
BULGARİSTAN ÜLKE RAPORU

Mart 2012

Yönetici Özeti

- 2005-2008 döneminde istikrarlı bir büyüme kaydeden ülke ekonomisi global krizin etkisi ile 2009 yılında büyüme oranı %1'in altında kalmıştır. 2010 yılıyla birlikte bir toparlanma süreci başlamıştır.
- 14.000usd seviyesindeki kişi başı milli gelir AB ortalamasının altındadır.
- AT Kearney 2011 Global Perakende Gelişim Endeksine göre Bulgaristan yatırım yapılması gereken ilk 30 ülkeden biridir.
- Perakende sektörünün gelişiminde son beş yıl içerisinde bir hızlanma olmasına karşın, organize perakendecilikte hala bir takım eksikleri olduğu bilinmektedir.
- Sofya, Vratsa, Stara Zagora ve Varna şehirleşmenin ve alım gücünün yüksek olduğu şehirler arasındadır.
- Avrupa genelinde kişi başına düşen kiralabilir alan sıralamasında en alttadır. Plan-proje aşamasında olan AVM sayısı fazla olmakla beraber, yatırımcıların ürkek davrandığı bilinmektedir.
- AB'nin yatırıma en uygun vergi sistemine sahip olması perakendeciler için bir avantaj.

İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Coğrafi Konum ve Özellikleri-1

Bulgaristan 110,879 bin km²'lik yüz ölçümü ile dünyanın en geniş 104. ülkesidir.

KONUMU

- Balkanlar'da yer alan ülke. Batıda Sırbistan ve Makedonya, doğuda Karadeniz, kuzeyde Romanya, güneyde Yunanistan güneydoğuda Türkiye ile çevrilidir.

KOMŞU ÜLKELER

- Yunanistan 494 km, Makedonya 148 km, Romanya 608 km, Yugoslavya 318 km, Türkiye 240 km

ÖNEMLİ ŞEHİRLER

- Başkenti Sofya şehridir.
- Önemli şehirler: Filibe, Varna, Burgas, Stara Zagora, Blagoevgrad, Pleven, Pazarcık

Coğrafi Konum ve Özellikleri-2

UÇUŞ SÜRESİ - GMT

- İstanbul Sofya arası 1 saat 15 dakikalık bir uçuş süresi bulunmaktadır.
- GMT'den 2 saat ileridir. TR'ye göre saat farkı yoktur.

FİZİKİ YAPI

- Bulgaristan, doğudan batıya uzanan Balkan Dağları ve Rodopların ayırdığı dört bölgeden meydana gelir. Bunlardan birincisi Tuna Nehri ile sıra dağları arasındaki ovalardır. Tuna Nehri kıyıları ülkenin en münbit yeridir. Burada buğday, mısır, ayçiçeği, şekerpancarı ve tütün üretilir.
- İkinci bölge, ülkeyi baştan başa kesen Balkan Sıradağlarıdır. Dağlar orman ve ot yetişmesi bakımından zengindir. Buralarda kömür yanında bakır, kurşun ve çinkoya da rastlanır. Bu bölgede tarihi Gabrovo, Kotel ve Tryavna şehirleri vardır. Sıradağlar arasında Bulgaristan'ın gül endüstrisinin merkezi olan ova mevcuttur.
- Üçüncü bölge de güneyde bulunan Trakya Ovasıdır. Meriç Nehri bu ovada akar. Bu bölge esas olarak meyve, sebze ve bağlarıyla meşhurdur. Ayrıca buğday, mısır, tütün ve pirinç yetiştirilir. Plovdiv ve Pazarcık en önemli şehirlerindendir.
- Dördüncü bölge, Rila ve Pirin ve esas olarak Rodopları içine alır. Bu bölgede yalnız Bulgaristan'ın değil, Balkanların en yüksek tepesi bulunur. Kurşun, çinko, krom, mangan ve altın gibi madenler bakımından bölge zengindir. Tuna ve Meriç nehirleri ekonomik yönden bölgedeki ülkeler arasında en önemli bağlantıyı teşkil ederler. Karadeniz kıyıları ve ülke içindeki kaplıcalarıyla turistleri çeker.

İklim Özellikleri

- Ilıman bir kara iklimi mevcuttur. Yıllık ortalama sıcaklık 13°C, ocak ortalaması 0°C, temmuz 22°C'dir.
- Kuzey kısımları güneye nazaran daha soğuktur.
- Senelik yağmur ancak 640 milimetreyi bulur.
- Yaz aylarında yeterli olmayan bu durum, toprak kullanımında çok geniş bir sulama sisteminin gelişimini gerekli kılmıştır.

Coğrafi Konum ve Özellikleri-3

Resmi Dil:	Bulgarca resmi dil olarak kullanılmaktadır.
Ticari Dil:	Türkçe, Rusça ve İngilizce yaygın kullanılıyor.
Din:	Ortodoks (%86,6), Müslüman (%13,1), Diğerleri-Katolik, Yahudi, Protestan (%1)
Para Birimi:	Leva ülke içerisinde geçerli olan resmi para birimidir.

Resmi Tatil Günleri

1 Ocak	: Yeni yıl
3 Mart	: Milli Gün
1 Mayıs	: Emegın Günü
6 Mayıs	: Hıdrez, Bulgar Ordusunun Günü
24 Mayıs	: Bulgar Aydınlanması ve Kùltürü ve Slav Yazısının Bayramı
6 Eylül	: Bulgaristan'ın Birleşmesi Günü
22 Eylül	: Bulgaristan'ın Bağımsızlığı Günü
1 Kasım	: Halkın Aydınları Günü
24-26 Aralık	: Noel
Paskalya	: iki gün (pazar ve pazartesi)

Siyasi Yapı ve Özellikleri

Yönetim Biçimi	• Çok Partili Cumhuriyet. Cumhurbaşkanı devletin başıdır ve orduların başkomutanlığı, Milli Güvenlik Konsey Başkanlığı gibi genel yetkilere sahiptir. Cumhurbaşkanı halk tarafından doğrudan seçim ve genel oy ile beş yılda bir ve üst üste en fazla iki kez seçilir. Cumhurbaşkanı cumhurbaşkanı yardımcısı yardımcı da seçime girer. Yürütme görevi Bakanlar Kurulu'na aittir. Ulusal Meclis kabineyi kurmakla görevli başbakanı dört yıllık bir dönem için seçer. Başbakan Ulusal Meclis'e kabinede değişiklik yapılmasını teklif edebilir. Bakanlar Kurulu, bulundukları yönetim birimlerde (bölgelerde) yürütme erkini temsil eden bölgesel valileri atar.
Genel Yapı	• 28 bölgeye ayrılır; Blagoevgrad, Burgas, Dobrich, Gabrovo, Khaskovo, Kurdzhali, Kyustendil, Lovech, Montana, Pazardzhik, Pernik, Plevne, Plovdiv, Razgrad, Ruse, Shumen, Silistra, Sliven, Smolyan, Sofya, Sofya-Grad, Stara Zagora, Turgovishte, Varna, Veliko Turnovo, Vidin, Vratsa, Yambol.
Siyasi Yapının Oluşumu	• 1989'da Rusya'da olan gevşeme politikası Bulgaristan'da da görüldü. Komünist rejimi bırakarak, demokratik düzene dönme hareketleri başladı. 1990 Haziranında ilk serbest genel seçim yapıldı.
Devlet Başkanı	• Ocak 2002 tarihinden beri Georgi Parvanov görevdedir. 2012 yılında görevini Rosen Plevneliev'e bırakacaktır.
Başbakan	• Boyko Borisov

Ekonomik Görünüm

- Krizin olumsuz eğilimleri ve bunların 2009 yılında Bulgar ekonomisine yansımaları, en çok hizmetler ve inşaat sektörlerinde hissedildi. 2009 yılının Temmuz ile Eylül ayları arasında inşaatların sayısı belirgin bir şekilde azaldı. Ticarete gerçekleşen satışlardan gelirler de azaldı.
- Küresel mali ve ekonomik krizin sonucu olarak ithalatın ve ihracatın azalmasından sonra Ekim 2009'da dış ticaretteki durum iyileşmeye başladı. Kasım ayının sonunda da Bulgaristan'da doğrudan yabancı yatırımlar, 2 milyar 63 milyon avro değerinde. Bulgaristan Ekonomik Gelişim Merkezi'nden uzmanlar, şirketlerin son mali raporlarından sonra bu rakamın, 3.5 milyar avroya ulaşacağını iddia ediyor. Yine de bu rakam, Bulgar ekonomisinin krizi hissetmesinden önce, yani 2008 yılında ülkemize çekilen rekor düzeydeki 6.5 milyar avroluk yabancı yatırımlardan çok uzak.
- Mart 2010 sonunda Üçlü İşbirliği Konseyi çerçevesinde Hükümet, işverenler ve sendika temsilcileri gelir tahsilatı gittikçe azalan devlet bütçesine yaklaşık 1,6 milyar leva sağlayacağı beklenen 60 kriz önlemi üzerinde mutabakata varmıştır. Önlemler sayesinde krizin ağırlığının devlet, işletmeler ve halk arasında eşit paylaşılacağı değerlendirilmektedir. Önlemlerin beklenen bütçe açığının kapatılması için yeterli olacağı konusundaki şüpheler ise yaygın olarak dile getirilmektedir.
- Industry Watch raportörlerine göre; Global krizin etkisine bağlı olarak Bulgaristan hükümetinin harcamaları kısıtlaması gerekecek. Ülkenin vergi sistemi genellikle KDV ve tüketim vergilerine dayanıyor. Ekonomideki büyümeye en büyük katkı ihracattan geliyor. Yeni yatırımlar ve kredilerde durgunluk halen devam ediyor.

Yatırımlardaki canlanmayı krizin aşılmasında ivme sağlayacak bir etken olarak gören Hükümet, yatırım teşviklerini kriz önlemlerine dahil etmiştir. Yüksek teknoloji alanında ve işsizlik düzeyi ülke genelinden yüksek olan belediyelerde yapılacak yatırımlar teşvik odağı olarak belirlenmiştir.

Bulgaristan'ın Dünya Ekonomisindeki Konumu

Bulgaristan 96,78 Milyar USD' lik GSYİH' si ile dünyada en büyük 72. ekonomiye sahiptir.

GSYİH Sıralaması (Mio USD)* – 2011

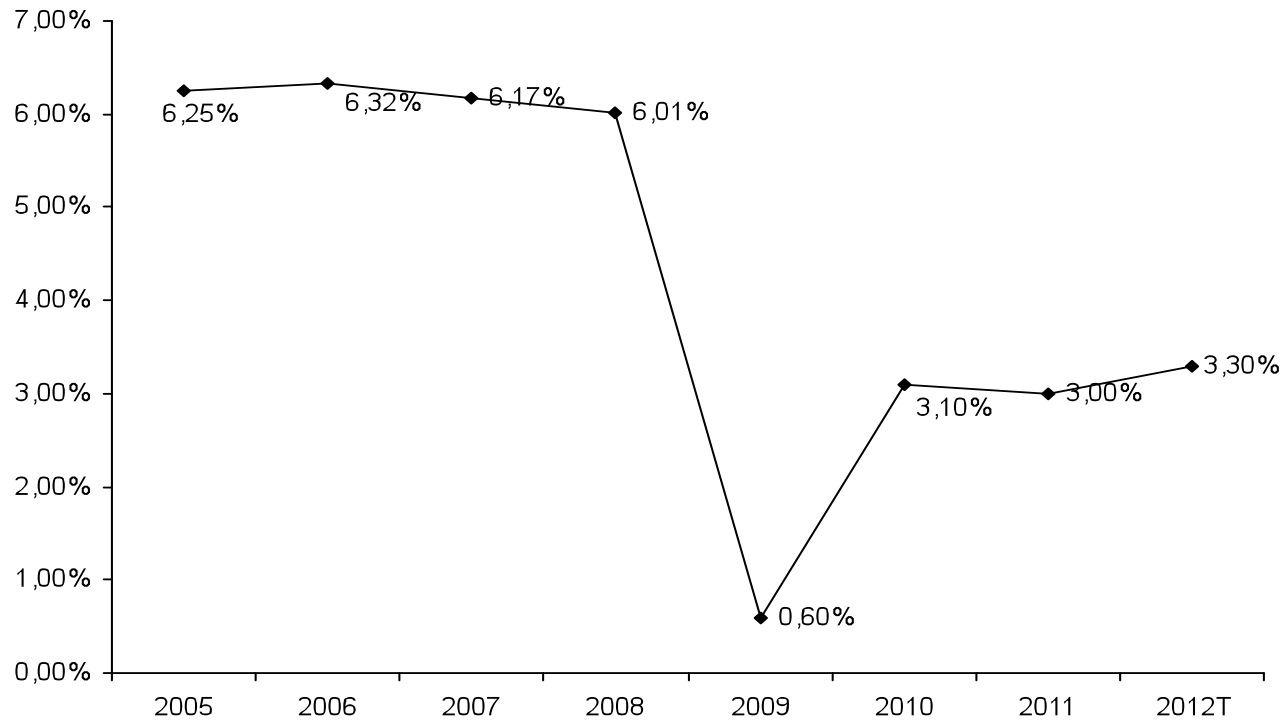
DS	ÜLKELER	GSYİH
6	Almanya	2.940.000
7	Rusya	2.223.000
17	Türkiye	960.500
20	İran	818.700
23	Suudi Arabistan	622.000
27	Mısır	497.800
39	Yunanistan	318.100
40	Ukrayna	305.200
48	Romanya	254.200
51	Birleşik Arap Emirlikleri	246.800
54	Kazakistan	196.400
58	Fas	151.400
61	Beyaz Rusya	131.200
66	İrak	113.400
67	Suriye	107.400
71	Tunus	100.000
72	Bulgaristan	96.780
73	Azerbaycan	90.790
74	Libya	90.570
79	Hırvatistan	78.090
87	Lübnan	59.370
89	Litvanya	56.590
101	Türkmenistan	36.900
103	Ürdün	34.530
115	Arnavutluk	23.960
118	Kıbrıs	23.190
121	Gürcistan	22.440
125	Makedonya	20.000
144	Kosova	11.970

CIA The World Fact Book

BMD Hedef Pazarlar içerisinde
ekonomik büyüklük açısından en
büyük 16. ülke konumundadır

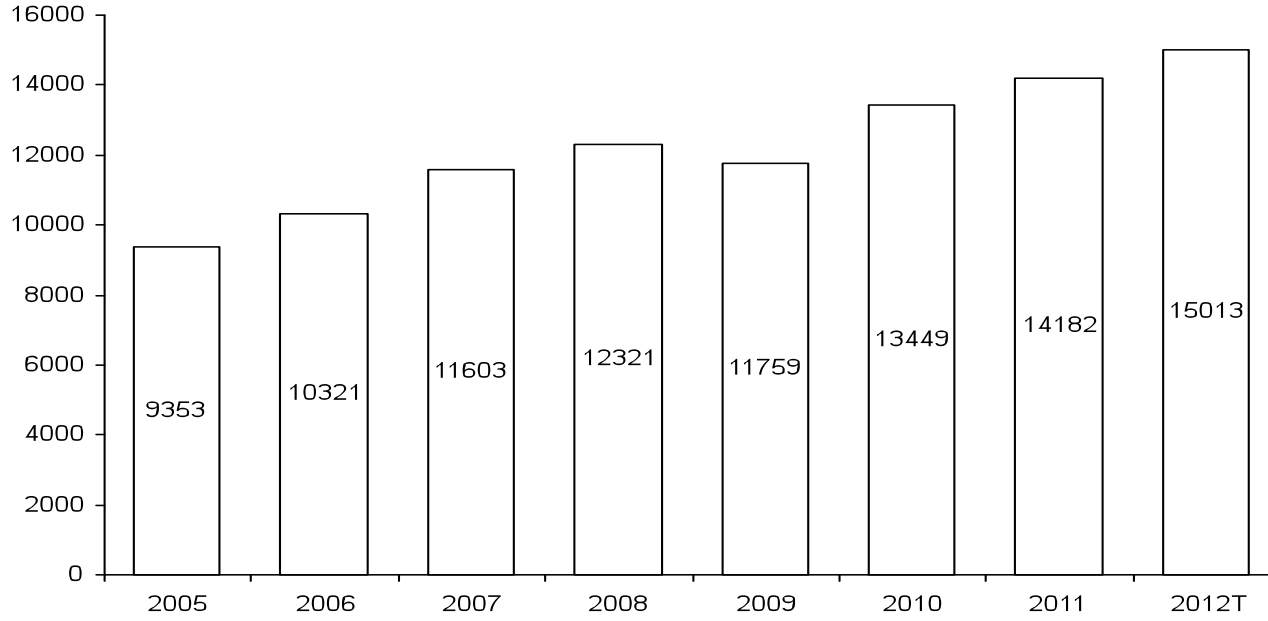
GSYİH' deki Gelişim

GSYİH' deki Artış Hızı



Kişi Başı Milli Gelirde Gelişim

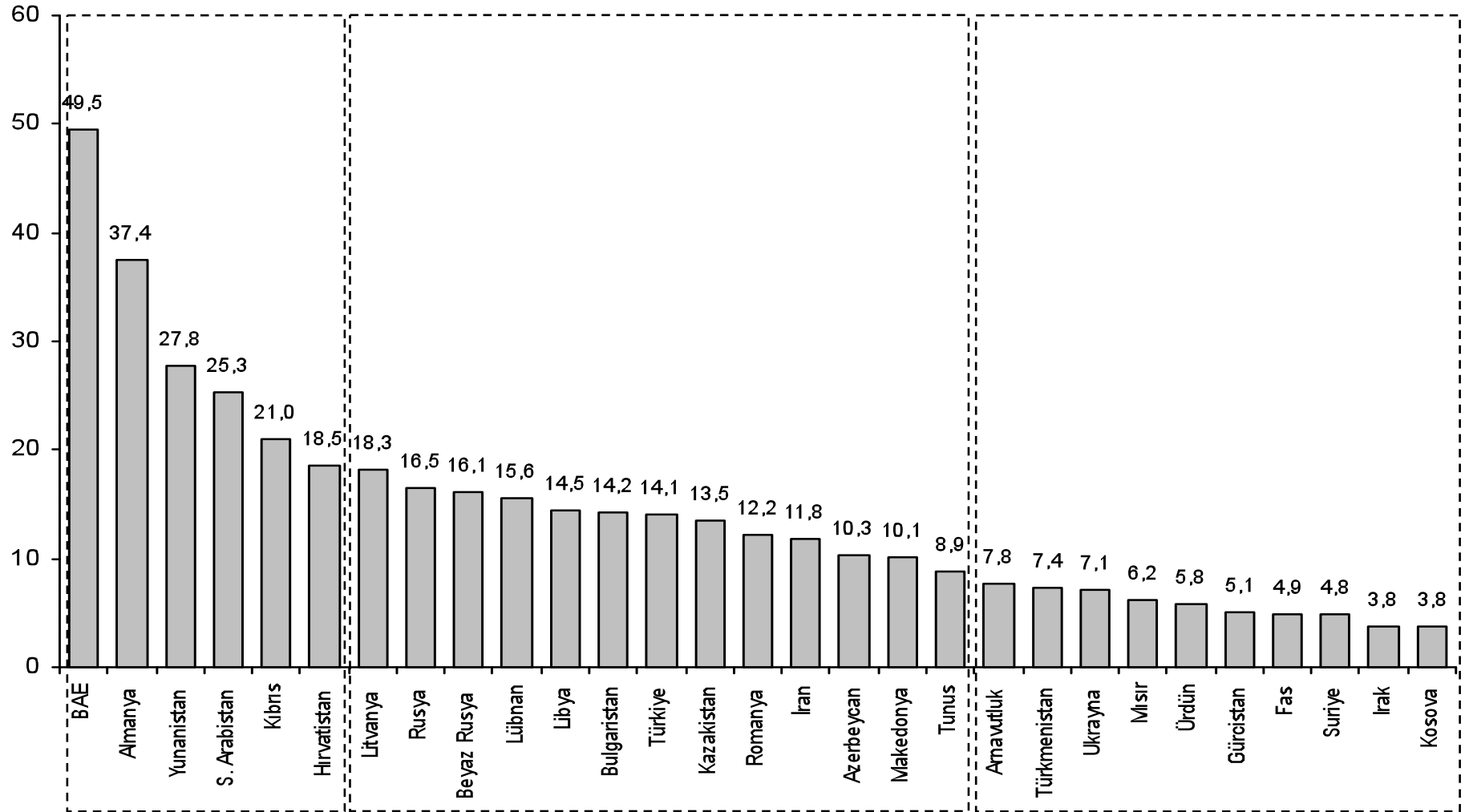
Kişi Başı Milli Gelir - USD (Satın Alma Paritesi)



Kişi Başı Milli Gelirde Dünyadaki Konumu

Bulgaristan 2010 yılında 14,182 USD'lik kişi başı milli gelir ile Hedef Pazarlarda tüketim açısından en zengin 12. ülke konumundadır.

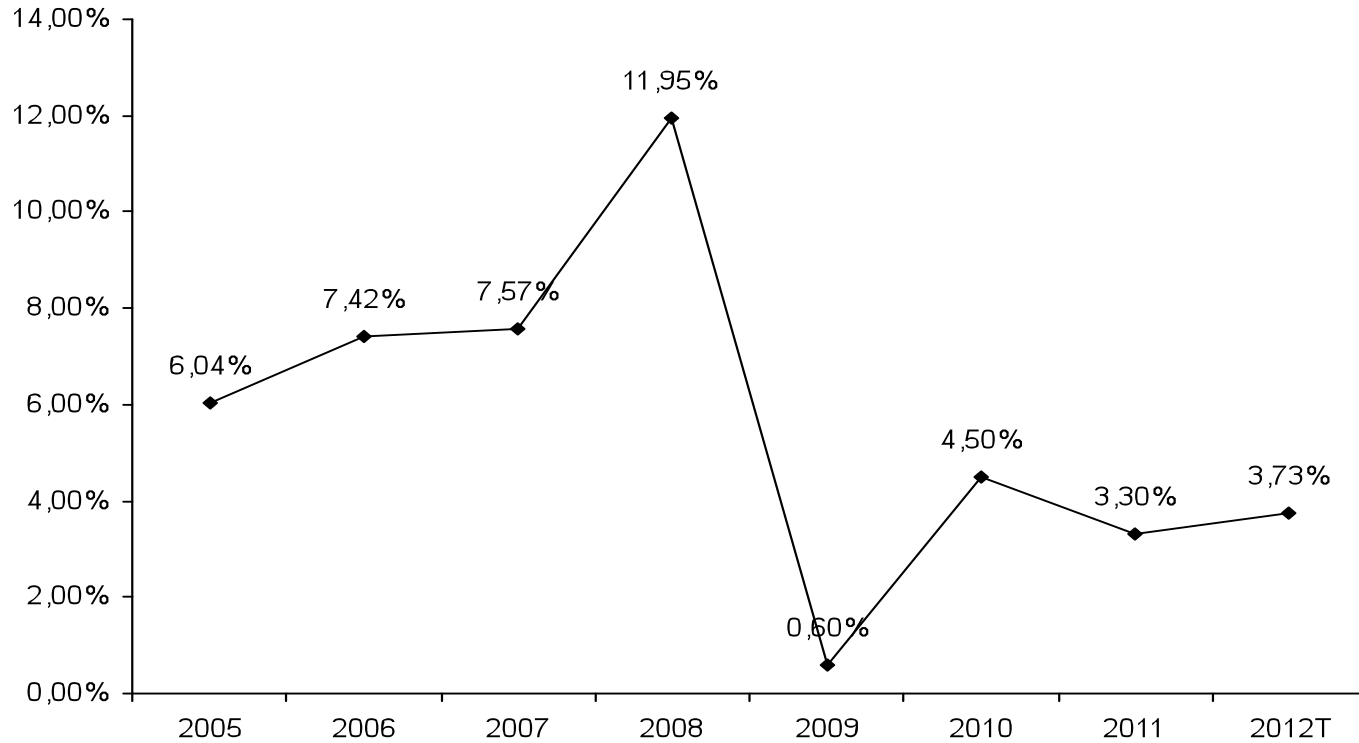
Kişi Başı GSYİH (Bin \$)



Enflasyon

Petrol, gıda ve elektrik fiyatlarının Eylül-Kasım aylarında artmasına rağmen, yurtdışı talebin zayıflığından dolayı enflasyon 2010 yılında ortalama %4.5 olmuştur. Talep kaynaklı enflasyonist baskıların 2012 yılında zayıf kalacağı öngörülmektedir.

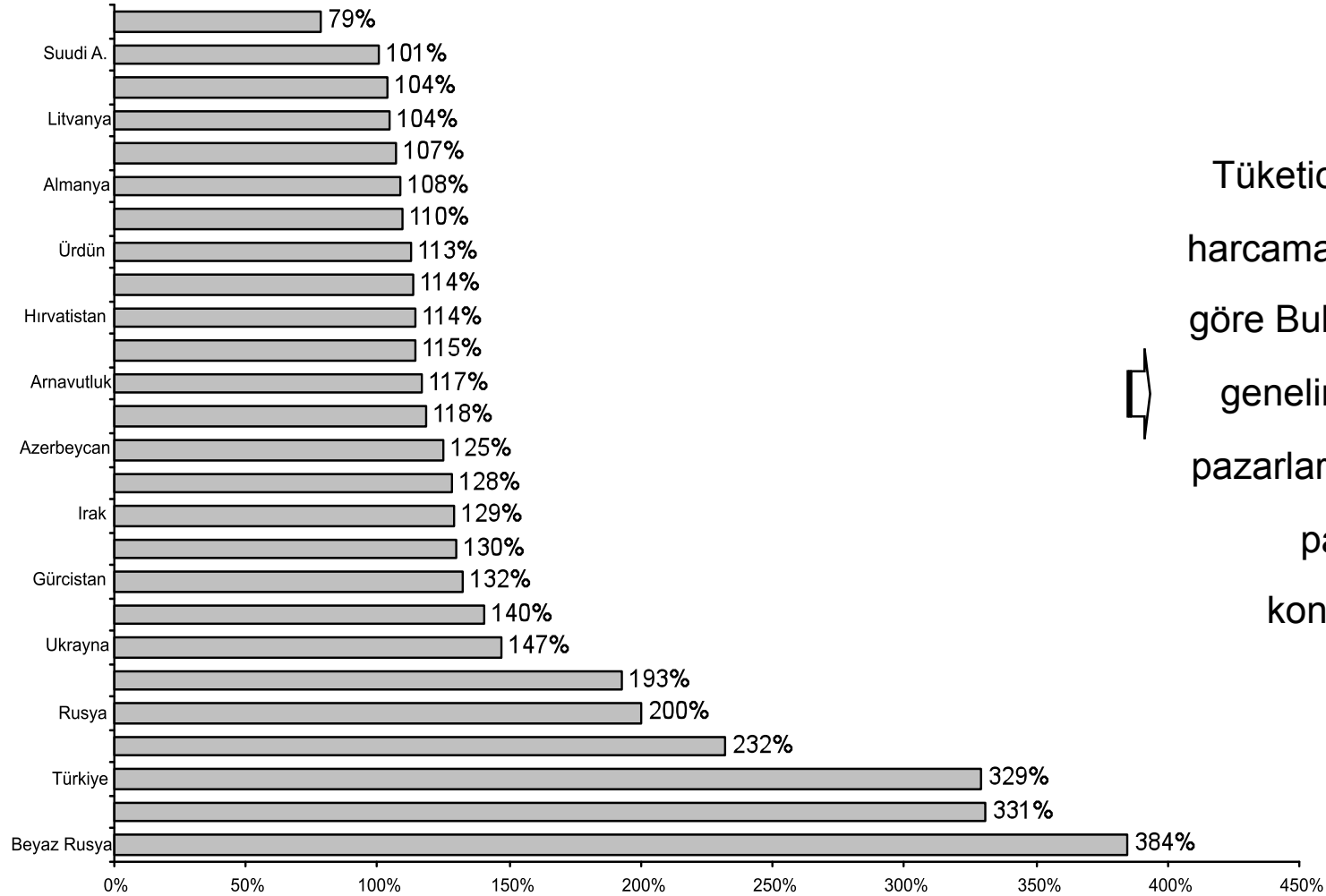
Enflasyondaki Gelişim



Tüketici Fiyatlarında Gelişim

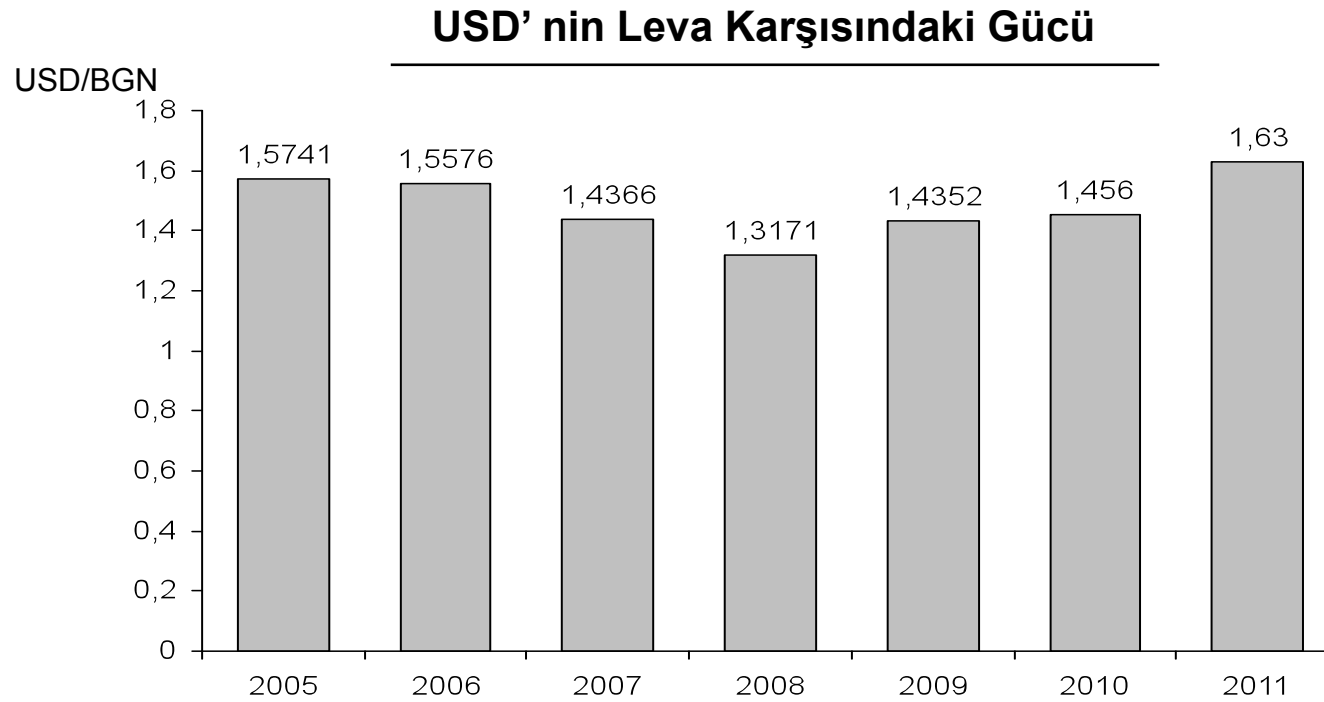
Bulgaristan 2000-2011 yılları arasında tüketici fiyatlarında %130luk bir artış hızı göstermiştir.

Tüketici Fiyat Endeksi: 2000=100%



Tüketicilerin ortalama harcama alışkanlıklarına göre Bulgaristan; Dünya genelinde 61.; hedef pazarlar içerisinde 9. en pahalı ülke konumundadır.

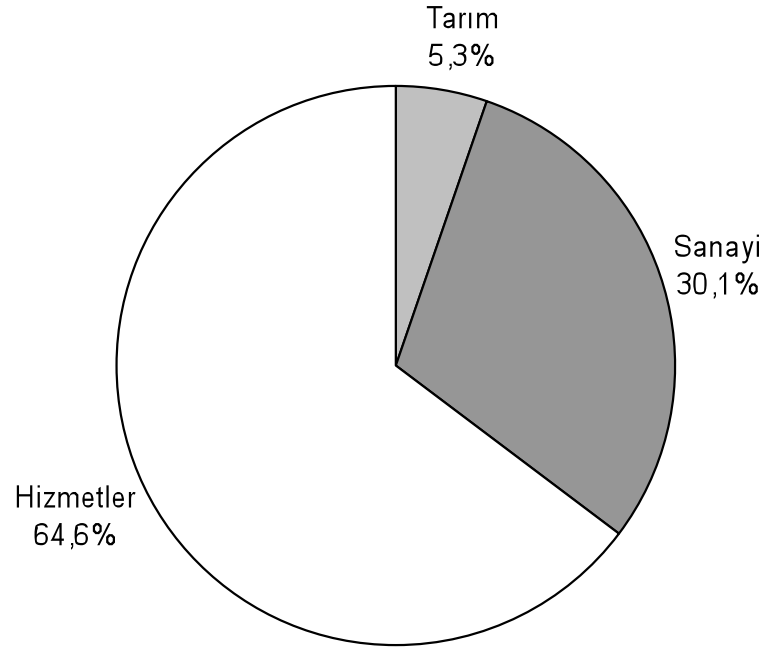
Para Biriminin Gücü



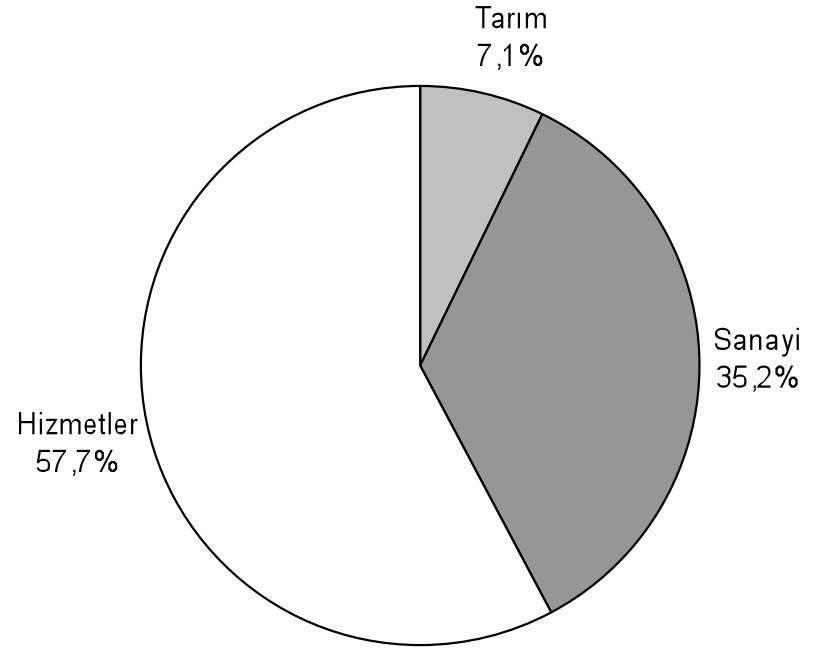
- 1 Ocak 1999'dan beri yürürlükte olan ve Leva'nın 1,95583Lv: 1 € kurundan Avro'ya endekslediği Para Kurulu uygulanmaktadır. Avronun ve Doların güçlenmesi ve yüksek enflasyon Levanın 2008 yılında önemli ölçüde değer kazanmasına neden olmuştur.

Sektörel Dağılım

GSYİH'nın Sektörel Dağılımı – 2011



İşgücünün Sektörel Dağılımı-2011

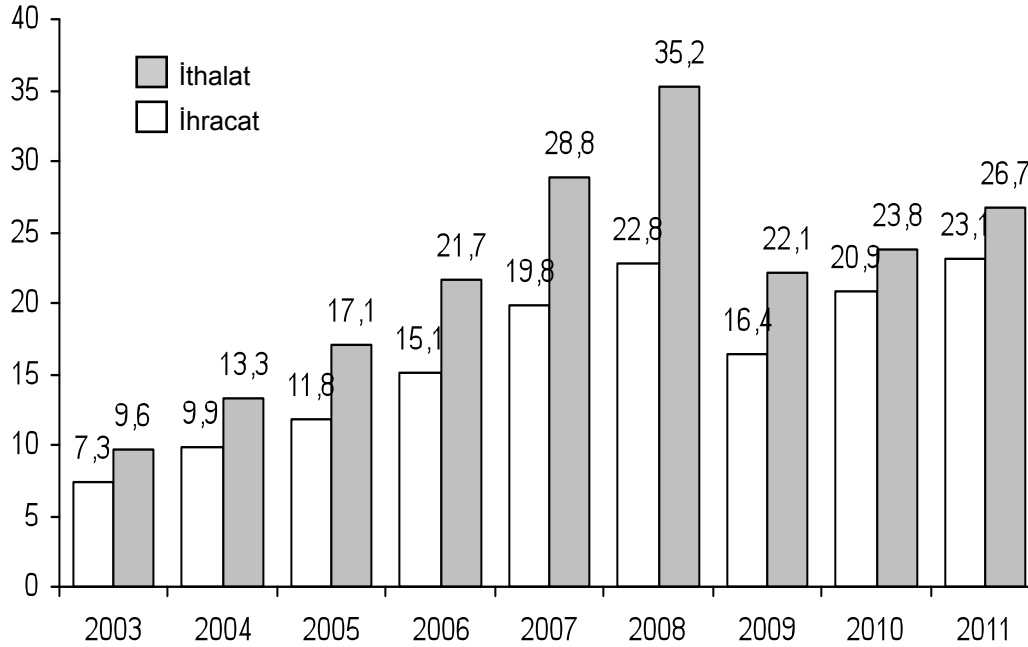


Müteahhitlik Hizmetleri, son yıllarda ülke ekonomisinin büyümesine en fazla katkıda bulunan sektörlerden biridir. AB'nin çeşitli programlarından Bulgaristan'a 2013 yılına kadar yaklaşık 78 milyar Euro civarında fon sağlanacağı ve bu tutarın önemli bir kısmının su şebekesi, kanalizasyon, su arıtma, metro, karayolu, limanlar, havalimanları ve demiryollarının inşaatı ve rehabilitasyonuna tahsis edileceği düşünülmektedir.

Dış Ticaret

Bulgaristan, küçük, dış ticaret açığı olan, dışa açık ve değişikliklere yavaş ayak uyduran bir ekonomidir. Düşük satın alma gücü, düşük emek verimliliği, öncelikli sektörlerde yatırım eksikliği ve üretimde AR-GE yetersizliği Bulgaristan'ın dış ticaretini olumsuz etkilemektedir.

Dış Ticaret Dengesi – 2011 (Milyar – USD)



- Bulgaristan, 2010 yılında dünyadan sırasıyla en çok ham petrol ve doğal gaz, diğer hammadde ve malzemeler, makina ve cihazlar, yiyecek, içecek ve sigara ithal etmiştir.
- 2010 yılı ülkelere göre ithalat sıralamasında Ülkemizin hemen ardından Çin'i görmekteyiz. Bulgaristan'ın Ülkemizden ithalatı 2010 yılında % 5,5 oranında artmıştır.

Doğrudan Yabancı Yatırım

Ülkeler	DYY (Milyar \$)
Almanya	46.127.366
Suudi Arabistan	21.560.173
Kazakistan	15.900.000
Rusya	9.961.014
Türkiye	9.278.000
Ukrayna	6.495.000
Mısır	6.385.600
Lübnan	4.954.862
Kıbrıs	4.841.376
BAE	3.948.300
Libya	3.833.391
İran	3.616.905
Romanya	3.453.000
Yunanistan	2.250.194
Türkmenistan	2.083.000
Bulgaristan	2.167.527
Ürdün	1.701.478
Tunus	1.512.505
İrak	1.426.400
Beyaz Rusya	1.402.800
Suriye	1.380.894
Fas	1.240.626
Arnavutluk	1.109.558
Litvanya	622.232
Azerbaycan	563.132
Gürcistan	548.826
Kosova	413.401
Makedonya	295.759
Hırvatistan	334.155

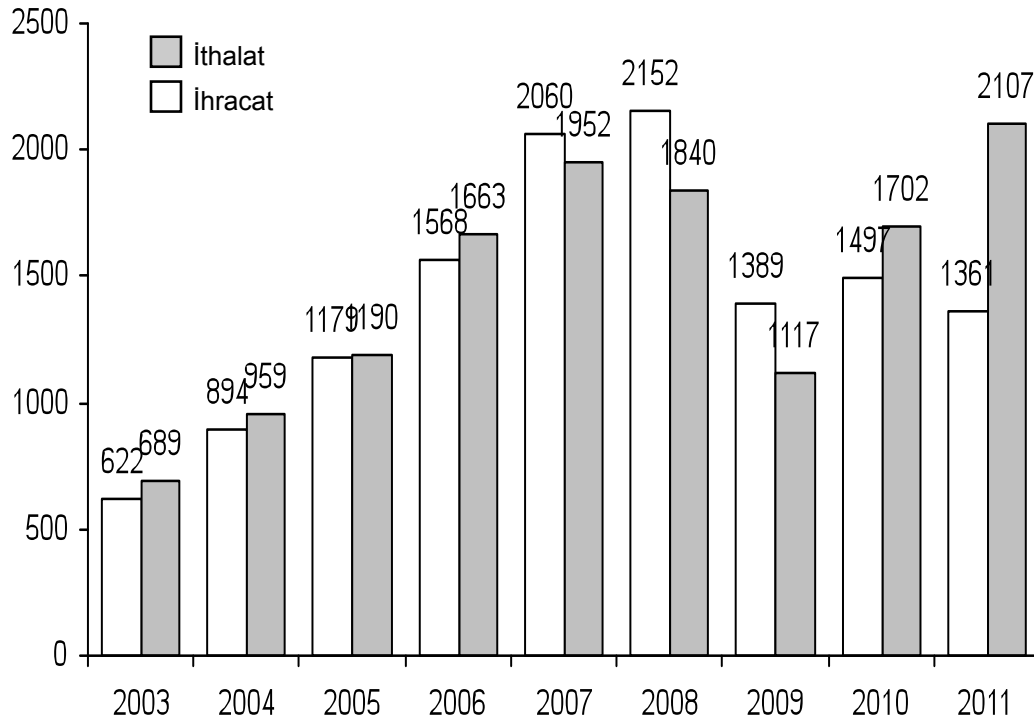


2010 yılında Bulgaristan, Hedef Pazarlar arasında en çok yabancı yatırımı kendine çeken 15. ülke olmuştur

Türkiye Bulgaristan Ticari İlişkiler-1

Türkiye'nin Bulgaristan'a ihracatı 1996 yılından bu yana sürekli bir artış eğilimi göstermektedir. Ülkeye ihracatımızın artışında imzalanan STA'nın olumlu etkisinin yanı sıra özellikle 2000 yılında Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından uygulanmaya başlanan "Komşu Ülkelerle Ticareti Geliştirme Stratejisi" kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerin payı bulunmaktadır.

Türkiye – Bulgaristan Dış Ticaret Verileri (Milyon USD)

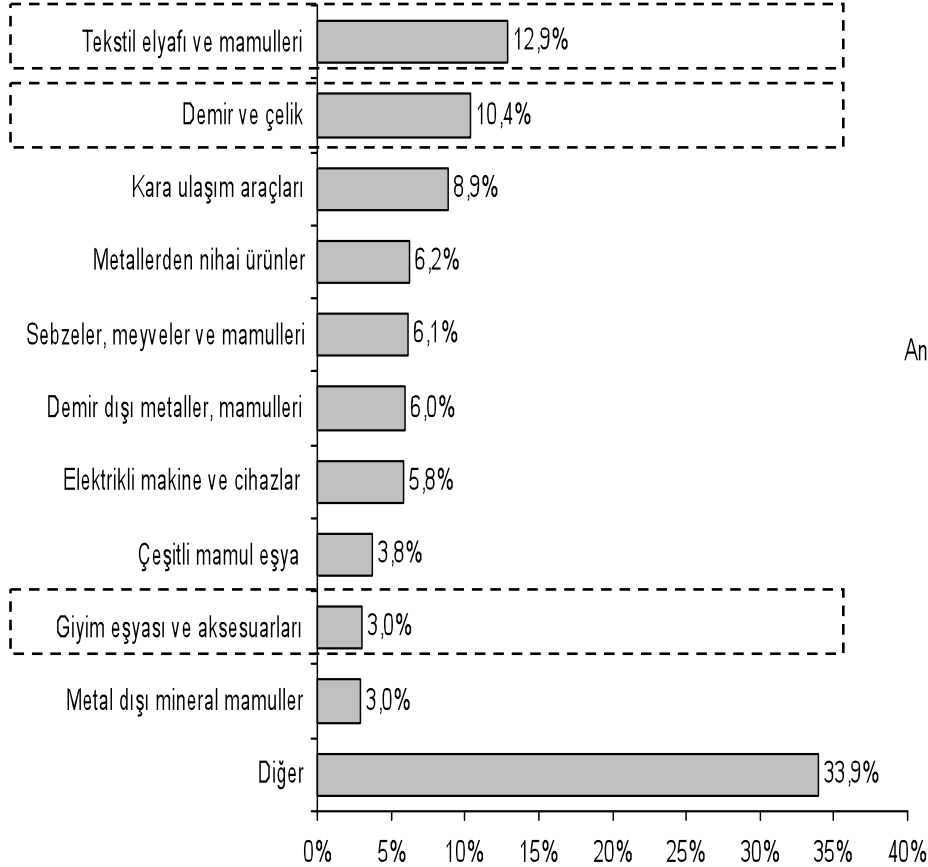


Türkiye'nin Bulgaristan pazarında rekabet şansının olduğu ürünler hazır giyim ürünleri, ambalaj malzemeleri, temizlik ürünleri, beyaz eşya, elektronik sanayi ürünleri, bitkisel yağlar, bakliyat, hazır gıda ürünleri, fast food üretiminde kullanılan makine ve ekipmanlar, inşaat malzemeleri, mobilya ve kimyasal ürünlerdir.

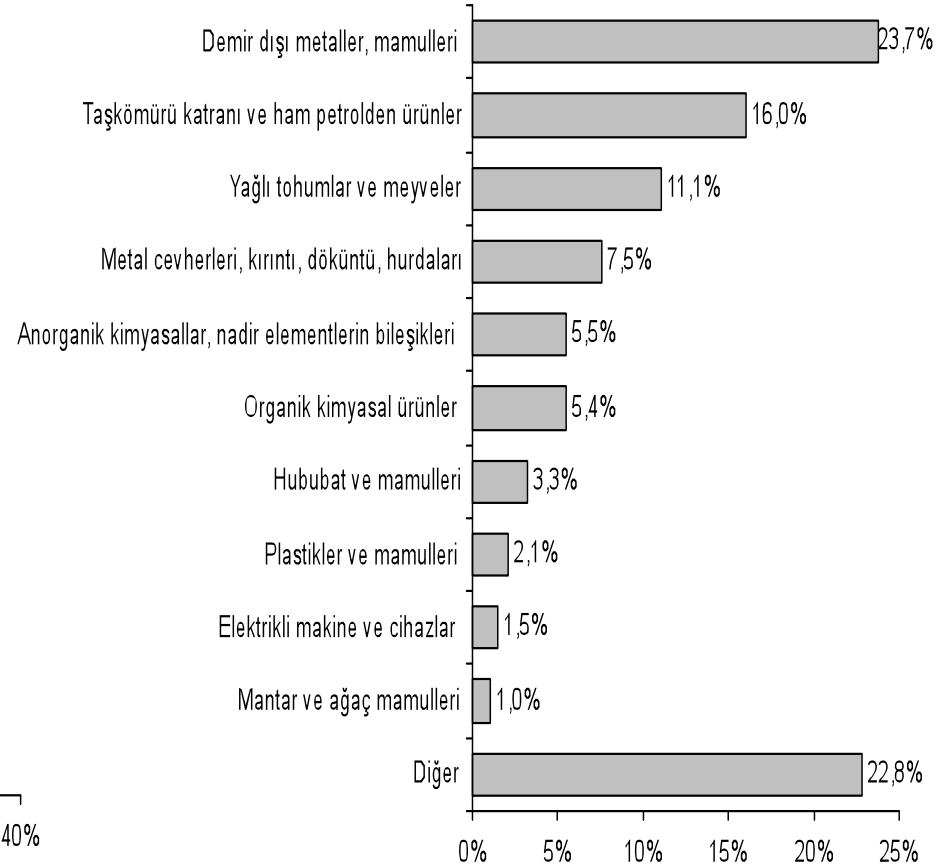
Bulgaristan'a yaptığımız ihracatta 2000 yılında 22'inci sıradayken 2007 yılında 13'üncü sıraya yükselmiş 2009 yılında 27'inci, 2011 yılında 21'inci sıraya gerilemiştir. İthalatımızda ise 2000 yılında 27'inci sıradayken 2007 yılında 20'inci sıraya yükselmiş, 2009 yılında 25'inci sıraya gerilemiş, 2011 yılında 19'uncu sıraya yükselmiştir.

Türkiye Bulgaristan Ticari İlişkiler-2

Bulgaristan'ın Türkiye'den İthal Ettiği Ürünler



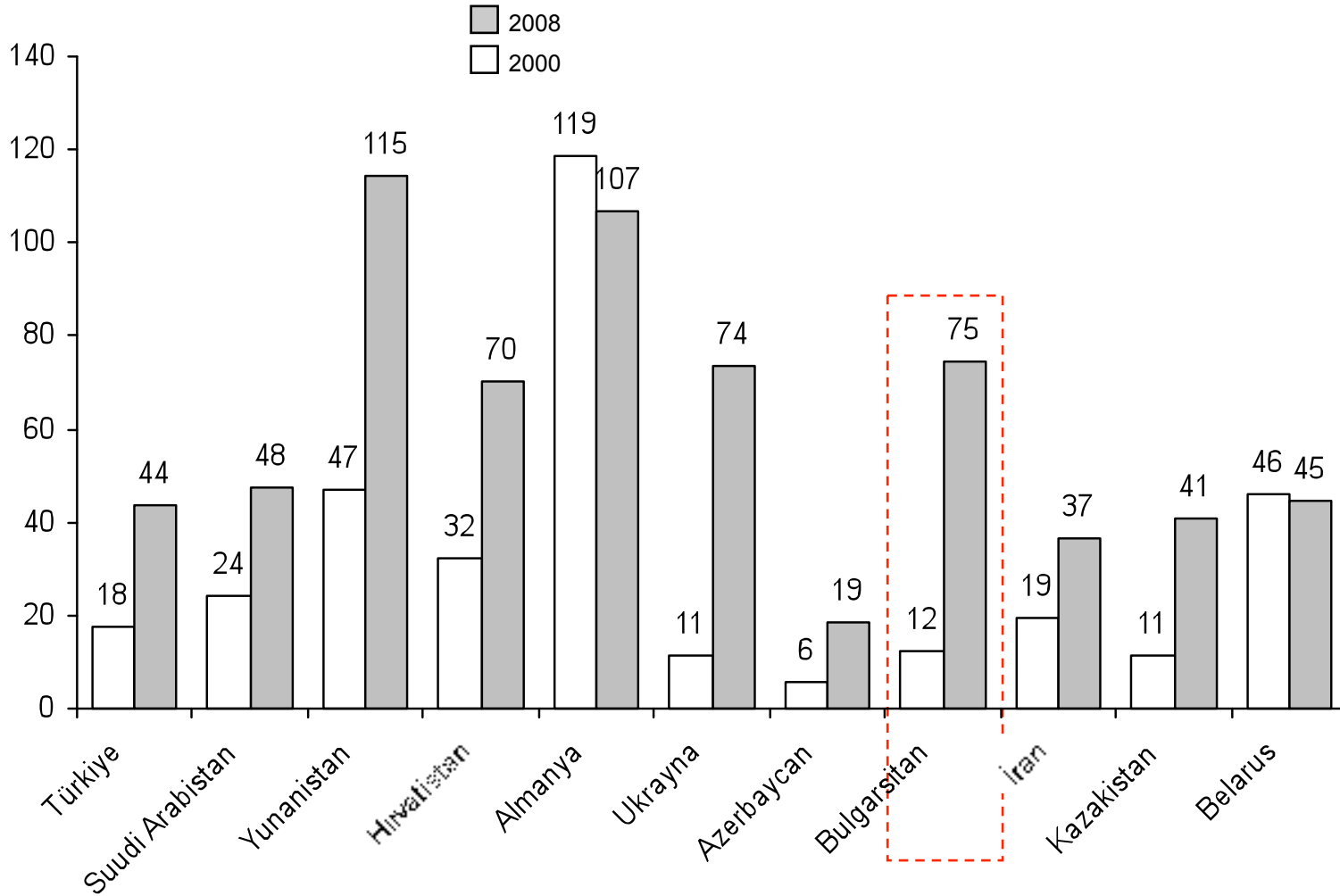
Bulgaristan'ın Türkiye'ye İhrac Ettiği Ürünler



Türkiye 2009 yılında Bulgaristan'a en çok Tekstil ürünleri, demir ve çelik, Kara ulaşım araçları ihrac etmiştir. Türkiye Bulgaristan'dan en çok demir dışı metaller ve mamülleri, Taş kömürü ve ham petrol ürünleri, Yağlı tohumlar ve meyveler almaktadır.

Bankacılık Sektörünün Gelişimi

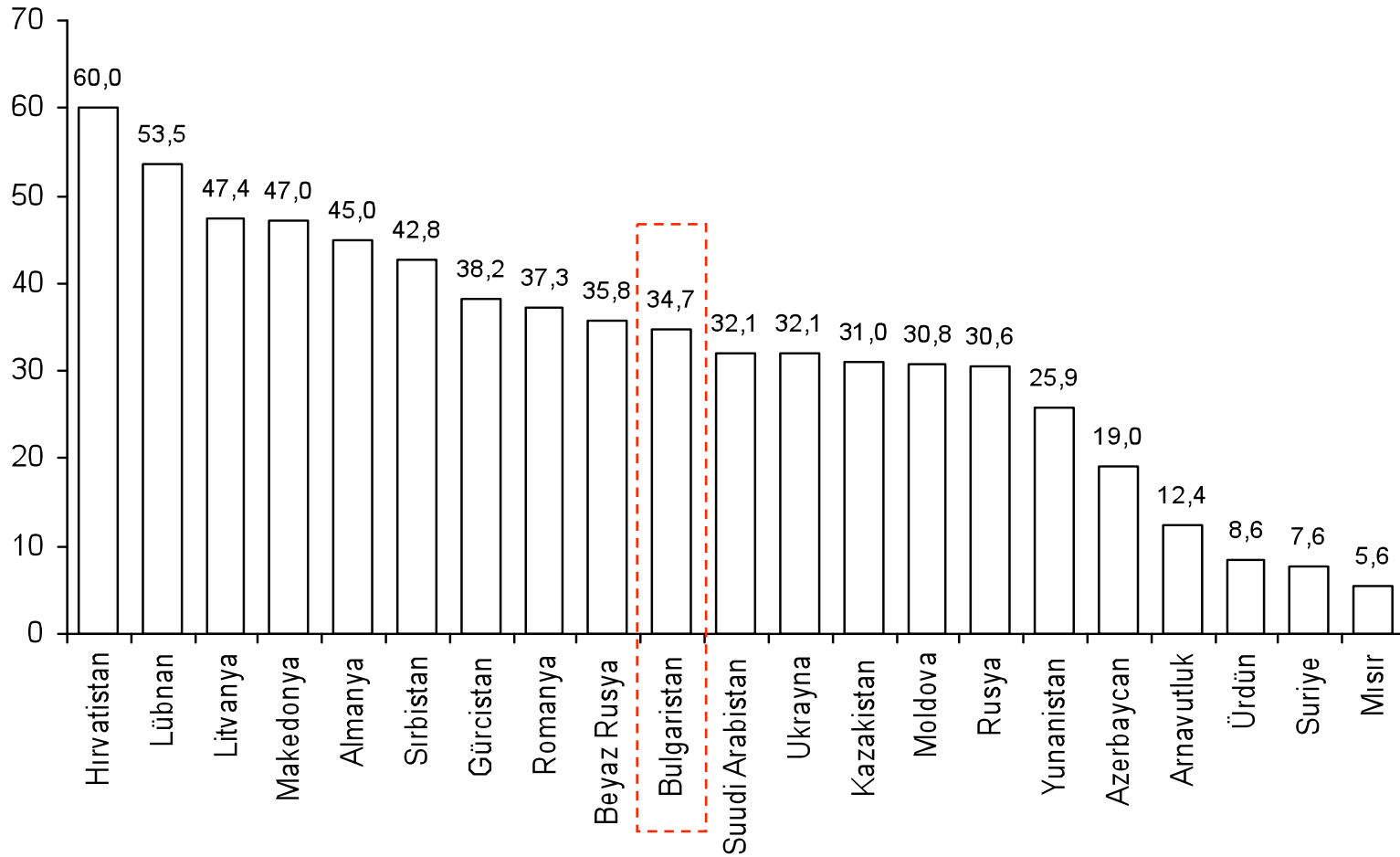
(%) **Özel Sektöre Verilmiş Yurtiçi Kredilerin GSYİH' deki Payı**



Bankacılık Sektörünün Gelişimi

Bulgaristan bankacılık sektöründeki özelleştirmenin artması ve yabancı bankaların sektöre girmesi sayesinde ülkede verilen yüksek kredi oranından yatırımcıların yaklaşık %35i faydalanmaktadır.

Yatırım için bankalardan finansman talep eden firmalar (%) - 2010



İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

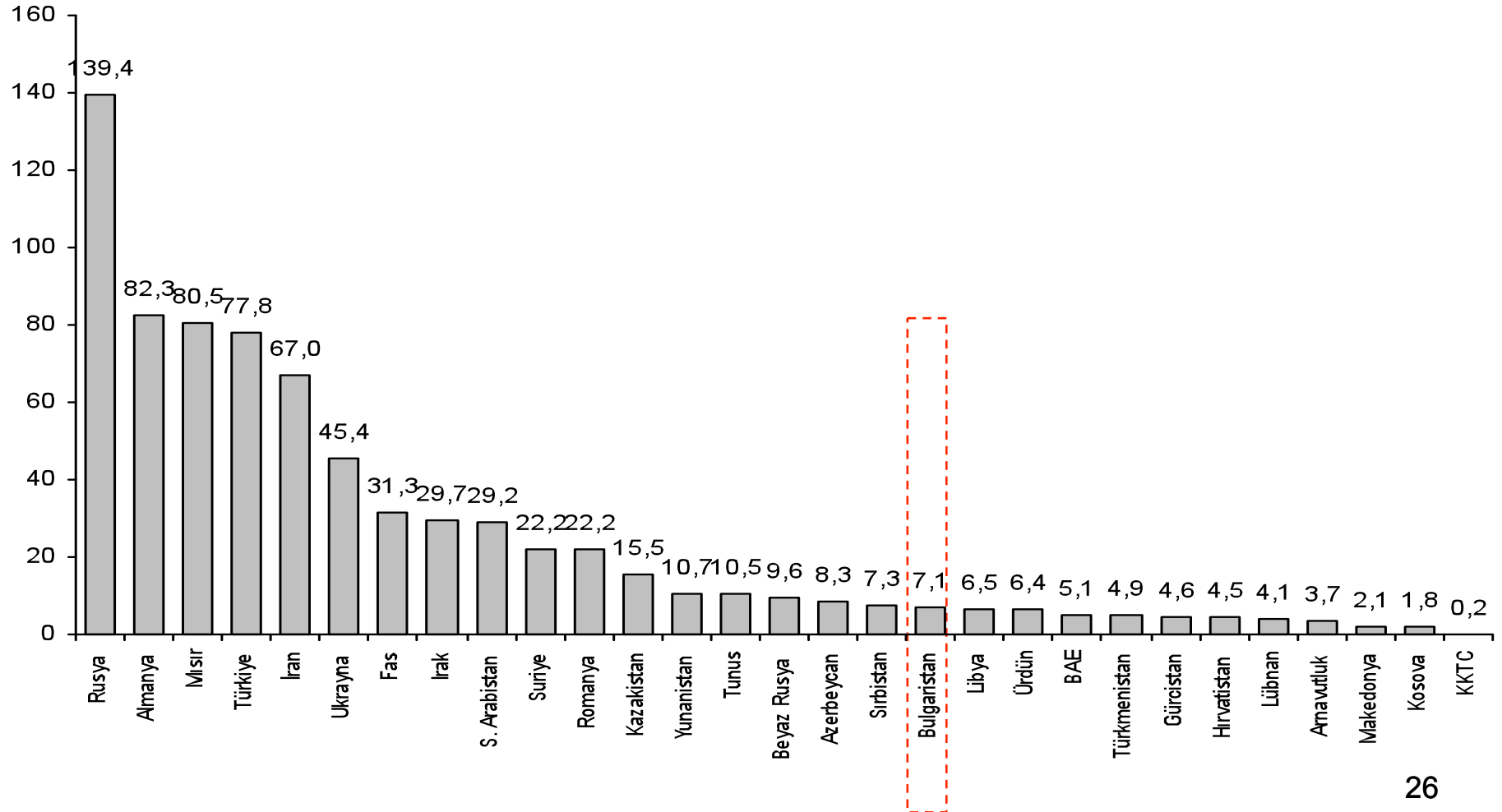
8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Nüfus Yapısı

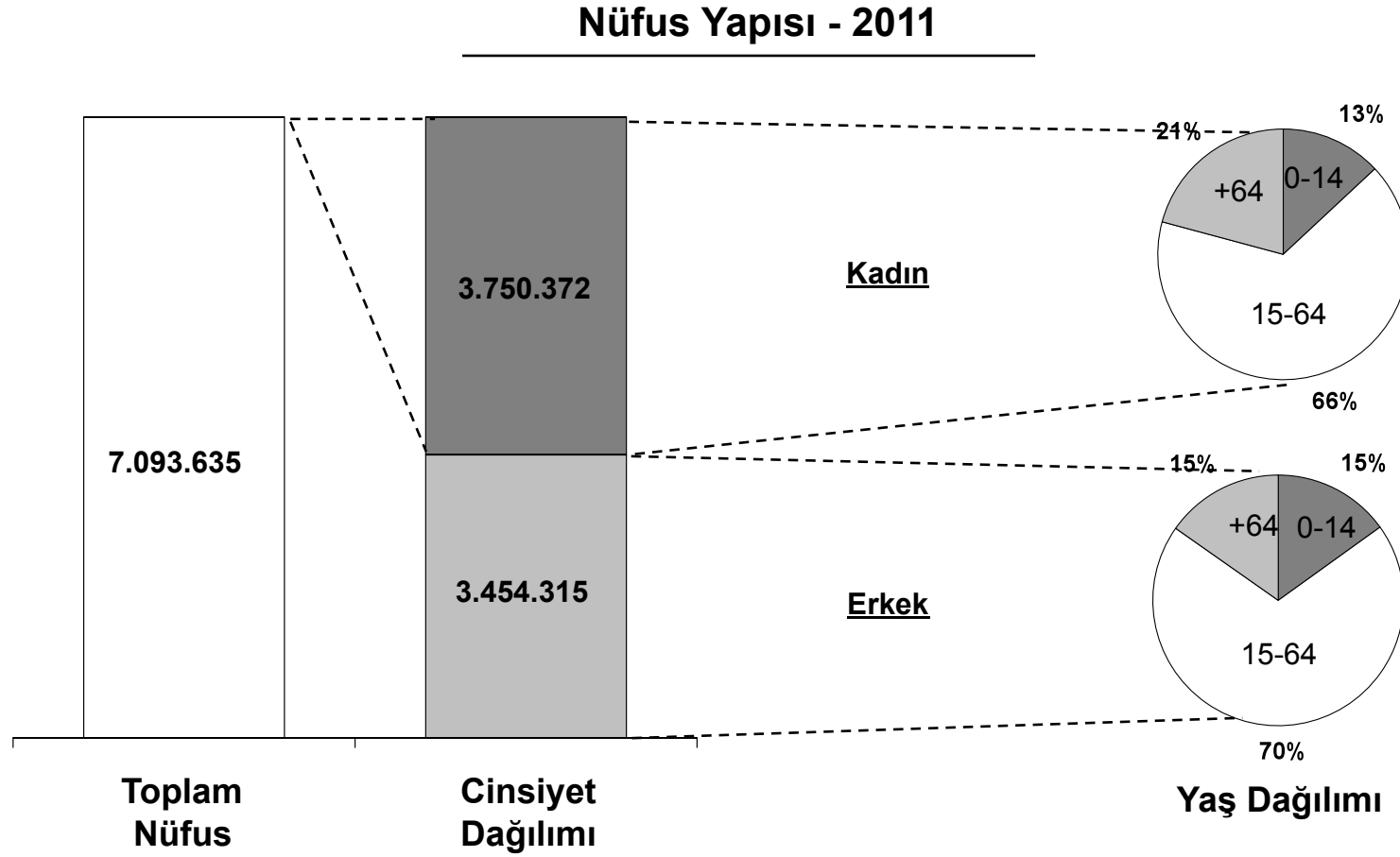
Bulgaristan hedef pazarlar arasında en fazla nüfusa sahip 17. ülkedir.

Nüfus (Milyon Kişi – 2011)



Nüfus Yapısı

Bulgaristan genç nüfusunun göç yapması ve doğum oranının düşük olması sebebiyle nüfus büyüme hızı azalmaktadır. 2015 yılında Bulgaristan nüfusunun 7,5 milyonun üstüne çıkacağı tahmin edilmektedir.



Nüfus Yapısındaki Gelişim - 2011

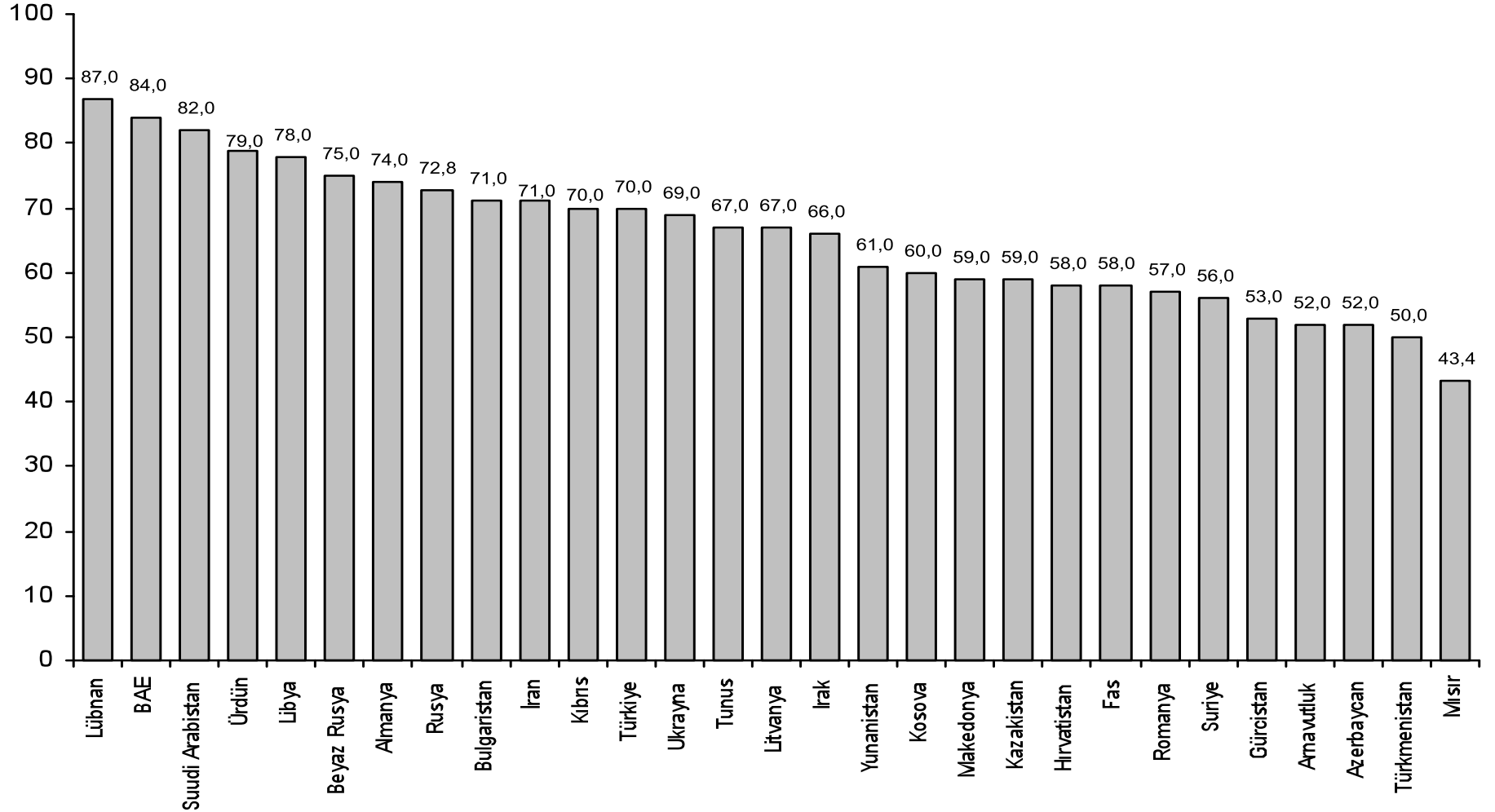
Doğum Oranı	9.32 doğum / 1.000 kişi
Ölüm Oranı	14.32 ölüm / 1.000 kişi
Göç Oranı	-2.82 göç / 1.000 kişi
Şehirleşme	%71
Şehirleşme Büyüme Oranı	% -0,3
Ortalama Yaşam Süresi	73.59 yıl
Erkek	69.99 yıl
Kadın	77.41 yıl

Kişisel Özellikler

	boy (m.)		kilo (kg.)	
	erkek	kadın	erkek	kadın
azerbaycan	1,72	1,65	76,1	64,8
bulgaristan	1,75	1,63	79,3	67,1
almanya	1,78	1,65	82,4	67,5
yunanistan	1,76	1,63	85,0	67,7
iran	1,73	1,60	76,0	65,0
irak	1,65	1,56	75,0	64,8
türkiye	1,74	1,59	86,4	63,0
hrvatistan	1,78	1,73	65,9	62,9
sırbistan	1,77	1,71	75,0	62,0
rusya	1,75	1,68	73,0	69,0
lübnan	1,74	1,58	76,1	68,7
romanya	1,72	1,65	73,0	58,0
suriye	1,71	1,62	80,0	66,0
fas	1,71	1,62	73,0	65,0
mısır	1,70	1,60	72,0	56,7
tunus	1,70	1,62	76,1	64,8
libya	1,57	1,52	77,0	65,0
kazakistan	1,70	1,63	76,1	64,8
ukrayna	1,76	1,67	82,0	58,0
bae	1,70	1,55	79,6	57,5
kosova	1,77	1,71	75,0	62,0
arnavutluk	1,65	1,53	74,0	51,0
gürcistan	1,74	1,60	72,5	66,0
suudi arabistan	1,75	1,65	64,0	55,0
beyaz rusya	1,82	1,67	75,0	53,0
kktc	1,71	1,59	70,0	58,0
makedonya	1,71	1,62	79,3	65,6
ürdün	1,72	1,63	74,0	60,0
türkmenistan	1,71	1,61	74,7	61,8

Şehirleşme-1

Ülke genelinde şehirleşme %70'in üzerinde kalarak hedef pazarlar arasında şehirleşme bakımından ilk 10 ülke içerisinde.



Şehirleşme-2

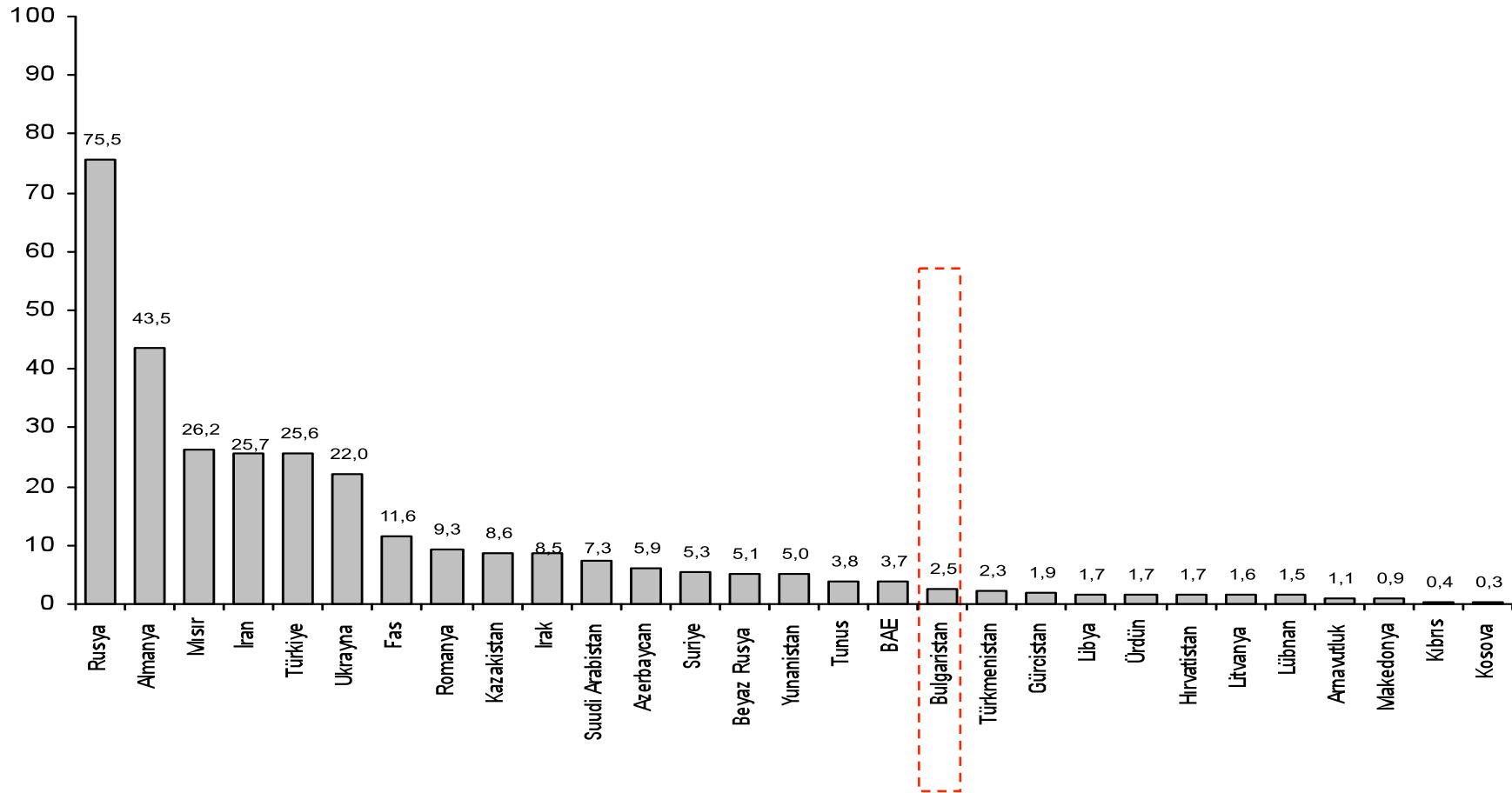
Nüfus Sayısına Göre En Büyük 10 Şehir - 2011

Sofya	1 291 591
Filibe	683 027
Varna	475 074
Burgaz	415 817
Eski Zağra	333 265
Yukarı Cuma	323 552
Pazarcık	275 548
Plevne	269 752
Tırnova	258 494
Hasköy	246 238

İşgücü

Bulgaristan hedef pazarlar arasında fazla işgücüne sahip 17. ülkedir.

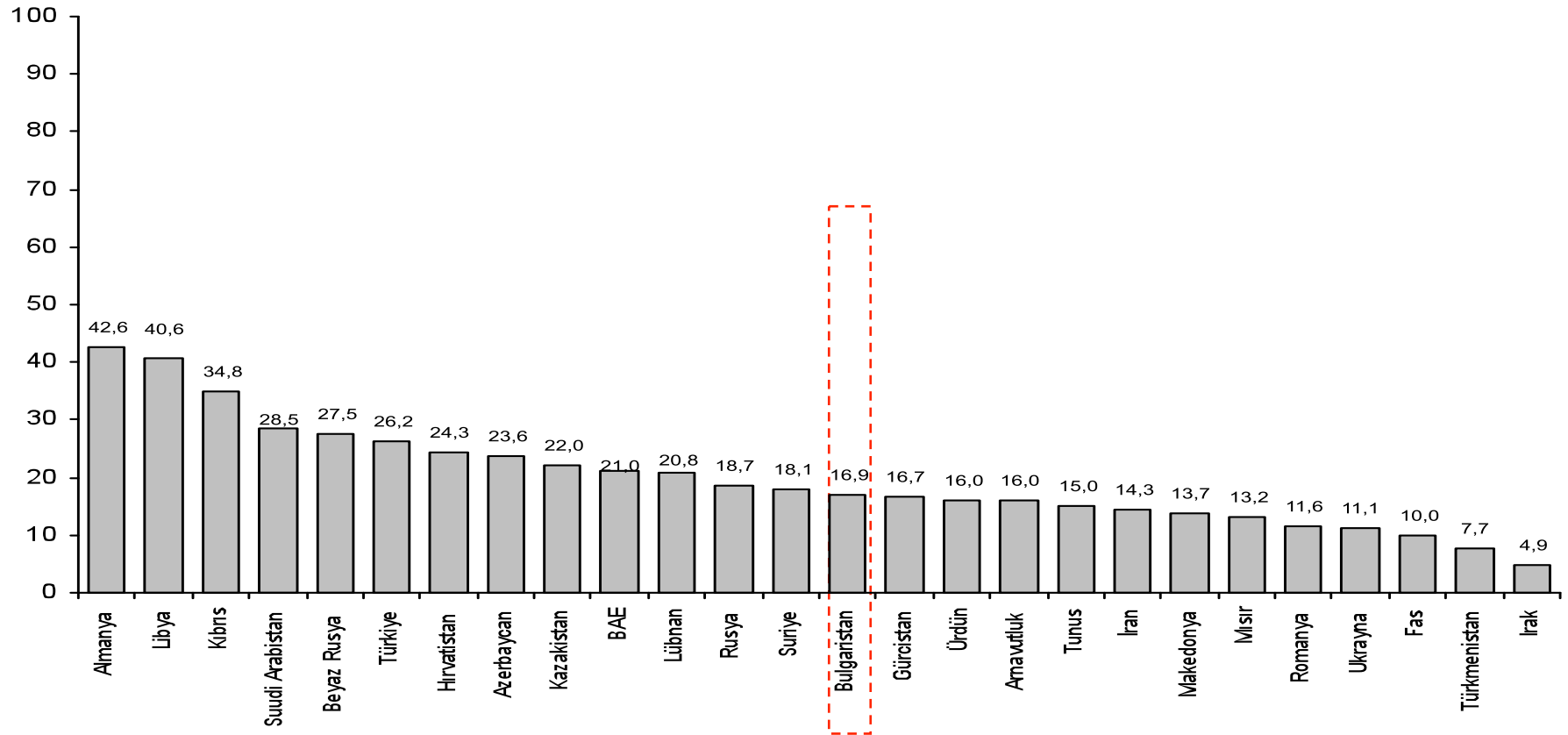
İşgücü sayısı (Milyon Kişi – 2011)



GSYİH' nin İşgücüne Paylaşımı

Bulgaristan hedef pazarlar arasında 16,900 USD' lik çalışan başına düşen GSYİH ile 13. sıradadır.

Çalışan Başına Düşen GSYİH(Bin USD)-2011



İşsizlik

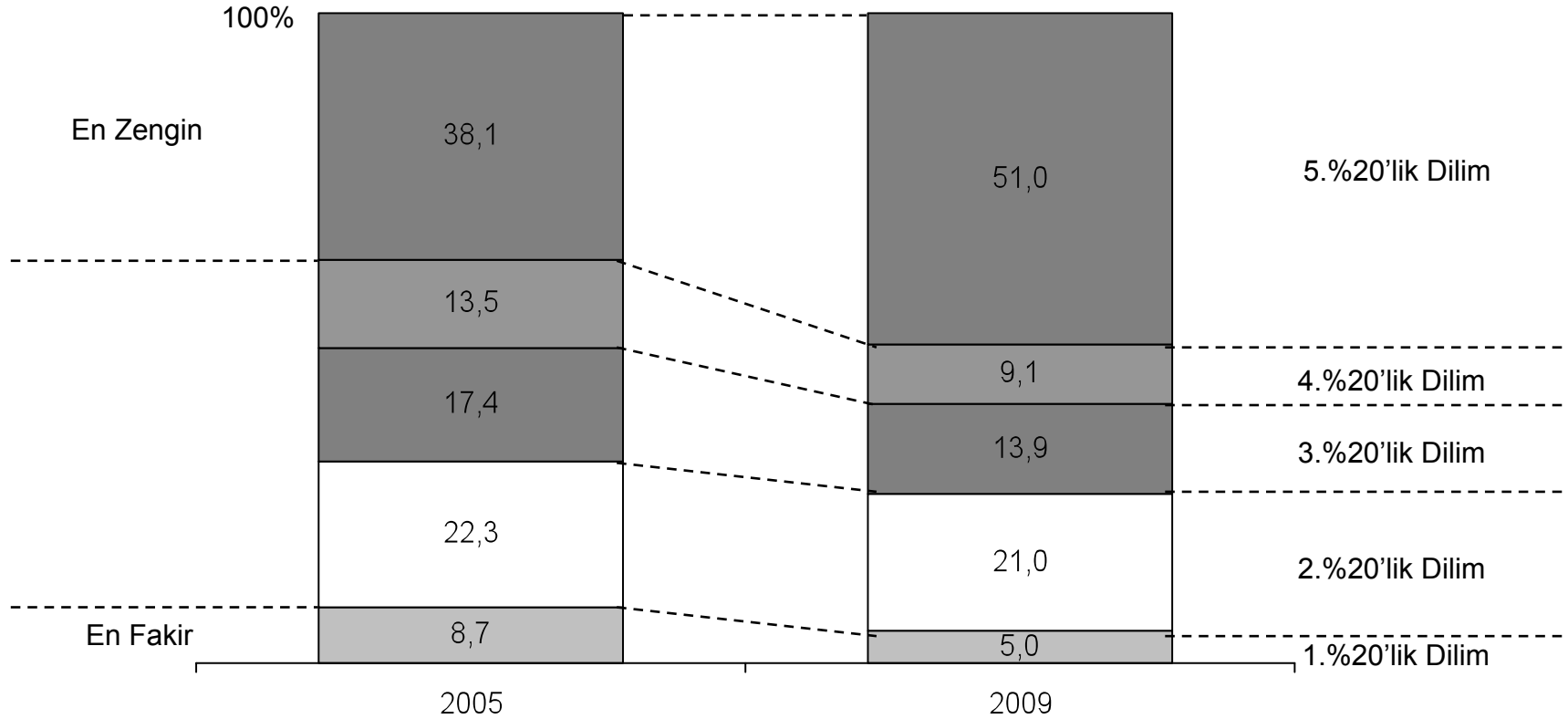
Bulgaristan da resmi verilere göre işsizlik uzun yıllar boyunca %20 civarında seyretmekteydi, 2006 yılından bu yana işsizlik oranı %10'un altına düşmüş 2009 yılı işsizlik oranının küresel krizin etkisiyle %6,3'den %9,1'e yükselmiş, 2010 yılında ise %9,5 oranında gerçekleşmiştir.

- Ülke genelinde işgücü sayısının 2,5 Milyon olduğu tahmin edilmektedir.
- İşsizlik özellikle genç nüfus içerisinde daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir.
- Ülke genelinde fakirlik seviyesi tüm nüfus içerisinde %21,8 seviyesindedir.
- Satın alma gücü paritesine göre 12 aylık bir çalışan ücreti 2.880 USD seviyesindedir.

Sosyoekonomik Gruplar

2005-2009 yılları arasında Bulgaristan da yaşanan özelleştirmeler ve AB uyum programları sayesinde gelir dağılımındaki en yüksek dilim de büyük bir artış görülmekle beraber alt gelir gruplar oranlarında düşüş görülmektedir.

Sosyo Ekonomik Grupların %20'lik Dilimlere Göre Kırılımı



İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Perakende Pazarına Genel Bakış

Hazır giyim ve ayakkabı perakende satışları 2009'da %2 azalırken 2.37 milyar BGN'ye ulaştı.

- 2004-2009 arası perakende satışları yıllık ortalamada %4 sabit büyüme göstermiştir. 2014 yılına kadar pazar hacminin 2.6 milyar BGN'ye çıkması beklenmektedir. (Hazır Giyim: %67, Ayakkabı: %33)
- Ekonomik durgunluk bu satışların düşüşlerinde önemli bir etki gösterdi, ancak açılan yeni alışveriş merkezleri toplam satış alanını arttırdı.
- 2. el kıyafetler popülaritesini özellikle düşük gelir seviyeli Bulgarlar arasındaki arttırdı. "Second Hand Mania OOD" rekabetin yüksek olduğu pazarda önemli bir paya sahip.
- Birçok Bulgar tüketici ev harcamalarında bütçe kısıtlamasına gitti. Global krizin etkisiyle ortaya çıkan bu durum hazır giyim segmentini etkiledi.

Perakende Pazarına Genel Bakış

- Global markaların Pazara girmesi tüketici davranışlarında ciddi değişimler olduğu gözlemlenmiştir.
- Yükselen harcanabilir gelir, çeşitliliği ve bölünmeyi artırırken pazarda daha iyi servis ve ortamın oluşmasına ve fiyat rekabetinin artmasını sağladı.
- Hazır giyim ve ayakkabı segmentine yapılan harcamalar son beş yıl içerisinde üç kat daha hızlı büyümesine rağmen, toplam harcanabilir gelir içerisinde aldığı pay %3'ler seviyesindedir.
- Alışveriş merkezlerinin ortaya çıkması hazır giyim ve ayakkabı sektöründe asıl büyük değişime sebep oldu.
- Harcanabilir gelirin artması bir çok yatırımcıyı daha iyi servis vermeye, dizayn mağazalara ve indirim / promosyona teşvik etti.
- Bulgar tekstil üreticileri AB pazarında pazar paylarını arttırırken kaliteye önem vermektedir.

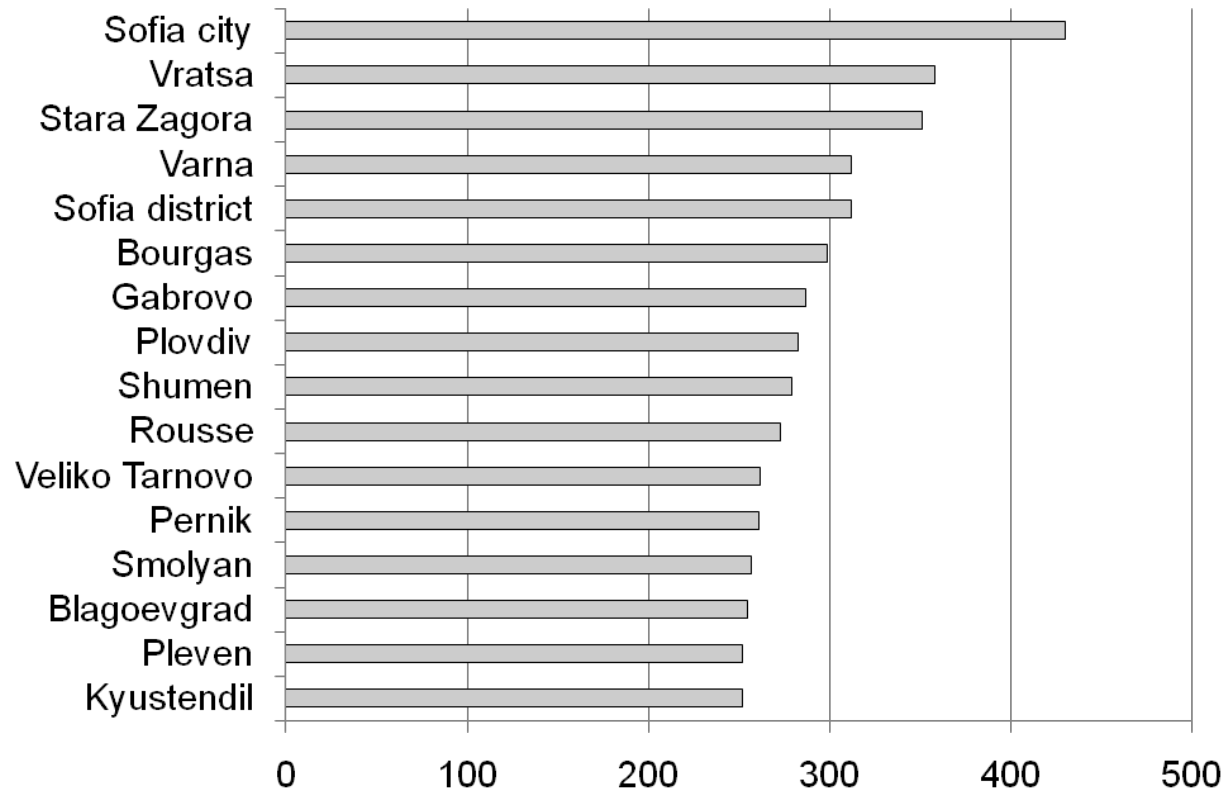
Pazar Genelinde Beklenen Olası Gelişmeler

- Hazır giyim ve ayakkabı perakende sektörünün önümüzdeki günlerde büyümeye devam etmesi bekleniyor.
- Ekonominin de düzelmesiyle pazarda beklenen iyileşmenin büyük mağaza zincirlerinin büyümesi ile görülebilir.
- Kaliteli ürünlerin artması beklenirken bu durumun sabit büyüme hızında arttırması bekleniyor.
- Ancak ekonomik fiyat grubu ile yüksek fiyat grubunun arasının gitgide açılması özellikle yerel üreticilere orta-fiyatlandırmaya gitmeleri konusundan bir baskı oluşturabilir.
- AVM yatırımlarının hız kazanmasıyla uluslararası markaların pazara girmesi hızlanacağı tahmin edilmektedir.

Perakende Pazarının Bölgesel Dağılımı

Sofya, Vratsa, Stara Zagora ve Varna şehirleşmenin ve alım gücünün yüksek olduğu şehirler arasındadır.

Şehirler Bazında Kişi Başı Düşen Gelir (€)



Dağıtım Kanalları

1. Alışveriş merkezlerinin ortaya çıkışı alışveriş kültürünün oluşmasında büyük katkı sağladı.
2. Çok katlı ve çok markalı mağazacılık tüketiciler tarafından çok tercih edilmemektedir.
3. Katalog ve internet üzerinden satış benzer ülkelere göre daha az gelişmiş. Tüketim kültürünün henüz tam oturmamış olması markaların bu alana yatırım yapmasını sınırlıyor.
4. Perakende sektörünün gelişiminde son beş yıl içerisinde bir hızlanma olmasına karşın, organize perakendecilikte hala bir takım eksikleri olduğu bilinmektedir.

İnternet Kullanımı

1. Eurostat anketinin 2008 Şubat'ta yaptığı araştırmalar, her üç AB vatandaşından birinin internetten alışveriş yaptığını gösterirken, Bulgar tüketicilerin sadece %3' ü internet alışveriş yaptığını gösteriyor.
2. İnternette alışverişe duyulan aşırı güvensizlik bir güvensizlik hakim.
3. Tüketiciler şahsi ve finansal bilgilerini internette paylaşmak konusunda oldukça isteksiz.
4. E-ticaret halen gelişmemiş bir pazar olmasına rağmen, genç tüketicilerin internet kullanım oranı yüksek ve bu durumu değiştirme eğilimleri var.
5. Kredi kartının yayılmasıyla ve tüketicinin alışverişe ayırdığı zaman konusunda daha dikkatli olmaya başlaması e-ticarete büyük bir büyüme potansiyeli sergiliyor.

1	Google.bg	Arama Motoru
2	Facebook.com	Sosyal Paylaşım Sitesi
3	Google.com	Arama Motoru
4	Vbox7.com	Video Paylaşım Sitesi
5	Abv.bg	Email ve Haberler
6	Zamunda.net	Paylaşım Sitesi
7	Youtube.com	Video Paylaşım Sitesi

Tüketici Eğilimleri

1. Gelir seviyesi düşük Bulgar tüketiciler hazır giyim ve ayakkabı alışverişinde ikinci elde uzmanlaşmış outlet mağazaları tercih ediyor.
2. Ucuz ithalat yapan ufak ve bağımsız perakendeciler fazlasıyla tercih ediliyor.
3. Yerel perakende zincirleri 2004-2009 dönemine göre uygun fiyat aralıklarıyla kaliteli ürünler sunuyor.
4. Bir çok yerel perakendeci satılan ürünlerin geri iadesi konusunda oldukça zorluk çıkarıyor ve isteksiz davranıyor.

Tüketici Eğilimleri

5. 90'lar ortalarında, hazır giyim ve ayakkabı alışverişi tüketici için sadece ihtiyaca dayanırken, daha sonra boş zamanlarda yapılan bir aktivite haline geldi.
6. Aynı zamanda düşük gelir ve yüksek gelir tüketici arasında fark bir hayli genişlemiştir.
7. Özellikle şehirlerde artan yabancı markalar ve alışveriş merkezleri yüksek gelir kesimi hedef alırken, daha ufak şehirler 2. el mağazalar ve yerel üretilelerle fiyata duyarlı müşterileri çekmektedir. Bu durum hem iş hem tarz açısından etkilemektedir.
8. Bulgar kadınları görüntülerine önem vermeye başlamalarına rağmen henüz bu eksik tamamlanmamıştır. Ancak tüketici oldukça bu duruma açıktır.

Tüketici Grupları

Tüketici harcamalarındaki trendler harcanabilir gelir seviyesinin artmasıyla iki farklı tüketici sınıfının oluşmasına sebep oldu ve bunlar yaşa, alım gücüne, yaşam bölgesine göre farklılık gösteriyorlar.

Yaşlılar

Yaşlılar giyim konusunda daha tutucu bir tavır sergilemektedirler. Kıyafet konusundaki seçimleri daha çok fiyat endekslidir ve daha az alışveriş yaparlar.

Genç ve Orta Yaş

Gençler ve orta yaş grubu Bulgaristanda moda konusunda oldukça duyarlıdırlar. Bunlar genellikle şehirlerde yaşayan yüksek gelir grubu olmalarının etkileri çoktur. İş yerinde batılı giyim tarzının benimsenmesi, eğlence için yada ofis olaylarında önemlidir. Ticaret, finans sektörü ve profesyonel işler geliştikçe ve yaygınlaşmaya başladıkça iş giyim kurallarının ve klasik giyimin öneminin artması bekleniyor.

Batı Etkisi

Genç Bulgarlar kadınlar medyada zaman zaman kıyafetleri konusunda dikkatli (tutucu) olmamaları konusunda eliştirili oklarına hedef olurlar. Starlar ve aktrisler idol olarak belirlenmiştir, modaya yön verirler. Yabancı markaların pazara girmesiyle Bulgar hem kadın ve erkeklerde Batılı giyim trendleri ve standartları hızla yaygınlaşmıştır. Bu sebeple yerel üreticiler yüksek gelir tüketici hedef alsada da pazarda tutunmakta başarılı olamamışlardır.

Moda bilinci ve önemi günden güne artarken yabancı markalar bunu farkedip AB pazarın geri kalanından daha düşük fiyatlara yüksek sayıda satış yakalayabiliyorlar, bu durumun sebebi Bulgaristan'ın AB ortalama gelir seviyesinin altında olmasıdır.

Yabancı Perakendecilerin Bulgaristan'a Bakışı

<u>Yeni Markalar</u>	<u>Bulgar Üretici</u>	<u>Türkiye ve Çin</u>
•2009 yılında hazır giyim ve ayakkabı pazarına yeni bir markanın girişi olmadı. •2008'de Trend Studio Bulgaria OOD'nin başlattığı Z Outlet markasıyla moda outlet mağazalara duyulan ilgi gitgide arttı. Bu konseptin bu kadar başarılı olması Zara ve diğer uluslararası perakendecilerde en son koleksiyonlarını outlet mağazalarda satmaya yöneltti. •Marka bilincinin artması Bulgarların daha sık seyahate çıkmalarıyla birlikte yabancı markalar pazar için daha popüler hale geldi. Zara 2007 yılında bir mağaza açtı •2007'de sadece 18 yeni outlet açılmasına rağmen, bir çok mağaza ucuz fiyatlara ithal ürünler sunarak Zara, Miss Sixty ve Mango gibi markaların yerini aldı. Bu durum 2007'de sektördeki %6'lık büyümeyi tetikleyen faktör oldu.	•Bulgar tekstil üreticileri ülkenin ihracatının temel kısmını oluştururken pazarın büyümesine de katkıları oldukça fazla oldu. •Daha uygun fiyatlara pahalı markalara alternatif oluşturacak ürünler pazara sürdüler. •Bir çok Bulgar şirket yeni açılan alışveriş merkezlerinde mağazalar açtı.	•Bulgarlar hazır giyime ve ayakkabıya daha çok harcadıkça ve daha lüks alışveriş merkezleri kurulmaya devam ettikçe, Türkiye ve Çin'den gibi daha çok ucuz fiyata ithal edilen ürünlerin pazardaki payı azalıyor. •Aynı zamanda Bulgaristan'ın AB'ye katılımıyla yeni gelen kanunlar çerçevesinde Çin'den yapılan ithalat sınırlandırılmış durumdadır.

Markaların Bulgaristan Pazarına Bakışı

Bulgaristan pazarına olan ilginin sebepleri.....

1. AB'nin yatırıma en uygun vergi sistemine sahip olması
2. İşletim giderlerinin düşük olması
3. Eğitimli ve kalifiye iş gücü
4. Hükümetin yatırımları desteklemesi
5. Jeolojik açıdan stratejik bir pozisyonda olması
6. Yabancı markalara duyulan ilgi

İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

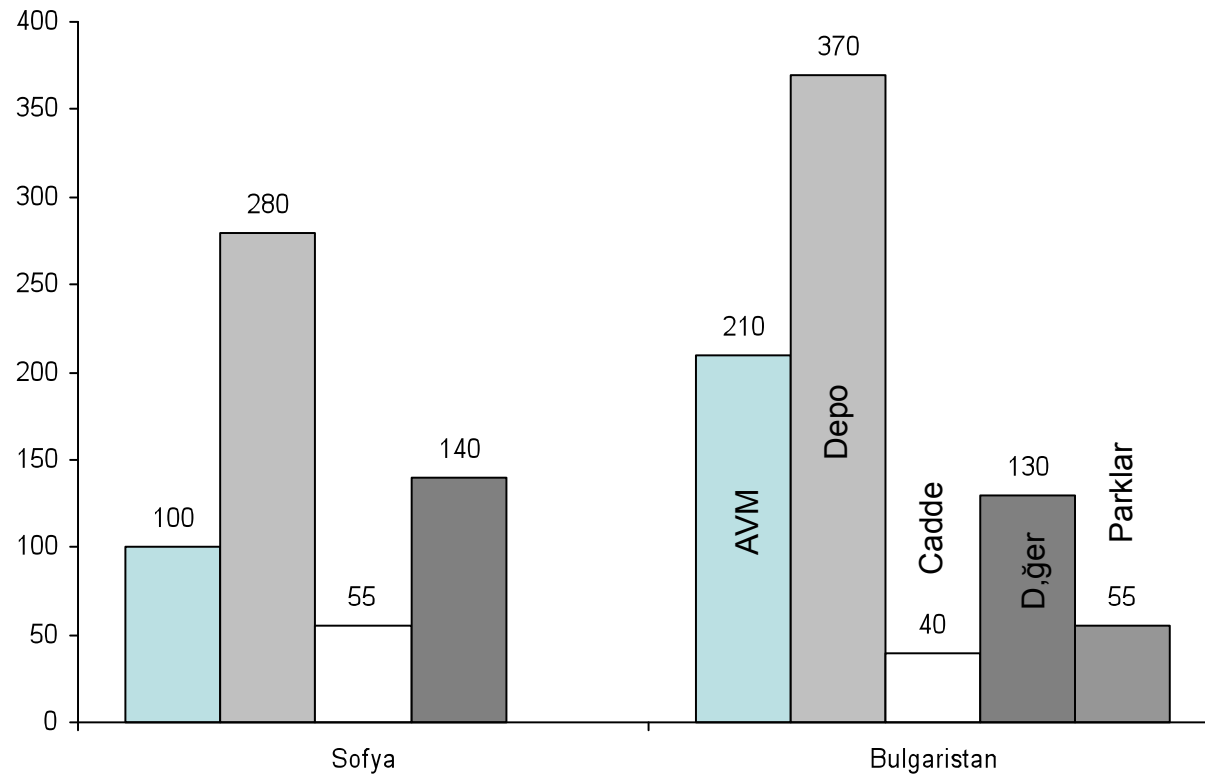
Genel Görünüm

1. Perakendeciliğin gelişimi 2000'li yıllarla hızlanmaya başladığından organize perakendecilik halen gelişmiş değil.
2. Bulgaristan Avrupa genelinde kişi başına düşen kiralabilir alan sıralamasında en alttadır.
3. Krizin etkisi ile kira bedellerinde önemli düşüşler kaydedildi.
4. Halen perakendeciler AVM yönetimleri ile sıkı pazarlık halindedir.
5. Plan-proje aşamasında olan AVM sayısı fazla olmakla beraber, yatırımcıların ürkek davrandığı bilinmektedir.

Kiralanabilir Perakende Alanı

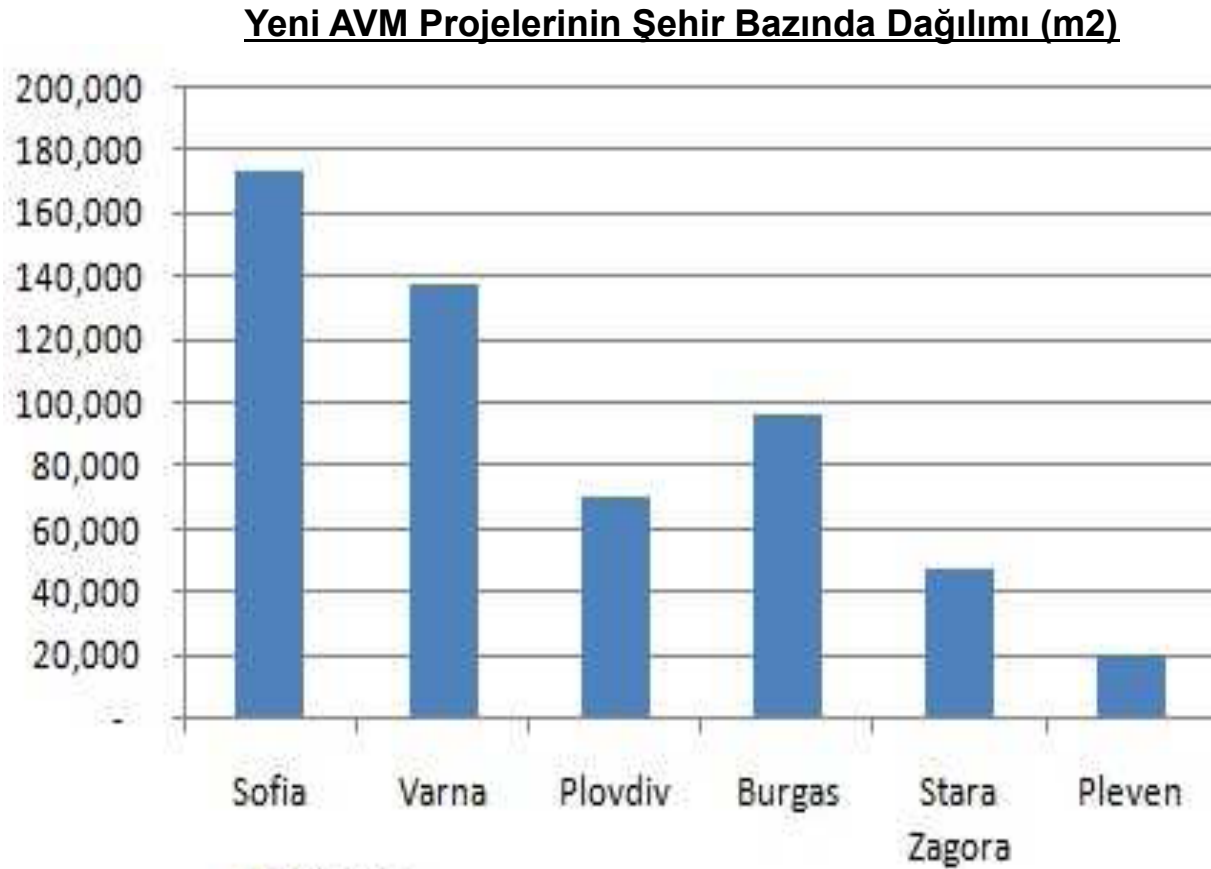
Sofya ülke genelinde AVM ve cadde mağazacılığının %50sine yakın kısmını barındırmaktadır.

Kiralanabilir Alan ('000 m²)



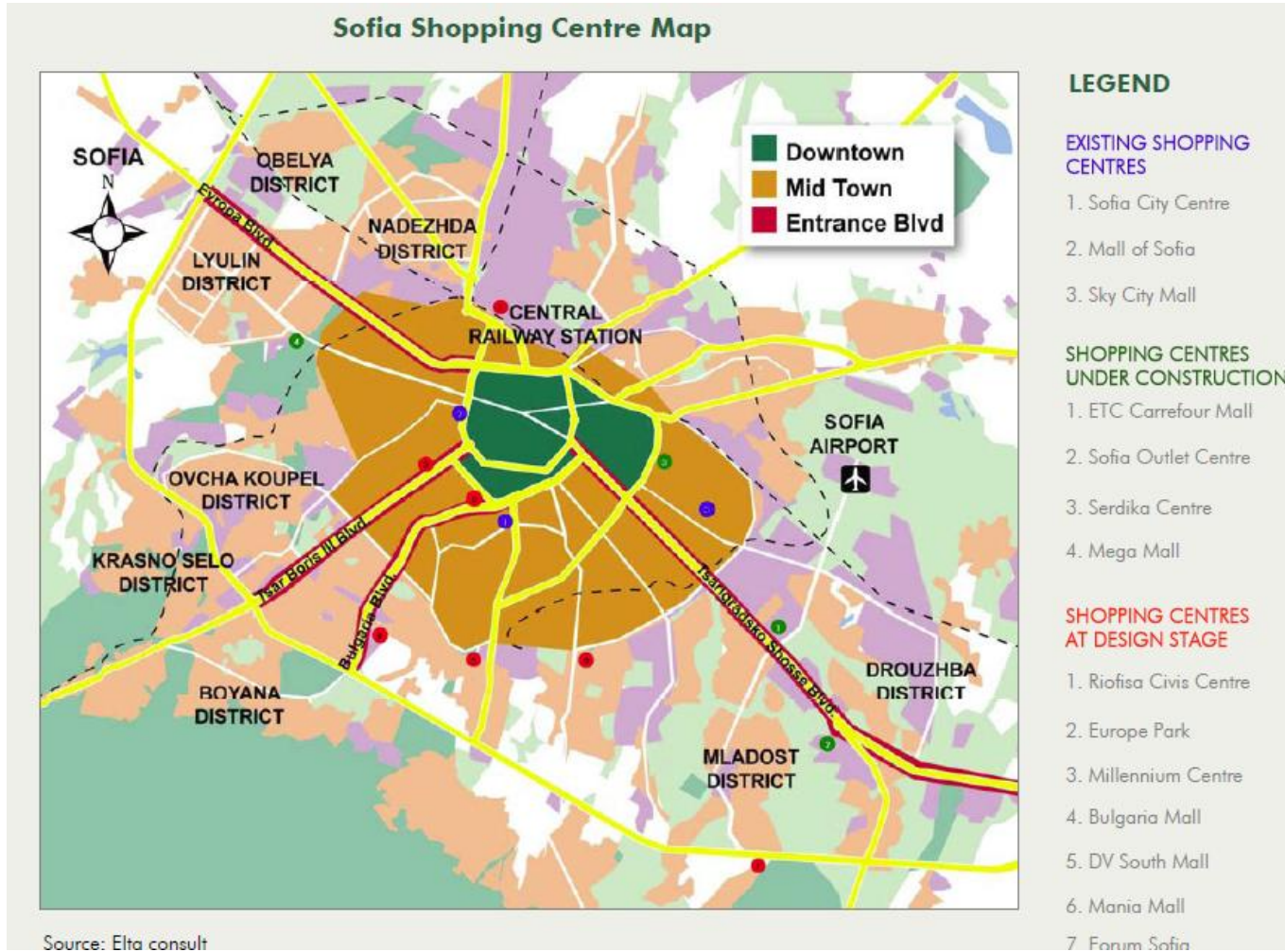
AVM'lerdeki Gelişim

Bulgaristan genelinde inşaatı sürmekte olan AVM'lerin toplam kiralanabilir alanı 697.000m'dir. Sofya 170.000 m² ile bu pastadan en fazla payı alan şehirdir.



İnşaat halindeki AVM'lerde kira koşulları 15-20€/m2 civarındadır.

AVM'lerdeki Gelişim

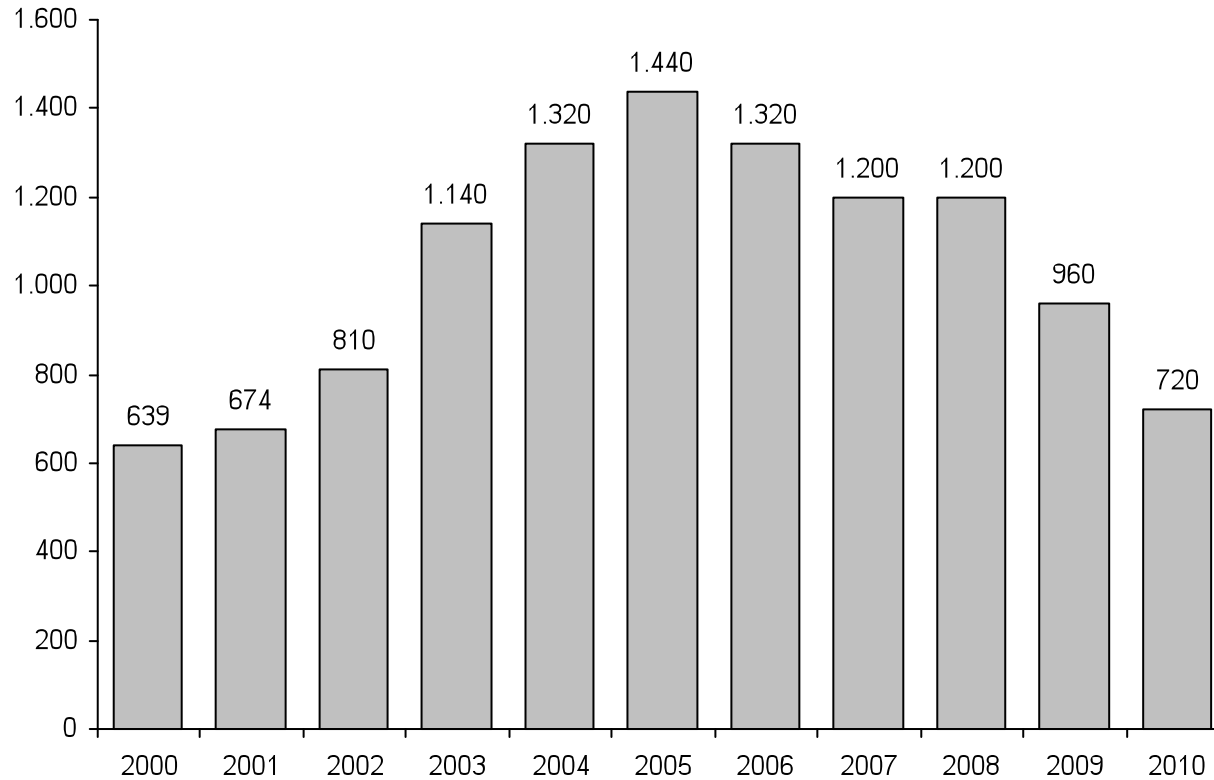


Cadde Mağazalarında Kira Koşulları

2010 yılı genelinde kiralama koşulları global krizin belirsizliğinin Avrupa'da sürmesinden dolayı 2002 seviyelerinin de altına inmiştir.

Cadde perakendeciliğinin yoğun olduğu (Vitosha Bvd) noktalarda yıllık kira seviyesi 720€/m²'ye kadar düşmüştür.

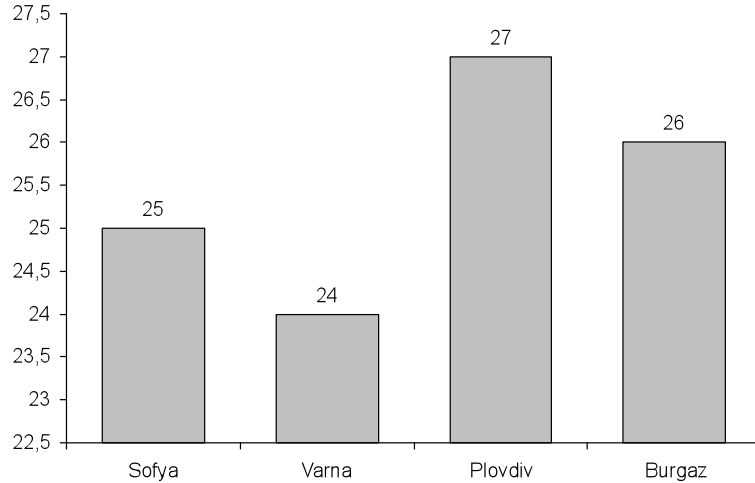
Yıllık Kira Bedeli (€/m²)



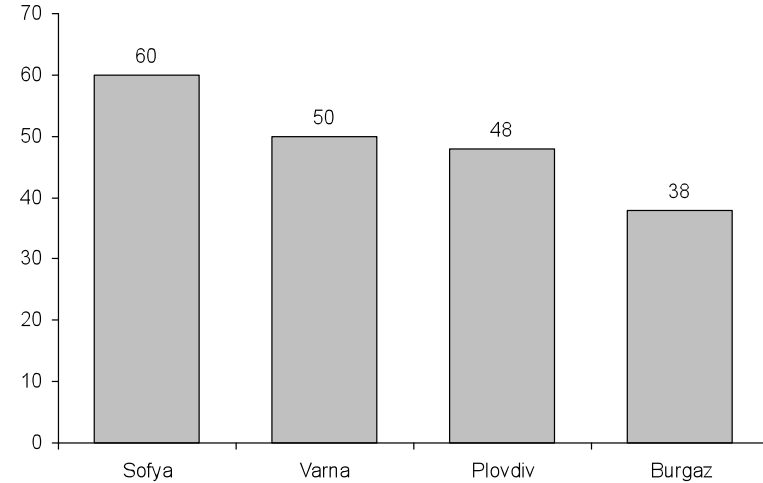
Ticari Koşullar

Perakende genelinde hem AVM hemde cadde mağazacılığında kiralama koşullarının 2012 yılının ilk yarısına kadar perakendecilerin lehinde kalacağı beklenmektedir.

**AVM'lerde Ortalama
Aylık Kira Bedeli (€/m2)**



**Cadde'lerde Ortalama
Aylık Kira Bedeli (€/m2)**



- AVM'lerde ortalama kiralama süresi 5 yıldır.
- Ortak giderler m2 başına 1 ila 2,5€ arasında değişmektedir.

İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Bulgaristan'da İthalat Rejimleri-1

- Bulgaristan'ın Gümrük Kanunu, Avrupa Birliği Gümrük Koduna dayanmaktadır. İthalat, transit ticaret, gümrüklerde depolama, dahilde işleme, gümrük denetim işlemleri, geçici giriş, hariçte işleme, ihracat, geçici ihracat gibi işlemlerde AB'nin uyguladığı prosedür ve rejimler uygulanmaktadır.
- İthalat ve ihracat işlemlerinin beyanı Tek İdari Belge (Single Administrative DocumentSAD) aracılığı ile yapılmaktadır.
- İthalat vergisi uygulaması bulunmamaktadır. Ancak ithalatta %20 oranında KDV uygulaması söz konusudur. Bazı ürünlerin ithalatında ilave tüketim vergisi uygulanmaktadır. Bira ve şarap dahil olmak üzere alkollü içkiler, tütün ürünleri, yakıtlar, bazı tür otomobiller, kumar makineleri ve diğer kumarhane malzemeleri, çay ve kahve gibi ürünlerin ithalatında ilave tüketim vergisi bulunmaktadır.

Bulgaristan'da İthalat Rejimleri-2

- Türkiye ve Bulgaristan, Bulgaristan'ın AB'ye üye olduğu 2007 yılından itibaren, AB Gümrük Birliği Anlaşması çerçevesinde üçüncü ülkelere karşı ortak gümrük tarifesi uygulamaya başlamıştır.
- Bazı malların ithalatı kotaya tabidir. Kotaların büyüklüğü her takvim yılında yeniden belirlenmektedir. Kota tahsisi Ekonomi Bakanlığı tarafından açık artırma ya da ihale yoluyla yapılmaktadır. Başvuru sahipleri %35'ten fazla kota tahsisine sahip olamamaktadır.
- Tüketim malları üzerinde Bulgarca etiket bulunması zorunluluğu vardır. Etiketler, ürünlerin nitelik ve nicelikleri, bileşimindeki maddeler, sertifika numarası, depolama, nakliye, kullanım ya da bakım usulleri gibi bilgileri içermelidir. Ürün üzerinde üretim ve son kullanma tarihleri, garanti süresi açıkça belirtilmelidir. Ayrıca üretici ve ithalatçı firma bilgileri de bulunmalıdır.

İthalat Esnasında Uygulanan Vergiler

Gümrük Vergisi:

-Genel

Oranlar

%0

Katma Değer Vergisi:

-Genel:

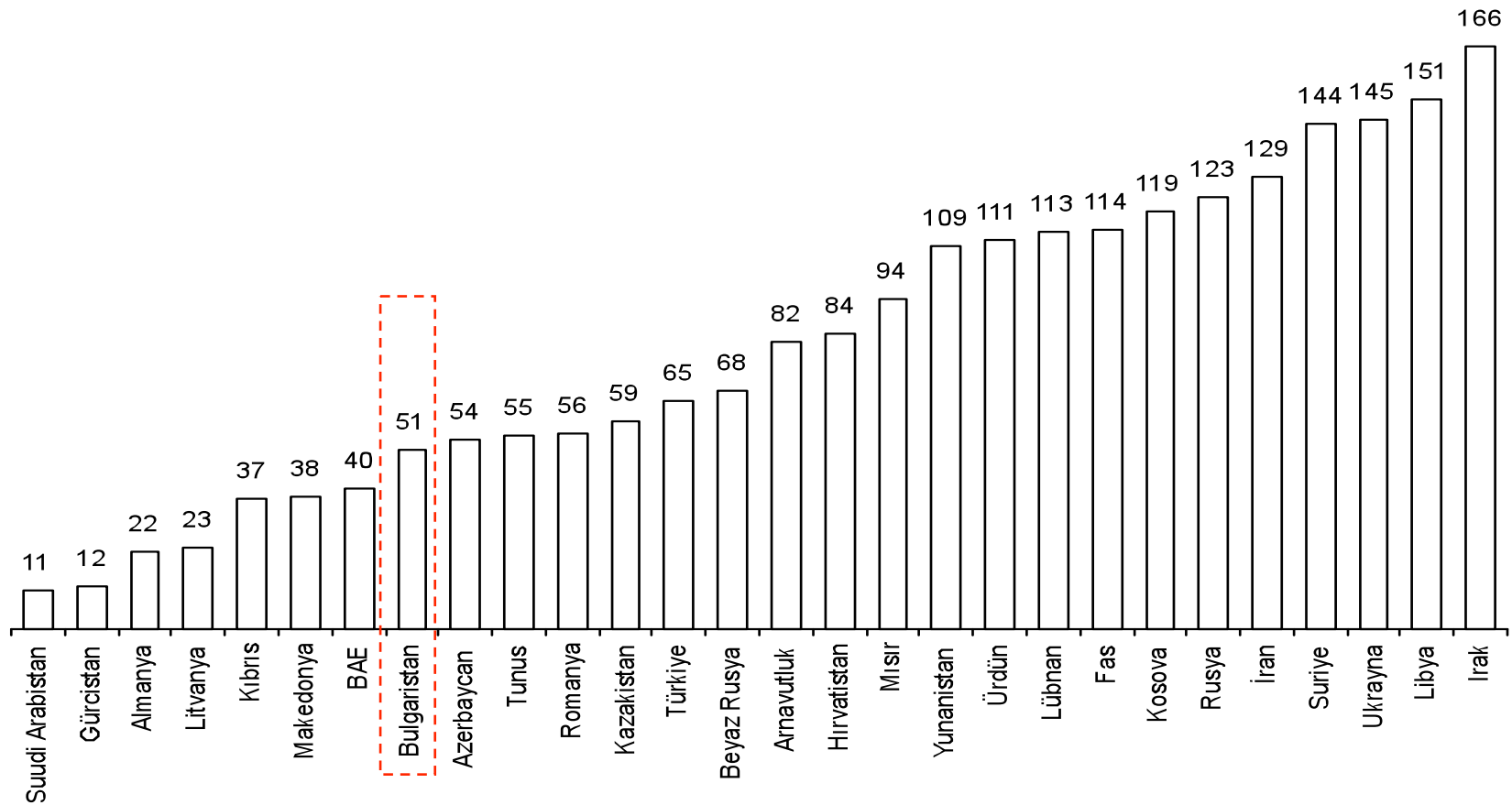
%20

Ülke genelinde bulunan 6 tane serbest bölgede genellikle KDV uygulaması bulunmamaktadır.

Bulgaristan'da Dış Ticaret Süreçlerinin Değerlendirilmesi

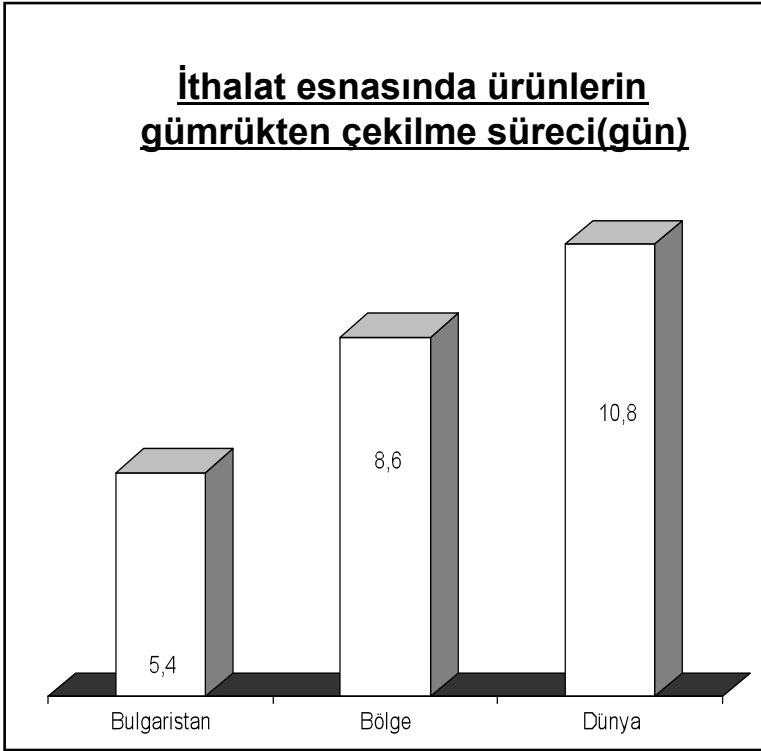
Dünya Bankası tarafından 183 ülke için yapılan bir araştırmada; Bulgaristan dış ticaret süreçlerinde hedef pazarlar içerisinde en iyi performans gösteren 8. ülkedir.

Dış Ticaret Süreçlerinin Değerlendirilmesi (1: En iyi)



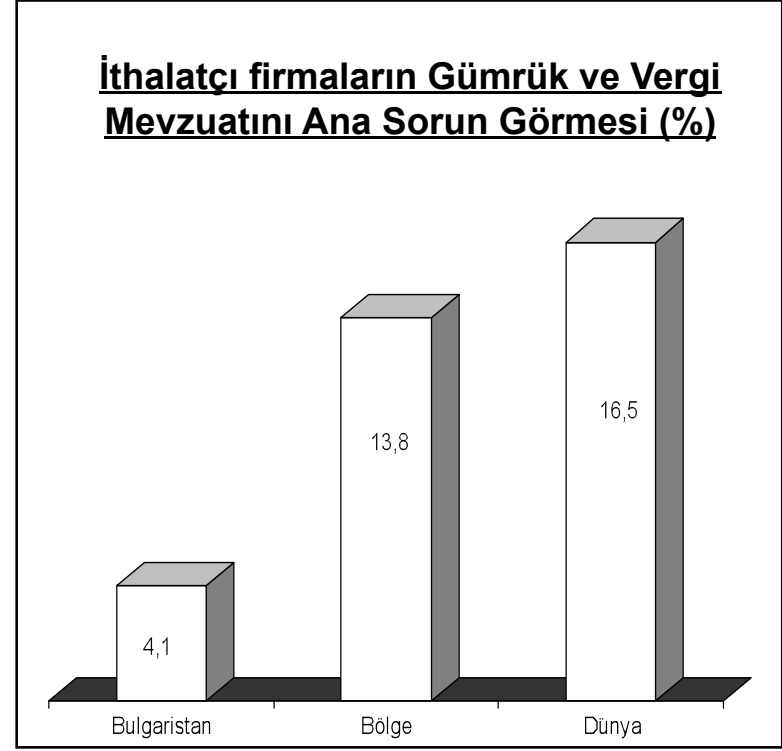
Gümrük Mevzuatında Yaşanmış Süreçler

İthalat esnasında ürünlerin gümrükten çekilme süreci(gün)



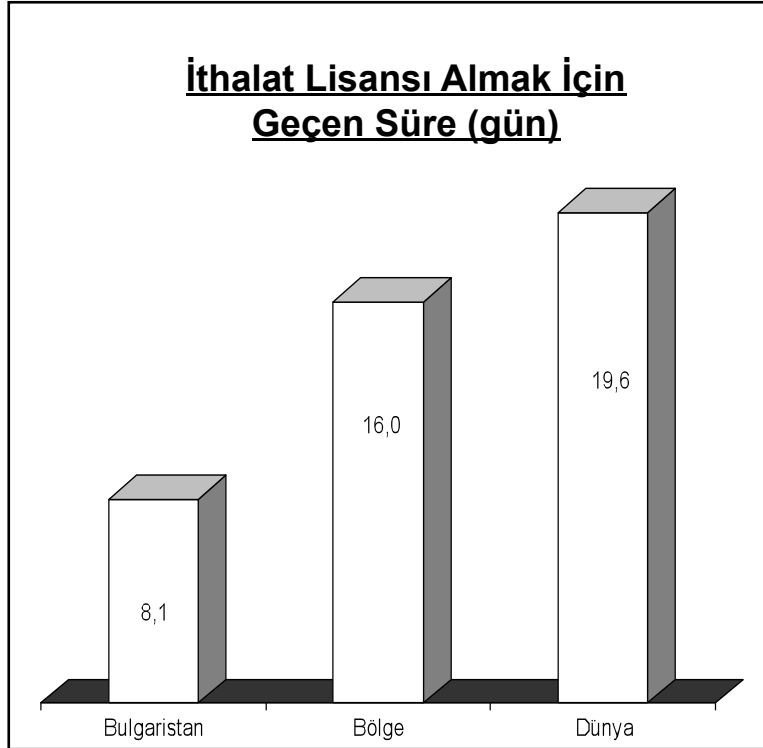
Gümrükten ürün çekilme süreci hem dünya hemde bölgesel ortalamanın altındadır.

İthalatçı firmaların Gümrük ve Vergi Mevzuatını Ana Sorun Görmesi (%)



İthalatçı firmalar, mevzuat ve vergileri genel anlamda ana sorun olarak görmemektedir.

İthalat Lisansı



İthalatçı lisansı alabilmek için harcanan süre dünya ve bölge ortalamasının altındadır.

Bulgaristan'daki Resmi Kurumlar ve Dernekler

T.C. Sofya Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

98 Bulgaria Blvd., Kat: 7 Ofis: 13D14D,1680

Sofya BULGARİSTAN

Tel: + (359 2) 958 12 02, + (359 2) 854 87 25

Fax: + (359 2) 958 14 25

Eposta: dtsofia@bitex.com

Internet: <http://www.musavirlikler.gov.tr>

Bulgarian Chamber of Commerce and Industry (Bulgar Sanayi ve Ticaret Odası)

42, Parchevitch St. 1000 Sofia

Tel: (359)(2) 9872631; 9809899

Faks: (359)(2) 9873209

Email: bcci@bis.bg

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

Bulgarian International Business Association (Uluslararası Ticaret Birliği)

55 Al. Stambolijski Blvd., floor 3

tel/fax: 9819169, 9819564, 988 6776

EMail: office@biba.bg

Internet: <http://www.biba.bg>

Bulgarian Industrial Association (Bulgar Sanayi Birliği)

1620, Alabin Street 1000 Sofia

Tel: (359)(2) 9809096; 9809103; 9809916

Faks: (359)(2) 9872604

Email: office@biabg.com

Internet: <http://www.biabg.com>

Bulgaristan'daki Resmi Kurumlar ve Dernekler

Türk Bulgar Ticaret ve Sanayi Odası

James Baucher 83 Sofya BULGARİSTAN 1407

Tel: + 359 2 962 73 75

Faks: + 359 2 962 45 05

Eposta:manager@trbg.org

Internet: <http://trbgtr.org>

Bulgarian Building and Construction Chamber (Bulgar İnşaat Odası)

23, Chumerna St.1202 Sofia

Tel: (359)(2) 9886861; 9886392, 9886393

Faks: (359)(2) 9886860

Email:bbcc@bnc.bg

Bulgaria Builders Association (Bulgar Müteahhitler Birliği)

6 Sveta Nedelya Sq.1000 Sofia

Tel: (359)(2) 883169

Faks: (359)(2) 8768647

Bulgar Türk İşadamları Derneği (BUTİD)

19 Tsar Boris III Blvd. Entry A, Floor 6,Apt:47 1612 Sofia

Tel: +359 2 952 10 93; 51 92 84; 951 6659

Faks: +359 2 51 55 15

Türk Bulgar İşadamları Federasyonu (TUBIAF)

50 ul Graf Ignatiev 1000 Sofia

TelFaks:+359 2 987 18 15; 981 56 67

Email:tubiaf@bitex.com

Bulgaristan'daki Resmi Kurumlar ve Dernekler

Ministry of Agriculture and Forestry (Tarım ve Ormancılık Bakanlığı)

55, Khristo Botev Boulevard 1000 Sofia

Tel: (359)(2) 985 111 99

Faks: (359)(2) 9817955/ 9817542

Email:press@mzgar.government.bg / Minister@mzgar.government.bg

Ministry of Health (Sağlık Bakanlığı)

2, Sveta Nedelia Square 1000 Sofia

Tel: (359)(2) 8631

Faks: (359)(2) 800031

Invest Bulgaria Agency (Yabancı Yatırım Ajansı)

3, Sveta Sofia Street 1000 Sofia

Tel: (359)(2) 9800918

Faks: (359)(2) 9801320

Website:<http://www.investbg.government.bg/>

General Customs Directorate (Gümrük Genel Müdürlüğü)

1, Aksakov Street 1000 Sofia

Tel: (359)(2) 869222/98 591

Faks: (359)(2) 9806897

Patent and Trademark Office (Patent ve Marka Ofisi)

52B G. M. Dimitrov Street 1000 Sofia

Tel: (359)(2) 7113302

Faks: (359)(2) 708325

İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

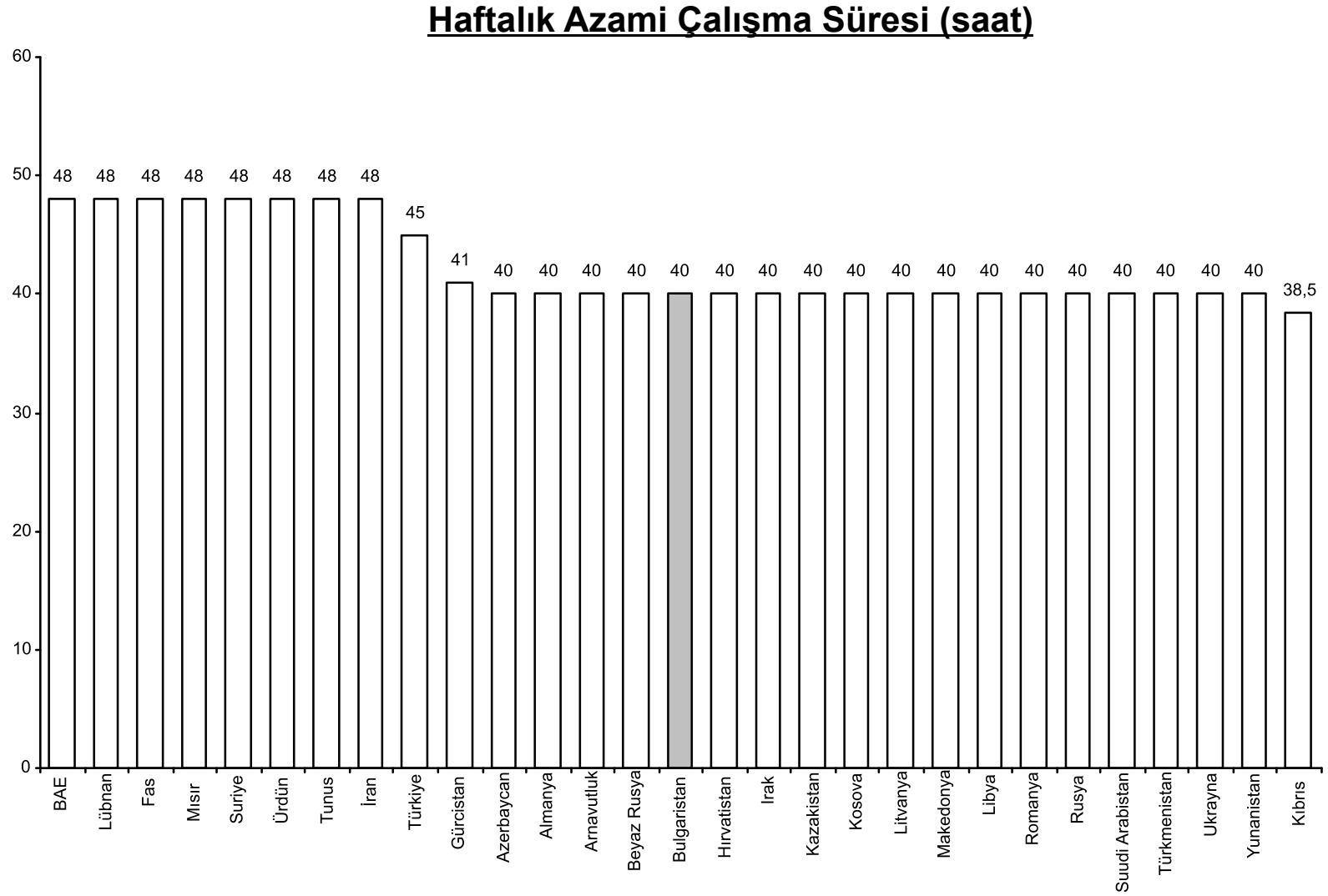
8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

İş Gücü Profili

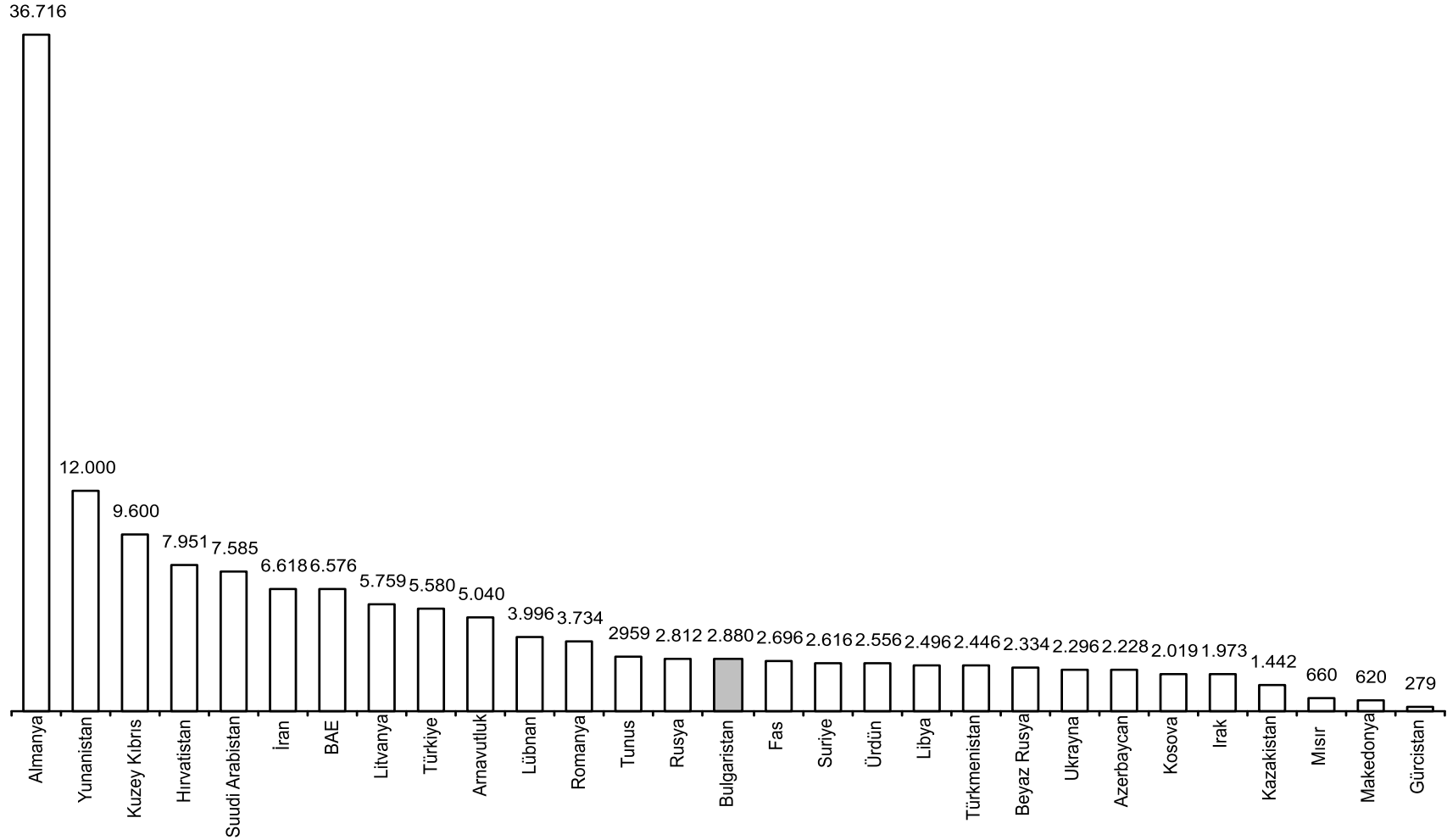
1. Sektör genelinde kaliteli ve eğitilmiş işgücü yetersiz.
2. Şirkete ve markaya bağlılık bölge ülkelere göre yüksek
3. Yabancı bir şirkette ve markada çalışabilme özellikleri diğer ülkelere göre daha düşük
4. Ticari ahlak seviyeleri ortalama düzeyde.
5. Çalışma saatlerine sadıkdırlar.

Haftalık Azami Çalışma Süresi



Yıllık Brüt Asgari Ücret

Yıllık Brüt Asgari Ücret (\$)



Dikkat Edilmesi Gereken Konular

1. Günlük ortalama çalışma süresi 8 saattir.
2. Yasalar gereği bir yıl içerisinde fazla mesai 150 saat ile sınırlıdır.
3. Maaş ödemeleri ayda minimum 1 seferde yapılıyor.
4. Maaşların kanunen resmi gösterilmesi önemli.
5. Fazla mesai uygulamasında normal saat ücretinin %50'si kadardır.
6. İlk yıldan itibaren yıllık izin süresi minimum 20 işgünüdür.
7. Sosyal güvenlik ve sağlık sigortası işveren payı %17'dir.

İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Tüketici Dinamikleri

1. Moda ve kaliteye verilen önem Avrupa standartlarının altındadır.
2. Fiyat öncelikli kriterdir.
3. 2.el ürünlere ülke genelinde krizin de etkisiyle ciddi talep var.
4. İthal ürün satışı yapan ufak mağazalar sundukları fiyat avantajından dolayı tercih edilmektedir.
5. Çok katlı mağazalar halen tüketicilerin ilgisini çekmemektedir.
6. Tüketici genel olarak ürün iadesi konusunda perakendecilerin de isteksiz davranmasından dolayı çekingen.

Ürün Tedarik Sürecinde Zorluklar ve Maliyetlendirme

Gümrük süreci hedef pazarlar içerisinde sorunsuz olanlardan biridir.

Maliyetlendirme

•Yasal yollarla yapılan gümrük işlemlerinde ürün bedelinin %15-%30'u perakendeci için taşıma maliyeti olarak ortaya çıkmaktadır.

Süre

•Yasalar nezninde gümrükte ürünlerin en geç 21 gün içerisinde çekilmesi gerekirken, bu süreç 30 günlere kadar çıkabilmektedir.

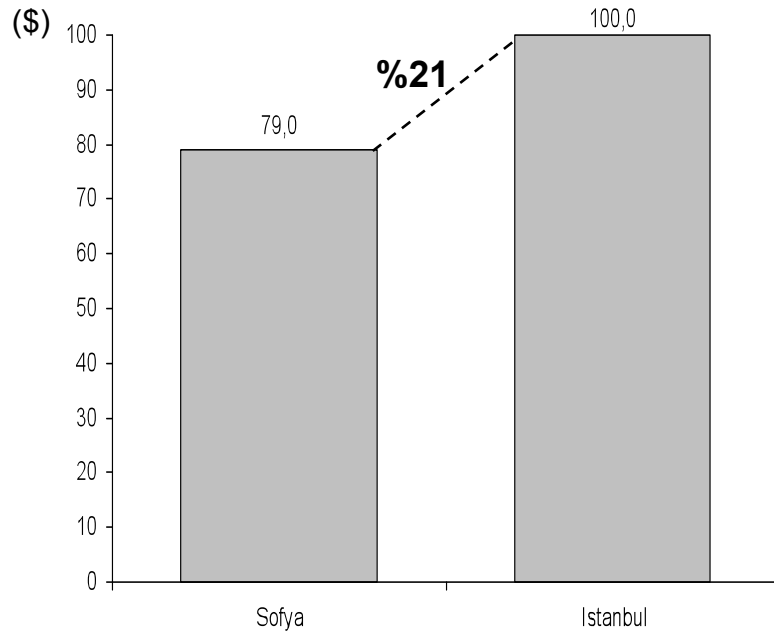
Fiyatlandırmada Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

1. Markalı ürüne verilen önem Avrupa ortalamasının altında....
2. Lokal markalara ait ürünlere olan güven ve bağlılık seviyesi hala çok yüksek....
3. Outlet mağazalaşma yaygın; ayrıca 2. el ürünler fiyat avantajından dolayı ciddi talep görüyor....

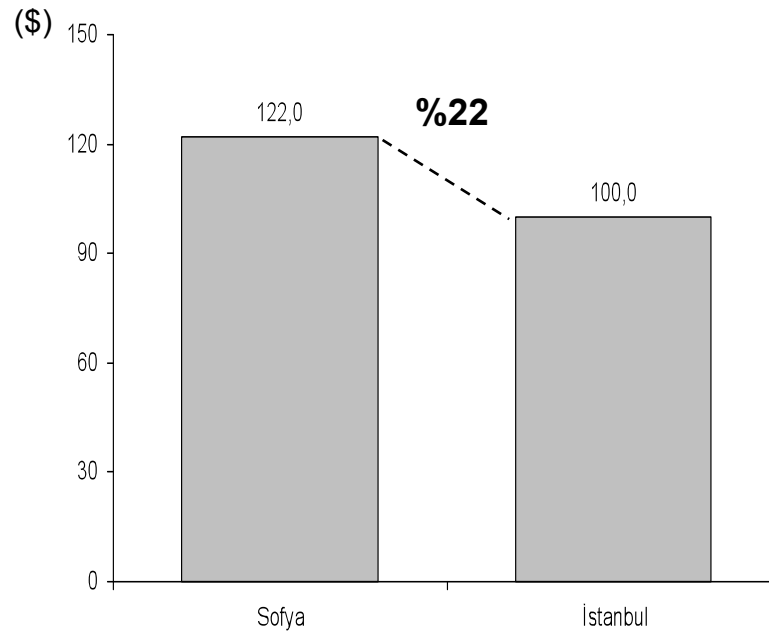
Fiyatlandırma Örnekleri

Bulgaristan harcama endekslerinin genelinde Türkiye'ye oranla %21 ucuzken; hazır-giyimde Türkiye'ye kıyasla %22 pahalı konumdadır

Yeme-içme Endeksi



Hazır Giyim Endeksi



Sezon Sonu Stok İçin Uygulama Önerisi

Outlet mağazacılığının yoğun olmasından dolayı özellikle büyük şehirlerde sezon sonu stokları çok markalı outletlerde değerlendirilebilir veya tekil markalı outletler açılabilir.

Pazarlama Gözüyle Bulgar Tüketicisi

1.Grup

- Gelir seviyesi yüksek grup daha çok büyük şehirlerde yaşayan, gençten orta yaşa uzanan ekonomi büyüdükçe alım gücü artan grubu oluşturmaktadır.
- Tercihleri yaş gruplarına göre değişirken daha çok kaliteli ürünleri tercih ediyorlar.
- Genç ve yalnız kesim daha çok kişisel bakım ve moda düşkünken aile sahibi olanlar sağlıklı yaşama önem veriyorlar.
- Sıkça seyahat etme imkanları var.
- Medya bu gruba yaşam arayanların kalitesi diyor.
- Kolaylıkla para harcayabiliyorlar.

2.Grup

- Gelir seviyesi düşük.
- Daha çok yalnız yaşayan insan grubu.
- İşsizlik yüksek.
- Bu grup daha çok devlette çalışan ve daha yaşlı gruplardan oluşmaktadır.
- Tercihleri fiyat endekslidir, enflasyon sırasında bir hayli sıkıntı çekerler.
- Gıda harcamaları yüksektir.

Etkin İletişim Mecraları ve Ajanslar

<u>Gazeteler</u>	<u>Tv Kanalları</u>	<u>Reklam Ajansları</u>
Dnevnik 24 Chasa Trud Novinar Monitor Standart Pari Kapital The Sofia Echo	BNT (Bulgarian National Television) bTV Nova TV PRO BG	S.Team Bates Saatchi&Saatchi Adia Young&Rubcam Ogilvy&Mather P.B.I Mc Cann-Erickson Lowe GGK Sofia Olympic DDB Bulgaria Grey Leo Burnett/Sofia
	<u>Radyolar</u>	
	BNR (Bulgar Ulusal Radyosu) Darik Radio	

İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

Türk perakendecilerinin deneyimleri:

1. Kasa tarafında ülke içerisinde geliştirilmiş lokal uygulamalar tercih edilmektedir.
2. Genel olarak Türkiye'ye online bağlantı yok. Şirketler arayüzler vasıtasıyla günlük bazda satış ve diğer bilgilerin transferini gerçekleştiriyor.

İçerik

1-Ülke Profili ve Makro Ekonomik Bakış

2-Sosyo-Ekonomik ve Demografik Yapı

3-Perakende Pazarı ve Rekabet

4-Emlak

5-Dış Ticaret

6-İnsan Kaynakları Uygulamaları

7-Ürün Yönetimi ve Pazarlama

8-Bilgi Teknolojileri Uygulamaları

9-Finansal Yapı ve Sektöre Özel Fırsatlar

Yasal Süreçler: Şirket Kurulumu

Önemli Hususlar

1. Bulgaristan'da % 100 yabancı sermayeli şirket kurulabilmektedir. Yabancılar tarafından, Bulgar bir ortakla ya da Bulgar ortak olmaksızın ortak yatırım şeklinde kurulan sermaye şirketleri Bulgar şirketi olarak tanınmakta ve Ticaret Kanunu tarafından Bulgar şirketlerine verilen tüm hak ve sorumlulukları kazanmaktadır. Ticaret Kanununa göre yabancı yatırımcılar, her şirket türünü kurma hakkına sahiptir.
2. Bulgaristan'da ticari şirket kurma ile ilgili altyapıyı oluşturan temel yasa 1991 tarihli Ticaret Kanunu'dur. 2008 tarihli yeni "Ticaret Sicili Kanunu" Bulgar yasaları kapsamında faaliyet gösteren tüzel kişiliği haiz şirketlerin Ticaret Siciline kaydı için gerekli koşulları ve kayıt prosedürlerini ve bu şirketlerin statülerindeki değişiklikleri düzenlemektedir.
3. 1 Ocak 2008 tarihinden itibaren her tür ticari şirketin ve yabancı ticari şirketlerin tüm şubelerinin kuruluşu için ticaret siciline kayıt işlemleri Adalet Bakanlığı bünyesinde hizmet veren Kayıt Ajansı tarafından gerçekleştirilmektedir. Kayıt Ajansı'nın oluşturulması ile kayıt işlemlerinin tek elden gerçekleştirilmesi sağlanmıştır. Kayıt Ajansı ayrıca ticari, vergi ve sosyal güvenlik bilgileri istatistiklerinin tutulması görevini de üstlenmiştir. Ticaret siciline kayıt ile yeni kurulmuş bir şirket ya da şube tek bir kimlik numarası almaktadır. Bu numara, şirket var olduğu sürece tüm işlemlerde kullanılmaktadır.
4. Yabancı bir şirketin ticari temsilci ofis kurma işlemleri şirket ve şube kurma işlemlerinden farklıdır. Ticari temsilcilerin kuruluşunda Bulgaristan Sanayi ve Ticaret Odası BCCI bünyesinde ticaret siciline kayıt şartı aranmakta, ayrıca BULSTAT siciline de ikinci bir kayıt gerekmektedir. Söz konusu ikinci kayıt vergi, sosyal güvenlik ve istatistik kaydı için gereklidir.

Yasal Süreçler: Limited Şirket

Önemli Hususlar

1. Limited şirketler asgari sermaye koşulu ve kurumsal yönetim yapısı nedeni ile ülkede yatırımcılar tarafından en fazla tercih edilen ticari işletme türüdür. Ancak kanunda üçüncü kişilere hisse transferi, yeni hissedarların kabulü için mukayyet çoğunluk (oyların üçte ikilik bir bölümünü gerektiren çoğunluk), sermaye artırım ya da azaltılması için ise oybirliği şartı aranmaktadır. Bu kurallar, işletmenin hareket esnekliği üzerinde olumsuz etki yapabilecek kararlardır.
2. Limited Şirketler, en az iki hissedardan oluşan ortaklıklardır. Hissedarlar, Bulgar ya da yabancı gerçek veya tüzel kişiler olabilmektedir.
3. Bulgar yasalarına göre yabancı bir kişinin bir limited şirkete yönetici olarak atanmasında herhangi bir kısıt bulunmamaktadır. Ancak, Bulgar yasaları bir tüzel kişiliğin limited şirketlerde yönetici sıfatı taşımasına izin vermemektedir. Limited şirketler en az 5 000 Leva (yaklaşık 2 500 Euro) ana sermaye ile kurulabilmektedir. Ana sermayeye asgari katkı (bir hisse senedinin en düşük nominal değeri) 10 Leva olmalıdır.
4. Şirket kuruluşu sırasında ön şart olarak kayıtlı sermayenin en az % 70'inin ödenmesi ve hissedarların da 10 Bulgar Leva'sından az olmamak kaydıyla hisselerinin en az üçte birini ödemeleri gerekmektedir.

Yasal Süreçler: Anonim Şirket

Önemli Hususlar

1. Ülkedeki yatırımcılar tarafından en fazla tercih edilen şirket türlerinden biri de anonim şirketlerdir. Anonim şirketlerin tercih edilmesinin başlıca nedeni hisse transferinde kanuni kısıtlamaların bulunmaması ve hissedarların şirket faaliyetlerine şahsi katılımlarının gerekmemesidir. Bununla birlikte kurumsal yönetim yapısı limited şirketlere göre çok daha karmaşıktır. Ayrıca Ticaret Kanunu ihtiyat akçesi oluşturulmasını ve azınlık hissedarların haklarını düzenleyen zorunlu kurallar koymaktadır.
2. Bir anonim şirket, bir ya da birden fazla Bulgar veya yabancı gerçek ya da tüzel kişi tarafından kurulabilmektedir.
3. Anonim şirketler, asgari iki gerçek ya da tüzel kişi tarafından ve en az 50 000 Leva (yaklaşık 25 000 Euro) ana sermaye ile kurulabilmektedir. Ancak bankacılık ve sigortacılık gibi özel düzenlemelere tabi faaliyetler için asgari sermaye koşulu daha yüksek olabilmektedir. Ana sermayeye asgari katkı (bir hisse senedinin en düşük nominal değeri) 1 Leva olmalıdır. Şirketin kuruluşu sırasında ön koşul olarak her bir hissenin nominal değerinin (ya da şirket ana sözleşmesinde yer alan hisse ihraç değerinin) en az % 25'inin ödenmesi zorunludur. Katkılar nakdi ya da aynı olarak yapılabilmektedir. Anonim şirket hisseleri, ticareti yapılabilen araçlardır.

Yasal Süreçler: Temsilci Ofisler

Önemli Hususlar

1. Kendi ülkeleri kanunları çerçevesinde ticari faaliyette bulunma yetkisi almış yabancı kişilerin Bulgaristan'da bir ticari temsilcilik açması mümkündür. Ticari temsilci ofisler Bulgar Sanayi ve Ticaret Odası (BCCI)'na kayıt ile kurulmaktadır. Ticari temsilci ofisler ayrı bir tüzel kişilik sayılmamaktadır. Ticari temsilci ofisler tanıtım organizasyonları ve sergiler, eğitim ya da mal ve hizmetlerin reklam/tanıtımı gibi faaliyetler yürütebilmektedir.
2. Sonuç olarak, ticari temsilci ofisler genelde gelir yaratmamakta ve ülkede kurumlar vergisine tabi olmamaktadır. Ancak, ticari temsilci ofisin ülkede gelir yaratan bir ticari faaliyette bulunması halinde ticari temsilci ofis mali gerekçelerle "daimi işyeri" olarak tanımlanmakta olup, gerçekleştirilen ticari faaliyetten elde edilen karın vergisinin ödenmesinden ticari temsilci ofisin bağlı bulunduğu ana şirket sorumludur.

Yasal Süreçler: Şube

Önemli Hususlar

1. Şube kurmak, ülkede iş yapmak isteyen yabancı bir işletmenin tercih edebileceği alternatiflerden biridir. Ülke dışında kayıtlı yabancı bir şirket ya da kendi ülkesi kanunlarına göre iş yapma yetkisi bulunan bir gerçek kişi Bulgaristan'da şube açabilmektedir.
2. Yabancı bir şirketin Bulgaristan'daki şubesi, ülkedeki ticaret siciline kayıt ile kurulmaktadır. Bulgar yasalarının öngördüğü şekilde ticaret siciline kayıt sırasında kurulan şube, ana işletmeden bağımsız bir tüzel kişilik haline gelmemekle birlikte belirli bir ölçüde bağımsız bir oluşum halini almaktadır. Bu nedenle şubenin ticari muhasebe defterlerinin ayrı bir işletme gibi tutulması ve ayrı bir bilanço hazırlanması gerekmektedir. Ancak şubelerin ayrı tüzel kişiliği haiz işletmeler olmaması nedeni ile varlıklar ve borçları ana işletmenin varlıklar ve borçları olarak kabul edilmektedir. Bu bakımdan, şubelerin sermaye yükümlülüğü şartlarına uyma ya da ayrı bir tüzük veya yönetim yapısına sahip olma (yönetici hariç) zorunluluğu bulunmamaktadır.

Yasal Süreçler: Şirket Kurulumu

BULGARİSTAN'DA LİMİTED ŞİRKETİ KURULUŞ PROSEDÜRÜ

- İsmi daha önce tescil edilip edilmediği ticaret sicilinde araştırılır. Tescil edilmemiş ise isim hakkı satın alınır.
- Amaç ve konum belirlenir.
- Kuruluş Tüzüğü hazırlanır.
- Ortakların düzenleyeceği toplantı ile kuruluş kararı alınır.
- Tüm kuruluş evrakları noter huzurunda imzalanır ve tasdik edilir.
- Herhangi bir bankada, şirket adına hesap açılır ve şirket sermayesi (asgari 5000leva) yatırılır.
- Bankadan şirket sermayesinin yatırıldığına dair evrak alınır.
- Şirket tescil harcı yatırılır.
- Resmi gazetede ilan harcı yatırılır.
- Tüm evraklar bir dilekçe ile ticaret siciline verilir.
- Şirket kaşesi yaptırılır.

BULGARİSTAN'DA ANONİM ŞİRKETİ KURULUŞ PROSEDÜRÜ

- İsmi daha önce tescil edilip edilmediği ticaret sicilinde araştırılır. Tescil edilmemiş ise isim hakkı satın alınır.
- Şirketin amaç ve konusunun belirlenir.
- Kuruluş Tüzüğü hazırlanır
- Ortakların düzenleyeceği toplantı ile kuruluş kararı alınır
- Adı tescil edilir
- Ortaklar şirketin yönetim şeklini belirler. Tek kademeli veya çift kademeli yönetimden biri seçilir.
- Tüm kuruluş evrakları noter huzurunda imzalanır ve tasdik edilir.
- Herhangi bir bankada, şirket adına hesap açılır ve şirket sermayesi (asgari 50.000leva) yatırılır.
- Bankadan şirket sermayesinin yatırıldığına dair evrak alınır.
- Şirket tescil harcı yatırılır.
- Resmi gazetede ilan harcı yatırılır.
- Tüm evraklar bir dilekçe ile ticaret siciline verilir.
- Şirket kaşesi yaptırılır.

Şirket Kuruluşu

Bulgaristan da şirket kurma kolaylığı bakımından hem prosedürlerin azlığı, düşük maliyet ve asgari sermaye miktarı bakımından bölgedeki diğer ülkeler ve OECD ülkelerine göre avantajlı bir konumdadır.

	Bulgaristan	Bölge	OECD
Prosedürler	4	6	5
Süre (gün)	18	16	13
Maliyet (%Kişi başı GNI)	1.5	8.3	4.7
Min. Ser.(% Kişi başı gelir)	0.0	10	14.1

Vergi Mevzuatı

Kurumlar Vergisi	% 10
Katma Değer Vergisi	% 20
Gerçek Kişilerin Gelir Vergisi	% 10
Sosyal Güvenlik Vergisi	% 28,5
Stopaj Vergisi	% 15

Muhasebe Standartları ve Uyulması Gereken Kurallar

1. Bulgaristan uluslararası muhasebe mevzuatını 2003 yılının başlarında üye olmuştur.
2. Mali yıl 1 Ocak – 31 Aralık tarihleri arasındadır.
3. Şirketler; yıllık bilanço, kar ve zarar tablosu ve tanımlar için bir ek yayınlamak zorundadır.
4. Şirketlerin muhasebesi sertifikalı uzmanlar tarafından tutulmak zorundadır.

Karşılaşılan Sorunlar

Türkiye'nin Bulgaristan'a ihracatı yakınlık, benzer tüketim alışkanlıklarına ve bazı ortak kültürel özelliklere sahip olma gibi avantajlara rağmen sınırlı düzeydedir. Ülkede üretilen mallar tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak yeterlilikte değildir. Bu nedenle, Bulgar pazarı ithalata bağımlı bir yapıya sahiptir. Türkiye'nin ülkeye ihracatında son yıllardaki artışa rağmen, ihracat rakamları potansiyelin gerilerindedir. Diğer taraftan Bulgaristan'ın Türkiye'ye ihracatında ise en önemli payı ham madde ve ara malları almaktadır. Bulgar ihracatçıları gelişmiş bir pazar olan Türkiye'ye tüketim malları ihracatında zorlanmaktadır.

Geçmişte ülkedeki Türk ürünlerinin kalitelerine yönelik olumsuz düşünceler ve bavul ticaretinin yarattığı olumsuz imaj Türk mallarının satışını olumsuz yönde etkilemiştir. Ancak son yıllarda ülkeye ihracatı giderek artan kaliteli ve markalı Türk ürünlerinin pazarda tanınmaya başlaması ile birlikte bu olumsuz imaj yavaş da olsa ortadan kalkmıştır.

Türk işadamlarının ülkeye ziyaretleri öncesinde vize temini sırasında zorluklar yaşanmaktadır. Vize temininde yaşanan güçlüklerin yanı sıra oturma izinleri ve çalışma izinlerinin teminin de güçlükler bulunmaktadır. Bu güçlüklerin başında söz konusu işlemlerin yüksek maliyetli olması ve bürokrasinin fazlalığı gelmektedir.

Bulgaristan'ın AB üyeliği sonrasında Türk menşeli tarım ürünleri, hayvansal ürünler ve su ürünlerinin ülkeye ihracatında bazı sıkıntılar yaşanmıştır.

Son yıllarda Bulgar pazarına çok sayıda Batılı firmanın girmesi ile pazardaki rekabet giderek artmıştır. Bulgaristan pazarına sürekli ihracat gerçekleştirmeyi hedefleyen Türk firmalarının, ürünlerin doğru bir şekilde pazarlanmasına önem vermesi gerekmektedir. Satış sonrası hizmetler konusu da dikkat edilmesi gereken bir husustur.