

## Cơ hội cho hàng tiêu dùng Việt Nam sang thị trường Bulgaria và EU

11:59 08/08/2020

Từ ngày 10-11/9, Cục Xúc tiến thương mại (XTTM) phối hợp với Đại sứ quán Bulgaria tại Việt Nam sẽ tổ chức Hội nghị giao thương trực tuyến hàng tiêu dùng Việt Nam – Bulgaria.

Hội nghị nhằm hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tìm kiếm đối tác tiềm năng tại Bulgaria, qua đó thúc đẩy giao thương hàng hóa với thị trường Bulgaria nói riêng và EU nói chung.

Tham gia hội nghị giao thương, doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam sẽ có điều kiện được tiếp xúc trực tuyến để giới thiệu, quảng bá sản phẩm, thương hiệu của doanh nghiệp mình tới các nhà nhập khẩu tiềm năng của Bulgaria. Đồng thời, doanh nghiệp Việt Nam cũng có cơ hội tìm hiểu thị hiếu, yêu cầu của thị trường Bulgaria và EU, từ đó có kế hoạch sản xuất, kinh doanh phù hợp.



*ngộ giao thương trực tuyến hàng tiêu dùng Việt Nam – Bulgaria*

Mặt khác, các doanh nghiệp Việt Nam cũng có cơ hội gặp gỡ, tìm kiếm nguồn hàng chất lượng cao, giá cả cạnh tranh từ Bulgaria trong các lĩnh vực mỹ phẩm (nguyên liệu hoa hồng, hoa lavender...), dược phẩm, thức ăn chăn nuôi, dầu hoa hướng dương, hàng tiêu dùng phổ thông... để phục vụ nhu cầu của doanh

nghiệp và người tiêu dùng Việt Nam.

Bulgaria được nhận định là thị trường tiềm năng cho hàng xuất khẩu của Việt Nam. Thị trường và doanh nghiệp Bulgaria đã biết về nhiều mặt hàng của Việt Nam. Hơn nữa, người Bulgaria vẫn luôn nhớ tới Việt Nam là một người bạn tốt với mối quan hệ sâu sắc đã hình thành từ khi Bulgaria vẫn còn thuộc Liên bang Xôviết. Đây là lợi thế để hàng Việt Nam có thể tạo dựng được chỗ đứng vững chắc tại Bulgaria.

Hơn nữa, Bulgaria là một thành viên chính thức của Liên minh Châu Âu (EU) trong khi Hiệp định thương mại tự do (FTA) Việt Nam – EU vừa chính thức có hiệu lực, mở ra nhiều ưu đãi về thuế quan cho sản phẩm của hai bên. Đây là cơ hội lớn giúp hàng hóa của Việt Nam và Bulgaria có lợi thế cạnh tranh tại thị trường của nhau.

Hơn nữa, Bulgaria có vị trí địa lý đặc địa, được xem là cửa ngõ cho hàng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường các nước Châu Âu khác. Bulgaria có nhiều khu kinh tế, khu kinh doanh với cơ sở hạ tầng đã được hoàn thiện; mức thuế suất và chi phí (điện, nước, chi phí thuê văn phòng...) thấp nhất trong khối EU. Với 2 cảng nước sâu và 6 cảng hàng không thương mại, Bulgaria không chỉ có thế mạnh về dịch vụ logistic nội địa mà việc vận chuyển hàng hóa sang các nước EU khác cũng rất thuận tiện. Đây là những điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp Việt Nam cân nhắc góp vốn, cổ phần hóa hoặc đầu tư mở công ty tại đất nước này; từ đó có thể đưa hàng hóa bán thành phẩm, chi tiết sản phẩm... sang lắp ráp, đóng gói tại Bulgaria rồi xuất khẩu tới các nước EU khác.

Mặc dù có nhiều tiềm năng trao đổi thương mại nhưng đến nay, kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Bulgaria vẫn còn rất thấp. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam với Bulgaria đạt 59,146 triệu USD trong 6 tháng đầu năm 2020. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Bulgaria đạt 28,526 triệu USD và kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ nước này đạt 30,62 triệu USD.

Hội nghị giao thương trực tuyến hàng tiêu dùng Việt Nam - Bulgaria được nhận định là dịp tốt để doanh nghiệp hai nước kết nối, tìm kiếm cơ hội hợp tác kinh doanh, qua đó góp phần thúc đẩy hợp tác thương mại song phương trong thời gian tới.

**Minh Anh**