spa Expo 2026?

- Khám phá các xu hướng du lịch và wellness toàn cầu.
- Kết nối trực tiếp với hàng trăm doanh nghiệp quốc tế.
- Cập nhật các công nghệ và mô hình kinh doanh du lịch hiện đại.
- Tăng cường quảng bá hình ảnh thương hiệu đến đối tác và khách hàng quốc tế.

Holiday and Spa Expo 2026 là sự kiện không thể bỏ qua đối với các doanh nghiệp trong ngành du lịch, khách sạn, spa và chăm sóc sức khỏe. Tham gia sự kiện giúp bạn nắm bắt xu hướng mới, mở rộng mạng lưới đối tác và đón đầu cơ hội phát triển trong ngành du lịch và wellness toàn cầu.

2. Education, Research and Development International Conference 2026 (ERDIC 2026)

Education, Research and Development International Conference 2026 (ERDIC 2026) là một trong những hội nghị học thuật quốc tế hàng đầu, tập trung vào các chủ đề về giáo dục, nghiên cứu khoa học và phát triển bền vững. Sự kiện là diễn đàn quốc tế quy tụ các nhà nghiên cứu, giảng viên, chuyên gia và học giả đến từ khắp nơi trên thế giới để chia sẻ kết quả nghiên cứu, trao đổi kinh nghiệm và thảo luận các xu hướng mới trong giáo dục và phát triển.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **10 – 14 tháng 7 năm 2026**.
- **Địa điểm:** **Burgas, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Thúc đẩy hợp tác nghiên cứu và giáo dục quốc tế:** ERDIC 2026 tạo cơ hội để các nhà khoa học, giảng viên, sinh viên sau đại học và chuyên gia trong các lĩnh vực khác nhau cùng nhau chia sẻ ý tưởng, phương pháp nghiên cứu, và kết quả học thuật mới nhất.
- **Trao đổi kiến thức về đổi mới trong giáo dục:** Hội nghị tập trung vào các xu hướng hiện đại trong giáo dục như học tập kết hợp (blended learning), công nghệ giáo dục (EdTech), học tập suốt đời và phát triển kỹ năng sáng tạo cho thế hệ mới.
- **Khuyến khích phát triển khoa học và công nghệ vì sự tiến bộ xã hội:** ERDIC 2026 hướng tới việc kết nối giữa nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ và ứng dụng thực tiễn, góp phần giải quyết các thách thức toàn cầu về giáo dục, môi trường, và phát triển bền vững.

Lợi ích khi tham gia ERDIC 2026:

- **Cập nhật các nghiên cứu và xu hướng mới trong giáo dục và phát triển:** Tham dự viên sẽ có cơ hội tiếp cận các kết quả nghiên cứu mới nhất từ các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức giáo dục toàn cầu.

- **Mở rộng mạng lưới học thuật quốc tế:** ERDIC 2026 là nơi kết nối các nhà nghiên cứu, học giả, giảng viên và chuyên gia từ hơn 40 quốc gia, mở rộng cơ hội hợp tác nghiên cứu xuyên quốc gia.
- **Cơ hội công bố khoa học quốc tế:** Các bài báo được trình bày tại hội nghị sẽ có cơ hội được xuất bản trong **Kỷ yếu Hội nghị quốc tế** hoặc trên các tạp chí học thuật được chỉ mục (indexed journals).
- **Phát triển kỹ năng nghiên cứu và giảng dạy:** Các phiên workshop và thảo luận chuyên sâu giúp người tham dự nâng cao kỹ năng trình bày học thuật, viết bài nghiên cứu và phát triển dự án khoa học.

Các hoạt động nổi bật:

- **Phiên trình bày học thuật (Paper Presentation Sessions):** Các học giả trình bày kết quả nghiên cứu trong nhiều lĩnh vực: giáo dục, xã hội học, khoa học, công nghệ, quản lý và đổi mới sáng tạo.
- **Hội thảo chuyên đề (Thematic Workshops):** Thảo luận chuyên sâu về các chủ đề như “Chuyển đổi số trong giáo dục”, “AI và học tập cá nhân hóa”, “Đổi mới nghiên cứu trong thời đại toàn cầu hóa”.
- **Diễn đàn nghiên cứu và hợp tác (Networking Forum):** Cơ hội gặp gỡ, thảo luận và thiết lập quan hệ hợp tác nghiên cứu giữa các trường đại học, viện nghiên cứu, và tổ chức quốc tế.
- **Triển lãm học thuật (Academic Exhibition):** Giới thiệu các sản phẩm, công trình nghiên cứu, tài liệu học thuật và công nghệ giáo dục từ các tổ chức giáo dục và doanh nghiệp.

Ai sẽ tham dự?:

- **Nhà nghiên cứu và học giả:** Các nhà khoa học, giảng viên, và chuyên gia trong lĩnh vực giáo dục, khoa học xã hội, kỹ thuật, công nghệ và quản lý.

- **Sinh viên sau đại học và nghiên cứu sinh:** Có cơ hội trình bày công trình nghiên cứu, nhận phản biện khoa học và kết nối với các chuyên gia trong lĩnh vực quan tâm.
- **Đại diện các tổ chức giáo dục và học viện:** Các trường đại học, viện nghiên cứu, trung tâm đào tạo và tổ chức học thuật quốc tế.
- **Nhà hoạch định chính sách và tổ chức phi lợi nhuận:** Tham gia chia sẻ về chính sách giáo dục, phát triển nguồn nhân lực và hợp tác quốc tế trong lĩnh vực học thuật.

Tại sao nên tham gia ERDIC 2026?

- Tiếp cận tri thức và nghiên cứu toàn cầu.
- Tham gia diễn đàn học thuật quốc tế uy tín.
- Kết nối và hợp tác với các chuyên gia và học giả hàng đầu.
- Cơ hội công bố và lan tỏa công trình nghiên cứu quốc tế.

Education, Research and Development International Conference 2026 (ERDIC 2026) là một sự kiện học thuật quan trọng dành cho các nhà nghiên cứu và chuyên gia trong lĩnh vực giáo dục và phát triển. Tham gia hội nghị không chỉ giúp nâng cao năng lực nghiên cứu, mở rộng quan hệ học thuật quốc tế mà còn góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền giáo dục toàn cầu trong kỷ nguyên mới.

3. Arena of Beauty Professional Trade Expo 2026

Arena of Beauty Professional Trade Expo 2026 là triển lãm thương mại quốc tế hàng đầu tại khu vực Đông Âu dành cho các chuyên gia và doanh nghiệp trong ngành làm đẹp, mỹ phẩm, chăm sóc da, tóc, và spa. Đây là sự kiện quan trọng quy tụ các thương hiệu hàng đầu, nhà phân phối, chuyên gia thẩm mỹ, và nhà sản xuất từ khắp nơi trên thế giới nhằm giới thiệu các sản phẩm, công nghệ và xu hướng mới nhất trong lĩnh vực làm đẹp chuyên nghiệp.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ 7 – 9 tháng 11 năm 2026.
- **Địa điểm:** Inter Expo Center, Sofia, Bulgaria.

Mục đích và Nội dung:

- **Giới thiệu sản phẩm và công nghệ làm đẹp tiên tiến:** Arena of Beauty Professional Trade Expo 2026 là nơi các thương hiệu mỹ phẩm, thiết bị spa, salon tóc, và trung tâm chăm sóc da giới thiệu những công nghệ, phương pháp và sản phẩm mới nhất trong ngành làm đẹp chuyên nghiệp.
- **Khám phá xu hướng làm đẹp toàn cầu:** Sự kiện mang đến cái nhìn toàn diện về các xu hướng mới trong chăm sóc sắc đẹp, từ mỹ phẩm hữu cơ, sản phẩm chống lão hóa, đến các thiết bị thẩm mỹ công nghệ cao và liệu pháp chăm sóc sức khỏe toàn thân (wellness & holistic beauty).
- **Tạo cơ hội hợp tác và mở rộng kinh doanh:** Arena of Beauty 2026 đóng vai trò như cầu nối giữa nhà sản xuất, nhà phân phối, salon, spa, và các chuyên gia thẩm mỹ, giúp mở rộng mạng lưới đối tác và tạo cơ hội phát triển thương hiệu trên thị trường quốc tế.

Lợi ích khi tham gia Arena of Beauty Professional Trade Expo 2026:

- **Khám phá hàng nghìn sản phẩm và công nghệ làm đẹp mới:** Bao gồm mỹ phẩm, thiết bị spa, dụng cụ chăm sóc tóc, da, và móng, cùng các giải pháp chăm sóc sắc đẹp tiên tiến.
- **Gặp gỡ trực tiếp các thương hiệu hàng đầu:** Hơn 300 thương hiệu quốc tế và khu vực sẽ tham gia giới thiệu sản phẩm, tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng hợp tác thương mại.
- **Cập nhật xu hướng và kiến thức chuyên môn:** Các phiên hội thảo, workshop và trình diễn trực tiếp (live demo) mang đến kiến thức thực tế và kỹ thuật mới cho các chuyên gia làm đẹp.

- **Tăng cường quảng bá thương hiệu và mở rộng thị trường:** Arena of Beauty 2026 là nền tảng hiệu quả để doanh nghiệp tiếp cận khách hàng tiềm năng, nhà phân phối và chuyên gia trong ngành trên toàn cầu.

Các hoạt động nổi bật:

- **Triển lãm sản phẩm và thiết bị làm đẹp:** Trưng bày các dòng sản phẩm chăm sóc da, tóc, móng, mỹ phẩm, nước hoa, cùng thiết bị spa và công nghệ thẩm mỹ hiện đại.
- **Hội thảo và đào tạo chuyên ngành:** Diễn ra các buổi hội thảo, workshop và lớp đào tạo chuyên sâu do các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực làm đẹp hướng dẫn, chia sẻ kỹ thuật, xu hướng và bí quyết nghề nghiệp.
- **Cuộc thi và trình diễn trực tiếp:** Bao gồm các cuộc thi làm tóc, trang điểm, nail art và trình diễn kỹ thuật spa – tạo không khí sôi động và sáng tạo cho toàn bộ sự kiện.
- **Diễn đàn kết nối doanh nghiệp (B2B Networking):** Cung cấp không gian để các thương hiệu, nhà phân phối, salon, và spa gặp gỡ, thiết lập mối quan hệ kinh doanh mới.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các chuyên gia làm đẹp và thẩm mỹ:** Bao gồm chuyên viên chăm sóc da, tóc, móng, chuyên gia trang điểm, kỹ thuật viên spa và bác sĩ thẩm mỹ.
- **Các nhà sản xuất và phân phối mỹ phẩm:** Các công ty cung cấp mỹ phẩm, dụng cụ làm đẹp, và thiết bị spa hàng đầu trong khu vực và quốc tế.
- **Chủ salon, spa và trung tâm chăm sóc sức khỏe:** Tìm kiếm công nghệ mới, sản phẩm chất lượng cao và xu hướng để nâng cấp dịch vụ của mình.
- **Đại diện thương mại, nhà đầu tư và doanh nhân trong ngành:** Tận dụng cơ hội tìm kiếm đối tác, phân phối sản phẩm và mở rộng thương hiệu tại thị trường châu Âu.

Tại sao nên tham gia Arena of Beauty Professional Trade Expo 2026?

- Khám phá các công nghệ và xu hướng làm đẹp toàn cầu.
- Kết nối trực tiếp với các thương hiệu và chuyên gia hàng đầu.
- Cập nhật kiến thức và kỹ thuật chuyên môn mới nhất.
- Tăng cường quảng bá và mở rộng mạng lưới kinh doanh quốc tế.

Arena of Beauty Professional Trade Expo 2026 là sự kiện không thể bỏ qua đối với các doanh nghiệp, chuyên gia và tổ chức trong ngành làm đẹp và chăm sóc sức khỏe. Sự kiện mang đến cơ hội độc đáo để học hỏi, kết nối và phát triển trong lĩnh vực làm đẹp chuyên nghiệp – nơi giao thoa giữa xu hướng, công nghệ và sáng tạo.

4. International Conference on Agriculture and Food 2026 (AgriFood 2026)

International Conference on Agriculture and Food 2026 (AgriFood 2026) là một trong những hội nghị quốc tế uy tín hàng đầu về nông nghiệp, công nghệ thực phẩm và phát triển bền vững. Sự kiện quy tụ các nhà khoa học, chuyên gia, nhà quản lý và doanh nghiệp từ khắp nơi trên thế giới để chia sẻ kết quả nghiên cứu, thảo luận các thách thức toàn cầu và giới thiệu những tiến bộ khoa học – công nghệ mới nhất trong lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp thực phẩm.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **18 – 21 tháng 9 năm 2026**.
- **Địa điểm:** **Burgas, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Thúc đẩy nghiên cứu và đổi mới trong nông nghiệp – thực phẩm:**
AgriFood 2026 nhằm mục tiêu tạo diễn đàn học thuật quốc tế để các nhà nghiên cứu, chuyên gia và tổ chức chia sẻ kết quả nghiên cứu mới, phương

pháp khoa học tiên tiến và ứng dụng công nghệ trong nông nghiệp và sản xuất thực phẩm.

- **Thảo luận các xu hướng phát triển bền vững:** Hội nghị tập trung vào các vấn đề then chốt như nông nghiệp thông minh (smart farming), công nghệ sinh học, an ninh lương thực, chuỗi cung ứng thực phẩm, và tác động của biến đổi khí hậu đối với sản xuất nông nghiệp.
- **Tăng cường hợp tác quốc tế:** AgriFood 2026 là cầu nối giữa các viện nghiên cứu, trường đại học, doanh nghiệp và cơ quan nhà nước trong việc xây dựng chiến lược phát triển bền vững cho nông nghiệp và công nghiệp thực phẩm toàn cầu.

Lợi ích khi tham gia AgriFood 2026:

- **Cập nhật những tiến bộ khoa học và công nghệ mới nhất:** Các bài báo và nghiên cứu được trình bày tại hội nghị sẽ cung cấp cái nhìn toàn diện về đổi mới trong lĩnh vực nông nghiệp, công nghệ thực phẩm và quản lý tài nguyên.
- **Kết nối học thuật và hợp tác quốc tế:** Tham gia AgriFood 2026 giúp mở rộng mạng lưới chuyên môn với các nhà nghiên cứu, chuyên gia, tổ chức và doanh nghiệp trên toàn cầu.
- **Cơ hội công bố nghiên cứu quốc tế:** Các công trình được chấp nhận sẽ được xuất bản trong **Kỷ yếu Hội nghị quốc tế** và có thể được lựa chọn đăng tải trên các tạp chí khoa học có chỉ mục quốc tế.
- **Đóng góp vào phát triển bền vững:** Hội nghị thúc đẩy trao đổi kiến thức và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất, giảm thiểu tác động môi trường và đảm bảo an ninh lương thực toàn cầu.

Các hoạt động nổi bật:

- **Phiên trình bày nghiên cứu (Scientific Paper Presentations):** Các nhà khoa học, giảng viên và nghiên cứu sinh trình bày các kết quả nghiên cứu

liên quan đến nông nghiệp, công nghệ thực phẩm, môi trường, và kinh tế nông nghiệp.

- **Hội thảo chuyên đề (Thematic Sessions):** Tập trung vào các chủ đề như nông nghiệp chính xác (precision agriculture), ứng dụng AI và IoT trong sản xuất nông nghiệp, thực phẩm chức năng, và an toàn thực phẩm.
- **Diễn đàn hợp tác quốc tế (Networking and Collaboration Forum):** Tạo cơ hội kết nối giữa các tổ chức học thuật, viện nghiên cứu, doanh nghiệp và nhà hoạch định chính sách để hình thành các dự án hợp tác và chuyển giao công nghệ.
- **Triển lãm công nghệ nông nghiệp – thực phẩm (AgriTech & Food Expo):** Giới thiệu các thiết bị, sản phẩm và công nghệ tiên tiến phục vụ sản xuất, chế biến và quản lý chuỗi cung ứng thực phẩm.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các nhà khoa học và học giả:** Đại diện các viện nghiên cứu, trường đại học và tổ chức khoa học trong lĩnh vực nông nghiệp, thực phẩm, sinh học và môi trường.
- **Các doanh nghiệp và nhà sản xuất nông nghiệp:** Các công ty, hợp tác xã, nhà sản xuất thiết bị, công nghệ và doanh nghiệp chế biến thực phẩm.
- **Cơ quan quản lý và tổ chức quốc tế:** Đại diện các bộ ngành, tổ chức phi chính phủ, và hiệp hội quốc tế về nông nghiệp và phát triển bền vững.
- **Sinh viên sau đại học và nghiên cứu sinh:** Có cơ hội trình bày công trình nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm và mở rộng mối quan hệ học thuật.

Tại sao nên tham gia AgriFood 2026?

- Khám phá những đổi mới khoa học trong nông nghiệp và công nghệ thực phẩm.

- Kết nối với các chuyên gia và tổ chức quốc tế hàng đầu.
- Cập nhật xu hướng phát triển bền vững và công nghệ mới.
- Cơ hội công bố và hợp tác nghiên cứu quốc tế.

International Conference on Agriculture and Food 2026 (AgriFood 2026) là sự kiện học thuật quốc tế quan trọng dành cho các nhà nghiên cứu, doanh nghiệp và tổ chức hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp, thực phẩm và phát triển bền vững. Tham dự hội nghị giúp mở rộng tri thức, tăng cường hợp tác và đóng góp cho sự phát triển của nền nông nghiệp toàn cầu trong kỷ nguyên công nghệ và đổi mới sáng tạo.

5. International Conference Economy and Business 2026 (ICEB 2026)

International Conference Economy and Business 2026 (ICEB 2026) là hội nghị học thuật quốc tế thường niên uy tín, quy tụ các nhà nghiên cứu, học giả, nhà quản lý và chuyên gia trong lĩnh vực kinh tế, tài chính và quản trị kinh doanh. Sự kiện là diễn đàn học thuật toàn cầu nhằm trao đổi kết quả nghiên cứu mới, thảo luận các xu hướng và thách thức trong nền kinh tế hiện đại, cũng như thúc đẩy hợp tác giữa giới học thuật và doanh nghiệp.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **1 – 5 tháng 9 năm 2026**.
- **Địa điểm:** **Burgas, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Thúc đẩy nghiên cứu học thuật và chia sẻ tri thức kinh tế toàn cầu:** ICEB 2026 là nền tảng để các nhà nghiên cứu và chuyên gia từ khắp nơi trên thế giới chia sẻ kết quả nghiên cứu, mô hình kinh tế, và chiến lược phát triển kinh doanh trong bối cảnh toàn cầu hóa.
- **Thảo luận về xu hướng và đổi mới trong kinh tế – kinh doanh:** Hội nghị tập trung vào các chủ đề trọng điểm như kinh tế số, quản trị tài chính, đổi

mới sáng tạo, khởi nghiệp, chuyển đổi số trong doanh nghiệp, và phát triển bền vững.

- **Tăng cường hợp tác giữa học thuật và thực tiễn kinh doanh:** ICEB 2026 tạo cơ hội kết nối giữa giới nghiên cứu, tổ chức giáo dục, doanh nghiệp và nhà hoạch định chính sách nhằm thúc đẩy ứng dụng kết quả nghiên cứu vào thực tế.

Lợi ích khi tham gia ICEB 2026:

- **Cập nhật kiến thức và xu hướng mới trong lĩnh vực kinh tế và kinh doanh:** Các báo cáo tại hội nghị trình bày các nghiên cứu chuyên sâu về thị trường, tài chính, quản trị và đổi mới doanh nghiệp trong thời đại số.
- **Mở rộng mạng lưới học thuật và hợp tác quốc tế:** ICEB 2026 quy tụ các chuyên gia, học giả, giảng viên, và lãnh đạo doanh nghiệp từ hơn 40 quốc gia, tạo cơ hội kết nối và phát triển quan hệ hợp tác lâu dài.
- **Cơ hội công bố nghiên cứu quốc tế:** Các bài báo được chọn lọc sẽ được xuất bản trong **Kỷ yếu Hội nghị quốc tế (Conference Proceedings)** và có thể được giới thiệu trên các tạp chí khoa học quốc tế có chỉ mục.
- **Thúc đẩy liên kết học thuật – doanh nghiệp:** Hội nghị tạo diễn đàn để trao đổi ý tưởng, kinh nghiệm và cơ hội hợp tác giữa học giả, doanh nghiệp và cơ quan quản lý.

Các hoạt động nổi bật:

- **Phiên trình bày học thuật (Academic Paper Sessions):** Các học giả trình bày kết quả nghiên cứu về các lĩnh vực như kinh tế học, quản trị, marketing, tài chính, logistics, và quản lý nhân sự.
- **Hội thảo chuyên đề (Thematic Workshops):** Thảo luận chuyên sâu về các chủ đề như phát triển kinh tế bền vững, đầu tư quốc tế, quản trị chiến lược, chuyển đổi số và tác động của AI đối với mô hình kinh doanh.

- **Diễn đàn hợp tác và kết nối (Networking Forum):** Tạo cơ hội gặp gỡ giữa các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp và tổ chức quốc tế để xây dựng mối quan hệ và khởi xướng dự án hợp tác.
- **Phiên tọa đàm doanh nghiệp (Business Dialogue Session):** Các nhà lãnh đạo doanh nghiệp và chuyên gia kinh tế chia sẻ tầm nhìn, xu hướng thị trường và chiến lược phát triển trong kỷ nguyên toàn cầu hóa.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các nhà nghiên cứu và học giả:** Đại diện các viện nghiên cứu, trường đại học, và chuyên gia trong lĩnh vực kinh tế, quản trị, và tài chính.
- **Các doanh nhân, nhà quản lý và lãnh đạo doanh nghiệp:** Tham dự để tìm kiếm xu hướng, chiến lược và cơ hội hợp tác kinh doanh quốc tế.
- **Sinh viên sau đại học và nghiên cứu sinh:** Cơ hội học hỏi, trình bày công trình nghiên cứu và mở rộng mối quan hệ học thuật.
- **Các tổ chức và cơ quan chính sách:** Các đại diện từ tổ chức chính phủ, tổ chức tài chính và hiệp hội kinh doanh tham gia để thảo luận chính sách và định hướng phát triển kinh tế.

Tại sao nên tham gia ICEB 2026?

- Khám phá xu hướng mới và các giải pháp sáng tạo trong kinh tế và kinh doanh.
- Cập nhật các nghiên cứu và mô hình quản trị hiện đại từ các chuyên gia quốc tế.
- Kết nối với mạng lưới học giả, doanh nghiệp và tổ chức toàn cầu.
- Cơ hội công bố nghiên cứu và hợp tác trong các dự án quốc tế.

International Conference Economy and Business 2026 (ICEB 2026) là sự kiện học thuật quốc tế quan trọng dành cho những ai quan tâm đến nghiên cứu và thực

hành trong lĩnh vực kinh tế, tài chính và quản trị kinh doanh. Tham dự hội nghị giúp mở rộng tầm nhìn, nâng cao kiến thức chuyên môn, và thúc đẩy hợp tác toàn cầu trong bối cảnh nền kinh tế không ngừng biến đổi.

6. International Exhibition for Furniture, Interior Textile and Home Accessories 2026 (Expomebel 2026)

International Exhibition for Furniture, Interior Textile and Home Accessories 2026 (Expomebel 2026) là một trong những triển lãm thương mại quốc tế hàng đầu tại Đông Âu dành cho ngành nội thất, thiết kế không gian sống và trang trí nhà ở. Sự kiện quy tụ hàng trăm thương hiệu, nhà sản xuất, nhà thiết kế và nhà phân phối đến từ khắp nơi trên thế giới, giới thiệu những xu hướng mới nhất về nội thất, vật liệu, dệt may trang trí và phụ kiện gia đình. Đây là điểm đến không thể bỏ qua dành cho các chuyên gia, doanh nghiệp và khách hàng yêu thích thiết kế, sáng tạo và phong cách sống hiện đại.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **20 – 24 tháng 3 năm 2026**.
- **Địa điểm:** **Inter Expo Center, Sofia, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Trung bày các sản phẩm nội thất và thiết kế sáng tạo:** Expomebel 2026 mang đến không gian triển lãm chuyên nghiệp, nơi các doanh nghiệp trong lĩnh vực nội thất, dệt may trang trí và phụ kiện gia đình trưng bày những sản phẩm độc đáo, công nghệ tiên tiến và xu hướng thiết kế mới nhất.
- **Thúc đẩy đổi mới và phát triển trong ngành nội thất:** Sự kiện là nền tảng giao lưu, chia sẻ ý tưởng và giải pháp giữa các nhà thiết kế, nhà sản xuất và người tiêu dùng, góp phần định hình phong cách sống và xu hướng trang trí nội thất trong tương lai.
- **Tăng cường cơ hội hợp tác và thương mại quốc tế:** Expomebel 2026 tạo cơ hội kết nối giữa các doanh nghiệp trong nước và quốc tế, giúp mở rộng thị

trường, xây dựng quan hệ đối tác và phát triển thương hiệu trong lĩnh vực nội thất – trang trí.

Lợi ích khi tham gia Expomebel 2026:

- **Khám phá xu hướng nội thất và thiết kế mới:** Cập nhật những phong cách nội thất hiện đại, vật liệu thân thiện môi trường, công nghệ sản xuất mới và các giải pháp trang trí sáng tạo.
- **Mở rộng cơ hội hợp tác kinh doanh:** Gặp gỡ hàng trăm nhà cung cấp, nhà phân phối, kiến trúc sư, và nhà thiết kế để tìm kiếm đối tác, sản phẩm và ý tưởng mới.
- **Quảng bá thương hiệu và sản phẩm:** Các doanh nghiệp có cơ hội giới thiệu sản phẩm đến hàng nghìn khách tham quan chuyên ngành, đại diện thương mại và nhà đầu tư quốc tế.
- **Trải nghiệm các giải pháp sống hiện đại:** Khám phá những xu hướng mới về thiết kế nội thất thông minh, bền vững và tích hợp công nghệ vào không gian sống.

Các hoạt động nổi bật:

- **Triển lãm sản phẩm nội thất – dệt may – phụ kiện trang trí:** Hàng loạt gian hàng trưng bày nội thất gia đình, văn phòng, bếp, phòng tắm; đồ gỗ, sofa, rèm cửa, thảm, đèn và đồ trang trí cao cấp.
- **Khu trưng bày thiết kế sáng tạo (Design Zone):** Giới thiệu các sản phẩm và ý tưởng thiết kế độc đáo từ các nhà thiết kế trẻ, studio sáng tạo và thương hiệu nổi tiếng trong ngành nội thất.
- **Hội thảo chuyên đề (Design & Innovation Forum):** Các buổi hội thảo, tọa đàm chia sẻ về xu hướng thiết kế hiện đại, công nghệ sản xuất xanh, và phát triển nội thất bền vững.

- **Diễn đàn kết nối doanh nghiệp (B2B Meetings):** Không gian gặp gỡ trực tiếp giữa các nhà sản xuất, nhà phân phối, kiến trúc sư và nhà đầu tư nhằm tìm kiếm cơ hội hợp tác thương mại.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các nhà sản xuất và cung cấp nội thất:** Các công ty chuyên sản xuất đồ gỗ, đồ nội thất gia đình, văn phòng, cũng như các sản phẩm thiết kế và trang trí nội thất.
- **Các nhà thiết kế và kiến trúc sư:** Tham dự để khám phá xu hướng thiết kế mới, công nghệ vật liệu hiện đại và tìm kiếm đối tác sáng tạo.
- **Các doanh nghiệp thương mại và nhà phân phối:** Các công ty kinh doanh trong lĩnh vực nội thất, dệt may và phụ kiện trang trí nhà cửa.
- **Các nhà đầu tư và khách hàng tiềm năng:** Những người quan tâm đến phát triển dự án nội thất, nhà mẫu, khách sạn và không gian thương mại cao cấp.

Tại sao nên tham gia Expomebel 2026?

- Khám phá các xu hướng thiết kế nội thất mới nhất.
- Kết nối trực tiếp với các thương hiệu và nhà sản xuất hàng đầu.
- Quảng bá thương hiệu và mở rộng thị trường quốc tế.
- Cập nhật công nghệ, vật liệu và giải pháp bền vững trong thiết kế.

International Exhibition for Furniture, Interior Textile and Home Accessories 2026 (Expomebel 2026) là sự kiện không thể bỏ qua dành cho các doanh nghiệp, chuyên gia và nhà thiết kế trong ngành nội thất và trang trí. Tham dự triển lãm giúp bạn nắm bắt xu hướng toàn cầu, mở rộng hợp tác kinh doanh, và truyền cảm hứng sáng tạo trong lĩnh vực thiết kế không gian sống hiện đại.

7. AGRA 2026 – International Agricultural Exhibition

AGRA 2026 – International Agricultural Exhibition là một trong những triển lãm quốc tế hàng đầu tại khu vực Đông Âu dành cho ngành nông nghiệp, công nghệ nông nghiệp, máy móc nông nghiệp, chăn nuôi và công nghiệp thực phẩm. Sự kiện là điểm gặp gỡ quan trọng của các nhà sản xuất, nông dân, doanh nghiệp và chuyên gia trong ngành nông nghiệp nhằm chia sẻ kiến thức, giới thiệu sản phẩm và công nghệ mới, cũng như thúc đẩy hợp tác thương mại và đầu tư quốc tế.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **19 – 23 tháng 2 năm 2026**.
- **Địa điểm:** **International Fair Plovdiv, Plovdiv, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Thúc đẩy đổi mới và phát triển bền vững trong nông nghiệp:** AGRA 2026 hướng đến việc giới thiệu các giải pháp và công nghệ hiện đại giúp nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả sản xuất nông nghiệp, đồng thời khuyến khích các mô hình nông nghiệp bền vững và thân thiện với môi trường.
- **Giới thiệu công nghệ và thiết bị tiên tiến:** Sự kiện trưng bày toàn diện các máy móc nông nghiệp, hệ thống tưới tiêu, công nghệ canh tác thông minh, công nghệ sinh học, và các giải pháp kỹ thuật phục vụ ngành trồng trọt, chăn nuôi và chế biến thực phẩm.
- **Tăng cường hợp tác kinh doanh quốc tế:** AGRA là nền tảng giao thương quan trọng giúp các doanh nghiệp trong nước và quốc tế kết nối, tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường và trao đổi kinh nghiệm chuyên môn.

Lợi ích khi tham gia AGRA 2026:

- **Cập nhật xu hướng và công nghệ nông nghiệp mới nhất:** Tiếp cận các sản phẩm, thiết bị, và giải pháp công nghệ tiên tiến phục vụ sản xuất nông nghiệp hiện đại.

- **Kết nối với các đối tác trong ngành:** Gặp gỡ hàng trăm doanh nghiệp, nhà sản xuất, nhà phân phối và tổ chức nghiên cứu trong lĩnh vực nông nghiệp.
- **Mở rộng cơ hội đầu tư và hợp tác thương mại:** AGRA là nơi lý tưởng để ký kết hợp đồng, trao đổi công nghệ và xúc tiến thương mại quốc tế.
- **Tăng cường quảng bá thương hiệu:** Doanh nghiệp có cơ hội giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và công nghệ của mình đến khách hàng và đối tác toàn cầu.

Các hoạt động nổi bật:

- **Triển lãm công nghệ và máy móc nông nghiệp:** Bao gồm các thiết bị nông nghiệp, máy kéo, hệ thống tưới tiêu, công nghệ canh tác thông minh, nhà kính, và công nghệ xử lý thực phẩm.
- **Hội thảo chuyên đề (AgriTech Seminars):** Các buổi hội thảo và tọa đàm do chuyên gia tổ chức, tập trung vào các chủ đề như nông nghiệp số, công nghệ sinh học, an toàn thực phẩm và phát triển bền vững.
- **Diễn đàn hợp tác quốc tế (Business Networking Forum):** Không gian dành cho các doanh nghiệp, tổ chức và hiệp hội nông nghiệp gặp gỡ, thảo luận và thiết lập quan hệ hợp tác kinh doanh.
- **Khu trưng bày sản phẩm nông nghiệp (Agricultural Product Zone):** Trưng bày nông sản, thực phẩm, giống cây trồng, vật nuôi và các sản phẩm nông nghiệp chất lượng cao đến từ các vùng và quốc gia khác nhau.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các nhà sản xuất và nhà cung cấp thiết bị nông nghiệp:** Giới thiệu máy móc, công nghệ và giải pháp phục vụ sản xuất nông nghiệp hiện đại.
- **Nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp nông nghiệp:** Tìm kiếm công nghệ, giống cây trồng, vật nuôi và đối tác thương mại.

- **Các viện nghiên cứu và trường đại học:** Trình bày các nghiên cứu, mô hình phát triển và công nghệ mới trong lĩnh vực nông nghiệp.
- **Các tổ chức và hiệp hội quốc tế:** Tham gia để thúc đẩy hợp tác kỹ thuật, đầu tư và thương mại trong ngành nông nghiệp.

Tại sao nên tham gia AGRA 2026?

- Khám phá các giải pháp và công nghệ nông nghiệp hiện đại.
- Cập nhật xu hướng phát triển bền vững trong nông nghiệp.
- Kết nối với các chuyên gia, doanh nghiệp và tổ chức quốc tế.
- Tăng cường hợp tác, đầu tư và phát triển thị trường nông nghiệp toàn cầu.

AGRA 2026 – International Agricultural Exhibition là sự kiện trọng điểm của ngành nông nghiệp Đông Âu, nơi giao thoa giữa công nghệ, đổi mới và hợp tác quốc tế. Tham gia triển lãm giúp các doanh nghiệp và chuyên gia nắm bắt xu hướng, mở rộng hợp tác và đóng góp cho sự phát triển bền vững của ngành nông nghiệp toàn cầu.

8. International Exhibition for Hotel, Restaurant, Catering and Spa Equipment 2026 (HORECA 2026)

International Exhibition for Hotel, Restaurant, Catering and Spa Equipment 2026 (HORECA 2026) là một trong những triển lãm quốc tế hàng đầu khu vực Đông Âu dành cho ngành khách sạn, nhà hàng, dịch vụ ăn uống và spa chuyên nghiệp. Sự kiện quy tụ các thương hiệu, nhà sản xuất, nhà cung cấp và chuyên gia trong lĩnh vực HORECA để giới thiệu sản phẩm, công nghệ, thiết bị và giải pháp tiên tiến nhất, đồng thời mở ra cơ hội hợp tác và phát triển kinh doanh trên thị trường quốc tế.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **6 – 9 tháng 11 năm 2026**.

- **Địa điểm: Inter Expo Center, Sofia, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Giới thiệu công nghệ và thiết bị HORECA tiên tiến:** HORECA 2026 là nơi trưng bày toàn diện các thiết bị, máy móc, giải pháp và dịch vụ mới nhất phục vụ lĩnh vực khách sạn, nhà hàng, catering và spa. Các doanh nghiệp sẽ có cơ hội trình diễn công nghệ hiện đại, thiết kế sáng tạo và giải pháp tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.
- **Khám phá xu hướng phát triển trong ngành dịch vụ và lưu trú:** Triển lãm mang đến cái nhìn toàn diện về xu hướng thiết kế, vận hành và công nghệ trong lĩnh vực hospitality – từ quản lý khách sạn thông minh, thiết bị bếp chuyên nghiệp, đến công nghệ tự động hóa và chăm sóc khách hàng.
- **Tạo dựng cơ hội hợp tác và mở rộng thị trường:** HORECA 2026 là cầu nối giữa các nhà sản xuất, nhà cung cấp, khách sạn, nhà hàng, resort và trung tâm spa, giúp tăng cường hợp tác thương mại, phát triển chuỗi cung ứng và thúc đẩy đầu tư quốc tế.

Lợi ích khi tham gia HORECA 2026:

- **Cập nhật các công nghệ và giải pháp mới nhất trong lĩnh vực HORECA:** Khám phá hàng nghìn sản phẩm, thiết bị, dịch vụ và công nghệ từ các thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực khách sạn và ẩm thực.
- **Tăng cường kết nối và mở rộng hợp tác quốc tế:** Hơn 250 doanh nghiệp và hàng nghìn chuyên gia từ hơn 30 quốc gia sẽ tham dự, tạo cơ hội thiết lập mối quan hệ và hợp tác thương mại.
- **Quảng bá thương hiệu và sản phẩm:** Các doanh nghiệp có cơ hội giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và giải pháp đến các nhà quản lý khách sạn, đầu bếp chuyên nghiệp và nhà đầu tư quốc tế.

- **Tham dự hội thảo và chương trình đào tạo chuyên sâu:** Các phiên hội thảo chuyên đề, workshop và trình diễn trực tiếp giúp nâng cao kỹ năng quản lý, vận hành và cập nhật xu hướng mới trong ngành.

Các hoạt động nổi bật:

- **Triển lãm thiết bị và giải pháp HORECA:** Trưng bày thiết bị nhà bếp công nghiệp, dụng cụ phục vụ, hệ thống quản lý khách sạn, đồ dùng nhà hàng, spa và sản phẩm chăm sóc chuyên nghiệp.
- **Khu vực Demo & Live Experience:** Trình diễn trực tiếp các thiết bị và công nghệ mới trong nấu ăn, pha chế, làm bánh, chăm sóc spa, và vận hành khách sạn.
- **Hội thảo chuyên đề (Hospitality Innovation Forum):** Các chuyên gia chia sẻ về xu hướng phát triển khách sạn thông minh, bền vững, dịch vụ cá nhân hóa, và công nghệ trong quản lý vận hành.
- **Diễn đàn kết nối doanh nghiệp (B2B Networking Forum):** Nơi gặp gỡ giữa nhà cung cấp, nhà đầu tư, khách sạn, nhà hàng và resort để thảo luận hợp tác và phát triển kinh doanh.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các nhà quản lý và chủ khách sạn, resort, nhà hàng:** Tìm kiếm thiết bị, công nghệ và giải pháp mới để nâng cấp chất lượng dịch vụ và vận hành hiệu quả hơn.
- **Các nhà cung cấp và nhà sản xuất thiết bị HORECA:** Giới thiệu sản phẩm, dịch vụ và công nghệ đến khách hàng và đối tác tiềm năng trong ngành hospitality.
- **Đầu bếp, chuyên gia ẩm thực và quản lý catering:** Tham gia các buổi trình diễn, hội thảo và kết nối chuyên môn để nâng cao kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp.

- **Các chuyên gia spa, wellness và nhà phân phối sản phẩm chăm sóc:** Tìm kiếm thiết bị, công nghệ và sản phẩm chăm sóc cao cấp phục vụ dịch vụ spa và chăm sóc sức khỏe.

Tại sao nên tham gia HORECA 2026?

- Khám phá các xu hướng và công nghệ tiên tiến trong ngành khách sạn và dịch vụ.
- Tăng cường kết nối với các thương hiệu và chuyên gia hàng đầu.
- Cập nhật kiến thức quản lý và kỹ thuật mới nhất trong ngành HORECA.
- Mở rộng thị trường và quảng bá thương hiệu quốc tế.

International Exhibition for Hotel, Restaurant, Catering and Spa Equipment 2026 (HORECA 2026) là sự kiện không thể bỏ qua dành cho các chuyên gia và doanh nghiệp trong lĩnh vực khách sạn, ẩm thực, spa và dịch vụ lưu trú. Triển lãm mang đến cơ hội để khám phá công nghệ hiện đại, cập nhật xu hướng toàn cầu và mở rộng hợp tác trong ngành hospitality năng động và phát triển mạnh mẽ.

9. International Conference Ecology and Safety 2026 (ICES 2026)

International Conference Ecology and Safety 2026 (ICES 2026) là một trong những hội nghị quốc tế uy tín hàng đầu dành cho các nhà khoa học, chuyên gia và tổ chức hoạt động trong lĩnh vực môi trường, sinh thái học và an toàn bền vững. Sự kiện là diễn đàn học thuật toàn cầu nhằm chia sẻ các nghiên cứu mới, giải pháp sáng tạo và công nghệ tiên tiến trong việc bảo vệ môi trường, ứng phó biến đổi khí hậu và đảm bảo an toàn sinh thái cho sự phát triển bền vững của nhân loại.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **1 – 5 tháng 7 năm 2026**.
- **Địa điểm:** **Burgas, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Thúc đẩy nghiên cứu và hợp tác quốc tế trong lĩnh vực môi trường:** ICES 2026 là nơi hội tụ của các nhà khoa học, chuyên gia và tổ chức trên toàn cầu nhằm chia sẻ tri thức, phương pháp và công nghệ mới trong lĩnh vực bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.
- **Trao đổi về các thách thức và giải pháp sinh thái học hiện đại:** Hội nghị tập trung vào các chủ đề như biến đổi khí hậu, quản lý tài nguyên thiên nhiên, năng lượng sạch, an toàn sinh thái và công nghệ xanh.
- **Thúc đẩy đổi mới và ứng dụng thực tiễn:** ICES 2026 hướng tới việc kết nối nghiên cứu với ứng dụng thực tế, tạo điều kiện cho sự hợp tác giữa giới học thuật, doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhằm xây dựng các mô hình phát triển bền vững.

Lợi ích khi tham gia ICES 2026:

- **Cập nhật những tiến bộ khoa học và công nghệ môi trường mới nhất:** Tham dự viên được tiếp cận các kết quả nghiên cứu tiên tiến trong lĩnh vực sinh thái, an toàn môi trường và quản lý tài nguyên thiên nhiên.
- **Tăng cường hợp tác học thuật và khoa học quốc tế:** Kết nối với các nhà khoa học, tổ chức môi trường và các trường đại học hàng đầu trên thế giới để thúc đẩy hợp tác nghiên cứu và chuyển giao công nghệ.
- **Cơ hội công bố nghiên cứu quốc tế:** Các công trình khoa học được trình bày tại ICES 2026 sẽ được xuất bản trong **Kỷ yếu Hội nghị quốc tế** và có thể được giới thiệu trên các tạp chí khoa học có chỉ mục quốc tế.
- **Thúc đẩy sáng kiến phát triển bền vững:** Hội nghị là nơi khởi nguồn của các dự án hợp tác và sáng kiến toàn cầu về bảo vệ môi trường và phát triển xanh.

Các hoạt động nổi bật:

- **Phiên trình bày học thuật (Scientific Sessions):** Các nhà nghiên cứu trình bày công trình về sinh thái học, môi trường, năng lượng, tài nguyên, và phát triển bền vững.
- **Hội thảo chuyên đề (Thematic Workshops):** Tập trung vào các chủ đề như “Công nghệ xanh trong sản xuất”, “Ứng phó biến đổi khí hậu”, “An toàn sinh thái và bảo tồn đa dạng sinh học”.
- **Diễn đàn hợp tác quốc tế (Networking Forum):** Cơ hội gặp gỡ và kết nối giữa các viện nghiên cứu, trường đại học, doanh nghiệp và tổ chức phi chính phủ trong lĩnh vực môi trường.
- **Triển lãm công nghệ môi trường (Eco Innovation Expo):** Giới thiệu các công nghệ, sản phẩm và giải pháp mới trong quản lý chất thải, tiết kiệm năng lượng và phát triển bền vững.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các nhà khoa học, học giả và chuyên gia môi trường:** Chia sẻ kết quả nghiên cứu và thảo luận các xu hướng, thách thức và giải pháp sinh thái toàn cầu.
- **Các tổ chức quốc tế và cơ quan nhà nước:** Tham gia để thảo luận chính sách, giải pháp quản lý và chiến lược phát triển bền vững.
- **Doanh nghiệp và viện nghiên cứu công nghệ xanh:** Giới thiệu các sản phẩm, công nghệ, và sáng kiến vì môi trường xanh và sạch hơn.
- **Sinh viên và nghiên cứu sinh:** Cơ hội trình bày nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm và mở rộng mạng lưới học thuật quốc tế.

Tại sao nên tham gia ICES 2026?

- Khám phá các giải pháp khoa học và công nghệ xanh mới nhất.

- Tham gia diễn đàn học thuật quốc tế uy tín về môi trường và an toàn sinh thái.
- Kết nối với các chuyên gia, tổ chức và viện nghiên cứu toàn cầu.
- Đóng góp cho mục tiêu phát triển bền vững toàn cầu.

International Conference Ecology and Safety 2026 (ICES 2026) là sự kiện học thuật quốc tế quan trọng dành cho các chuyên gia và nhà nghiên cứu trong lĩnh vực môi trường, năng lượng và phát triển bền vững. Tham dự hội nghị giúp mở rộng mạng lưới hợp tác, cập nhật tri thức tiên tiến và góp phần vào công cuộc bảo vệ hành tinh xanh cho các thế hệ tương lai.

10. Bulmedica Buldental Derma & Aesthetics 2026

Bulmedica Buldental Derma & Aesthetics 2026 là triển lãm quốc tế hàng đầu khu vực Đông Âu dành cho các lĩnh vực y tế, nha khoa, da liễu và thẩm mỹ. Sự kiện quy tụ hàng trăm doanh nghiệp, chuyên gia và tổ chức y tế đến từ nhiều quốc gia, giới thiệu các công nghệ, thiết bị, vật tư y tế và giải pháp chăm sóc sức khỏe tiên tiến nhất. Đây là điểm hẹn chuyên ngành quan trọng, nơi các chuyên gia y tế, nha sĩ, bác sĩ da liễu và các nhà cung cấp dịch vụ thẩm mỹ gặp gỡ, chia sẻ tri thức và mở rộng cơ hội hợp tác kinh doanh.

Thời gian và Địa điểm:

- **Thời gian:** Dự kiến diễn ra từ **13 – 15 tháng 5 năm 2026.**
- **Địa điểm:** **Inter Expo Center, Sofia, Bulgaria.**

Mục đích và Nội dung:

- **Thúc đẩy đổi mới và phát triển trong ngành y tế – nha khoa – thẩm mỹ:** Bulmedica Buldental Derma & Aesthetics 2026 là nơi quy tụ các doanh nghiệp, bệnh viện, viện nghiên cứu, phòng khám và chuyên gia để chia sẻ giải pháp, công nghệ và sản phẩm mới trong chăm sóc sức khỏe, nha khoa và thẩm mỹ da.

- **Giới thiệu công nghệ và sản phẩm y tế tiên tiến:** Triển lãm trưng bày toàn diện các thiết bị y tế hiện đại, vật liệu nha khoa, công nghệ da liễu, thẩm mỹ và các sản phẩm hỗ trợ chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp toàn diện.
- **Tăng cường kết nối và hợp tác quốc tế:** Sự kiện tạo cơ hội hợp tác giữa các doanh nghiệp trong lĩnh vực y tế, spa và thẩm mỹ, thúc đẩy hoạt động thương mại và phát triển bền vững ngành chăm sóc sức khỏe.

Lợi ích khi tham gia Bulmedica Buldental Derma & Aesthetics 2026:

- **Khám phá công nghệ y tế và thẩm mỹ hiện đại nhất:** Cập nhật các thiết bị, vật tư và công nghệ tiên tiến trong lĩnh vực y tế, nha khoa, da liễu và làm đẹp chuyên nghiệp.
- **Tăng cường hợp tác và mở rộng quan hệ quốc tế:** Kết nối với hàng trăm doanh nghiệp, bác sĩ, nhà sản xuất và nhà phân phối trong ngành chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp.
- **Cơ hội quảng bá thương hiệu và sản phẩm:** Các doanh nghiệp có thể giới thiệu sản phẩm, công nghệ và dịch vụ đến hàng nghìn khách tham quan chuyên ngành.
- **Học hỏi và trao đổi kiến thức chuyên môn:** Tham dự các hội thảo, tọa đàm và buổi trình diễn công nghệ với sự góp mặt của các chuyên gia đầu ngành.

Các hoạt động nổi bật:

- **Triển lãm thiết bị y tế, nha khoa và thẩm mỹ:** Trưng bày các sản phẩm và công nghệ tiên tiến trong lĩnh vực y tế, phẫu thuật, nha khoa, chăm sóc da, và điều trị thẩm mỹ.
- **Khu vực Derma & Aesthetics:** Giới thiệu các công nghệ và sản phẩm chuyên biệt cho ngành chăm sóc da, điều trị thẩm mỹ, spa, và công nghệ làm đẹp hiện đại.

- **Hội thảo chuyên đề (Medical and Dental Forum):** Các chuyên gia trong và ngoài nước chia sẻ về công nghệ mới, xu hướng điều trị, và nghiên cứu lâm sàng trong lĩnh vực y học và nha khoa.
- **Diễn đàn kết nối doanh nghiệp (B2B Meetings):** Tạo cơ hội hợp tác giữa nhà sản xuất, nhà phân phối, bệnh viện, phòng khám và các tổ chức y tế quốc tế.
- **Buổi trình diễn công nghệ (Live Demonstrations):** Các buổi trình diễn trực tiếp thiết bị nha khoa, thẩm mỹ và chăm sóc da với sự tham gia của các chuyên gia quốc tế.

Ai sẽ tham dự?:

- **Các chuyên gia và bác sĩ trong lĩnh vực y tế, nha khoa và thẩm mỹ:** Bao gồm bác sĩ da liễu, nha sĩ, chuyên gia phẫu thuật thẩm mỹ, và kỹ thuật viên chăm sóc sức khỏe.
- **Các nhà sản xuất và phân phối thiết bị y tế:** Giới thiệu công nghệ, vật tư và giải pháp tiên tiến phục vụ bệnh viện, phòng khám và spa.
- **Các viện nghiên cứu và tổ chức y tế:** Tham gia trình bày kết quả nghiên cứu, phát triển sản phẩm và công nghệ mới trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe.
- **Các nhà đầu tư và doanh nghiệp trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe và làm đẹp:** Tìm kiếm cơ hội hợp tác, phân phối và đầu tư vào thị trường y tế và thẩm mỹ quốc tế.

Tại sao nên tham gia Bulmedica Buldental Derma & Aesthetics 2026?

- Khám phá các công nghệ và sản phẩm y tế – thẩm mỹ tiên tiến nhất.
- Kết nối với các chuyên gia, nhà sản xuất và tổ chức y tế quốc tế.
- Cập nhật xu hướng và tiêu chuẩn mới trong chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp.

- Tăng cường cơ hội hợp tác và mở rộng thị trường toàn cầu.

Bulmedica Buldental Derma & Aesthetics 2026 là sự kiện không thể bỏ qua đối với các chuyên gia và doanh nghiệp trong lĩnh vực y tế, nha khoa và thẩm mỹ. Triển lãm mang đến cơ hội quý giá để cập nhật công nghệ mới, mở rộng hợp tác quốc tế và đóng góp cho sự phát triển của ngành chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp toàn cầu.

Tài liệu tham khảo

- Trade Map, ITC Geneva
- Commercial Country Guide – Bulgaria 2015, U.S. Department of State.
- Doing Business in Bulgaria 2014, UHY Brainstorm Consult Ltd.
- Invest Bulgaria Agency
- Bộ Ngoại giao Bulgaria