

Biznes w Bułgarii

Wejście na rynek bułgarski nie jest tak trudne, jak by się mogło wydawać...

W przeprowadzonej pod koniec zeszłego roku w kilku europejskich krajach ankiecie na zlecenie bułgarskiego rządowego Centrum ds. Integracji Europejskiej na pytanie „Co wiecie Państwo o Bułgarii?” – padały różnorodne odpowiedzi. Nawet i takie: „A co to jest Bułgaria?” (w Wielkiej Brytanii tak wyglądało aż 36 proc. reakcji). Inni wiedzieli niewiele więcej. No, sporo Hiszpanów słyszało o Christo Stoiczkiwie – bułgarskiej legendzie w piłce nożnej.

Nie wchodząc w szczegóły samej ankiety prawda jest taka, że – zarówno w Polsce jak i na świecie – o Bułgarii wiadomo bardzo mało. W najlepszym przypadku, wiedza ta ogranicza się do świadomości, że z tego kraju wywodzi się jogurt. Pamięta się jeszcze o kilku wydarzeniach sensacyjno-historycznych z nie tak odległej przeszłości, jak zabójstwo w 1978 r. w Londynie, zatrutym szpikulcem od parasola, bułgarskiego dysydenta reżimu komunistycznego Georgija Markowa, czy o tzw. „bułgarskim śladzie” w zamachu na Papieża Jana Pawła II.

Sytuacja gospodarcza

Bułgaria osiągając 4,6 proc. przyrost PKB w 2002 r. znalazła się na jednym z czołowych miejsc wśród najszybciej rozwijających się gospodarek Europy. Przy zachowaniu dotychczasowego tempa rozwoju założony na koniec roku 4 proc. wzrost PKB został znacznie przekroczony. Sektor prywatny wypracował ponad 73,5 proc. wartości dodanej całej gospodarki bułgarskiej. Jest to wynik lepszy o 8,7 proc. niż przed rokiem.

Przyjęty do realizacji rządowy program rozwoju gospodarczego w latach 2002 – 2005 zakłada średnioroczny wzrost PKB na poziomie 5 – 7 proc.

W roku 2000 do Bułgarii napłynęło ponad 1 mld USD. W okresie styczeń – grudzień 2002 r. bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Bułgarii wyniosły 488,7 mln USD i były o ponad 320 mln USD niższe niż w tym samym okresie 2001 roku. Zdaniem miejscowych specjalistów tak znaczny spadek inwestycji zagranicznych w Bułgarii związany jest ze spowolnieniem rozwoju gospodarki światowej. Jednak w samym handlu zagranicznym Bułgarii w 2002 r. odnotowane zostały najlepsze wyniki od początku transformacji gospodarczej kraju. W okresie tym eksport FOB wyniósł 5 750 mln USD i był o 12,5 proc. wyższy niż w tym samym okresie ubiegłego roku. W porównaniu z ubiegłym rokiem największy wzrost eksportu odnotowano w grupie towarów konsumpcyjnych: mebli i wyposażenia mieszkań, artykułów spożywczych, ubrań i obuwia. Import CIF wyniósł blisko 7 900 mln USD i był o 8,8 proc.

wyższy w porównaniu z ubiegłym rokiem. Wzrost importu odnotowano w grupach towarów konsumpcyjnych, inwestycyjnych oraz surowców i materiałów.

Zanotowany został także wzrost obrotu gospodarczego z krajami CEFTA, w tym w szczególności wzrost importu z Polski, który był o 5,5 proc. wyższy niż w roku 2001.

W stosunkach handlowych między Polską i Bułgarią nie ma praktycznie prawie żadnych ograniczeń – zarówno ilościowych, jak i jakościowych. Wynika to przede wszystkim z umowy CEFTA, do której Bułgaria wstąpiła w 1999 r. oraz z dwustronnych umów, podpisanych między Polską i Bułgarią o wspieraniu inwestycji, o unikaniu podwójnego opodatkowania, o wspieraniu eksportu i importu między obiema stronami etc. Oczywiście tak z jednej, jak i z drugiej strony wymagane są – chociaż nie obowiązkowo – certyfikaty jakości wyrobów (np. ISO 9000, ISO 9001 i ich pochodne).





Dobre oceny Komisji Europejskiej

Komisja Europejska potwierdziła w swoim corocznym raporcie, że w Bułgarii funkcjonuje gospodarka rynkowa i poparła założony przez Bułgarię konkretny termin wstąpienia do Unii Europejskiej (2007 rok). Bułgaria ma szansę w niedługim okresie podjąć równorzędną walkę konkurencyjną na rynku zjednoczonej Europy, pod warunkiem utrzymania tempa realizacji przyjętego programu reform. Dotychczasowe działania we wdrażaniu reform przynoszą zadawalające rezultaty we wszystkich dziedzinach gospodarki bułgarskiej.

Stabilizację gospodarczą Bułgarii potwierdzają także oceny najważniejszych agencji, zajmujących się szacowaniem ryzyka inwestycyjnego w poszczególnych krajach. Z opublikowanego ostatniego raportu wynika, że wiarygodność gospodarki Bułgarii oceniana jest przez agencje Standard & Poor's oraz Fitch IBCA na BB.

Korupcja

Podobnie jak w pozostałych krajach Europy Środkowej i Wschodniej problem korupcji w Bułgarii stanowi jedną z podstawowych politycznych i społecznych plag okresu transformacji gospodarczej. Zdecydowana walka z korupcją to jeden z podstawowych postulatów programu politycznego neoliberalistów z Ruchu Narodowego Symeona II. Bułgarska opinia publiczna jest wręcz uczulona na wszelkie afery korupcyjne. I słusznie, bowiem to brak przyzwolenia społecznego wydaje się być najlepszym lekarstwem zwalczania korupcji, skuteczniejszym od ogólnych decyzji politycznych, czy rozporządzeń. Potwierdzeniem tej tezy mogą być coroczne rankingi Transparency International, w których Bułgaria z roku na rok plasuje się na coraz wyższych pozycjach, a wskaźnik korupcji (the Corruption Perception Index (CPI) poprawia się. Należy przypomnieć, że im wskaźnik niższy – tym gorzej. Indeks przyjmuje wartości od

Ważniejsze instytucje udzielające informacji zagranicznym przedsiębiorcom i eksporterom:

■ Wydział Ekonomiczno-Handlowy Ambasady RP w Sofii

1504 Sofia,
bul. Ewlogi Georgiew 125
Tel. + 3592 – 944 16 86, 943 42 45
Fax + 3592 – 946 10 24, 943 48 14
e-mail: brh_pl_sofia@bsbg.net
<http://www.brhplsofia.bsbg.net>

■ Ambasada RB w Warszawie

Warszawa 00-540
Al. „Ujazdowskie” 33/35
Tel. + 482 – 629 40 71
Fax + 48-2-625 59 89

■ Bułgarska Izba Przemysłowo-Handlowa
42, Parчевich Street, 1000 Sofia
tel. + 3592 – 897 240, 892 240,
897 26 31 wew.145-148
fax: + 3592 – 981 66 26
<http://www.bcci.bg>

■ Bułgarska Izba Przemysłowa
1000 Sofia, 16-20 Alabin Str.,
tel.: + 3592-980 99 16, 980 90 96,
980 91 03
fax: + 3592 – 987 26 04
e-mail: office@bia-bg.com,
<http://www.bia-bg.com>

10 (brak korupcji) do 0 (kompletny brak czegokolwiek poza korupcją). W raporcie Transparency International za 2001 r., obejmującym 91 państw, Bułgaria plasowała się na 47 miejscu (CPI=3.9), wyprzedzając Chorwację (48 miejsce) i Czechy (49) (dla porównania Polska – 45 miejsce, wskaźnik CPI = 4.1). Zaledwie rok później Bułgaria zajmuje 46 pozycję (CPI = 4.0), natomiast, dla porównania Polska „dzięki” kilku głośnym skandalom korupcyjnym, które miały miejsce w minionym roku uplasowała się na 49 miejscu, ze wskaźnikiem CPI też 4.0, ale gorszymi pozostałymi wskaźnikami.

Co jeszcze warto wiedzieć

Najlepszym i najtańszym sposobem nawiązania pierwszych kontaktów handlowych z potencjalnymi partnerami w Bułgarii wydają się być organizowane tu kilka razy w roku międzynarodowe targi branżowe i techniczne oraz imprezy handlowe. Warto wymienić świetnie zorganizowane targi w Płowdiwie (program targów na rok 2003: www.fair-plovdiv.com), czy chociażby największe w Bułgarii międzynarodowe targi

budownictwa i wyposażenia wnętrz w Sofii – Stroyko 2000 (www.stroyko2000.com).

Chociaż do niedawna w opinii Bułgarów polskie wyroby charakteryzowały się przeciętnym lub wręcz negatywnym wizerunkiem jakościowym (np. Polski FIAT 125 P), to dziś wizerunek ten uległ diametralnej zmianie. Pralki i lodówki Polar, odkurzacze Zelmer, kuchenki Mastercook cieszą się bardzo dobrą opinią wśród bułgarskich konsumentów i nabywców. Uważają oni, że pośród konkurencji wyróżniają się „dobrą jakością oraz przystępną ceną”. Jan III Sobieski jest chyba najbardziej znanym Polakiem w Bułgarii, ale nie ze względu na ich dobrą znajomość historii Polski, lecz z uwagi na fakt, iż na ulicach Sofii, Płowdiwu i Warny prawie na co drugim billboardzie widnieje reklama wódki „Sobieski” (reklama wyrobów alkoholowych w Bułgarii nie jest zabroniona). Ponadto produkty i wyroby z Polski można zobaczyć prawie w każdym sklepie czy hipermarkecie – od mebli, przez wyposażenie łazienek i wnętrz (Sanitex – Koto) do Pierniczek Alpejskich i soków Kubus. Jednak w Bułgarii dominuje niemiecka sieć hipermarketów METRO i austriacka BILLA.

Prowadzenie działalności gospodarczej

Z prawnego punktu widzenia, przepisy bułgarskiego Kodeksu Handlowego dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej przez zagraniczne podmioty fizyczne i prawne są bardzo liberalne. Wejście na rynek bułgarski nie jest tak trudne, jak by się mogło wydawać na początku, mając na względzie barierę językową, nieznanostwo bułgarskich przepisów prawnych etc. Zacząć należy od zadania sobie elementarnych pytań: jakie są cele strategiczne mojej firmy – krótko, średnio i długookresowe? co mam do zaoferowania? jakie koszty i ryzyko jestem skłonny ponieść?

Przedstawicielstwa, spółki handlowe i oddziały

Przedstawicielstwo może być założone przez osobę zagraniczną, która ma prawo do wykonywania działalności handlowej wg przepisów swojego kraju. Jeżeli naszym celem jest początkowe rozeznanie się na rynku, prowadzenie działalności marketingowej, promocyjnej i reklamowej, czy nawiązanie kontaktów handlowych, to ta forma prawna wydaje się być najlepszym i najtańszym rozwiązaniem. Jako przedstawicielstwo handlowe nie możemy jednakże prowadzić jakiegokolwiek działalności gospodarczej, gdyż podmiot ten nie posiada osobowości prawnej.

Jeżeli natomiast chcielibyśmy prowadzić działalność gospodarczą – zawierać umowy kupna-sprzedaży, otwierać punkty handlowe lub przedsiębiorstwa produkcyjne na terytorium Bułgarii, to – bez wyjątku – musielibyśmy zarejestrować się wg przepisów bułgarskiego Kodeksu Handlowego. W tych przypadkach najlepszą prawną formą byłaby rejestracja spółki handlowej – spółki z o.o. (OOD) lub jednoosobowej spółki z o.o. (EOD). Może być także spółka akcyjna (AD) lub jednoosobowa spółka akcyjna (AD).

Zagraniczna osoba fizyczna, która nie posiada osobowości prawnej lub spółka, może także utworzyć oddział, jeżeli wg przepisów swojego prawa posiada rejestrację z prawem wykonywania działalności handlowej. Oddział zostaje wpisany do rejestru handlowego w sądzie rejonowym, na terenie którego jest adres siedziby oddziału.

Tomasz Pangelow

Konsultant finansowy i założyciel firmy
„BTH Pangeloff & Co.”, założonej na
terytorium Bułgarii, w Sofii z misją
wspierania polskich inwestorów
i przedsiębiorców na tym rynku.
e-mail: bthpangeloff@hotmail.com

Dwa pytania, które spędzają sen z powiek wielu menadżerów brzmią prosto: „co wiedzieć?” oraz „wiedzieć za ile?”. Są to pytania szczególnie aktualne w dobie spowolnienia gospodarki, kiedy przedsiębiorstwa zmuszone są ograniczać nieuzasadnione ekonomicznie wydatki. Odpowiedzi na nie pomaga odkryć czytelnikowi Piotr Rybicki, który jest praktykiem finansów. Specjalizuje się on w problematyce strategicznego zarządzania finansami przedsiębiorstw i oceny źródeł pozyskiwania kapitału. Uczestniczył w realizacji wielu projektów finansowych i wielokrotnie pełnił rolę konsultanta. Równocześnie doświadczenia swe przelewał na papier, jako autor ponad stu artykułów (niejednokrotnie publikował i na naszych łamach) z zakresu zarządzania finansami.

Piotr Rybicki w swojej najnowszej książce pokazuje, że sprawozdanie finansowe i informacje w nim zawarte nie są wiedzą przeznaczoną jedynie dla wybranych. Jego zdaniem, można sprawnie i szybko nauczyć się poruszać po tym najważniejszym w firmie dokumencie informacyjnym. Autor uczy czytelników właściwie „czytać” poszczególne pozycje bilansu oraz rachunku zysków i strat, a także pokazuje, jak interpretować dane i wskaźniki ekonomiczne zawarte w sprawozdaniu. „Sprawozdania finansowe...” powstały, by pomagać w przyswojeniu umiejętności rozpoznawania ważnych aspektów procesu gospodarczego.

Książka o finansach dla niefinansistów? Czy to ma sens? Na pewno tak. Każdemu przyda się zestaw praktycznych i potrzebnych wiadomości: i przedsiębiorcy i dyrektorowi firmy i studentom, by w przyszłości umieli podejmować prawidłowe decyzje ekonomiczne.