



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ (ITPC)

Thị trường
các nước
EVFTA

THỊ TRƯỜNG CROATIA

THÁNG 03/2022

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 24/GP - XBBT -
STTTT, ngày 18/11/2021
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ CROATIA

08 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG CROATIA

30 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CROATIA

45 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

46 CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI CROATIA

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Croatia và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thỏa thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



VIETNAM EMBASSY IN CROATIA



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



**WORLD TRADE
ORGANIZATION**

**Cùng một số đối tác khác.
Xin chân thành cảm ơn.**

THỊ TRƯỜNG CROATIA



TỔNG QUAN VỀ CROATIA

TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG CROATIA

Tên đầy đủ: Cộng hòa Croatia (Republic of Croatia).

Vị trí địa lý: Đông Nam Châu Âu, giáp biển Adriatic, giữa Bosnia và Herzegovina và Slovenia.

Diện tích: 56.594 km².
Đứng vị trí 127 thế giới.

- Đất liền: 55.974 km²;
- Mặt nước: 620 km².

Đường biên giới đất liền: 2.237 km: Bosnia and Herzegovina 956 km; Hungary 348 km; Montenegro 19 km; Serbia 314 km; Slovenia 600 km.

Đường bờ biển: 5.835 km (đất liền 1.777 km, hải đảo 4.058 km).

Khí hậu: Địa Trung Hải và lục địa; khí hậu lục địa chiếm ưu thế với mùa hè nóng và mùa đông lạnh; mùa đông ôn hòa, mùa hè khô dọc theo bờ biển.

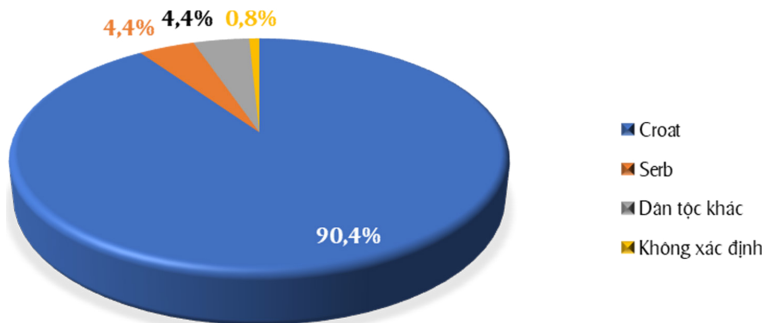
Tài nguyên thiên nhiên: dầu, than, bôxít, quặng sắt cấp thấp, canxi, thạch cao, nhựa đường tự nhiên, silica, mica, đất sét, muối, thủy điện.

Dân số: 4.208.973 (ước tính tháng 7/2021), xếp thứ 127 thế giới.

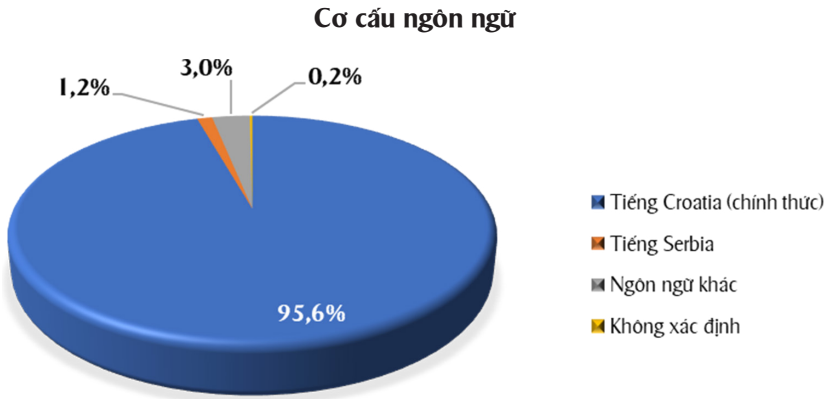
Dân tộc: Croat 90,4%, Serb 4,4%, 4,4% khác (bao gồm Bosniak, Hungary, Slovene, Séc và Romani), không xác định 0,8% (số liệu ước tính năm 2011).



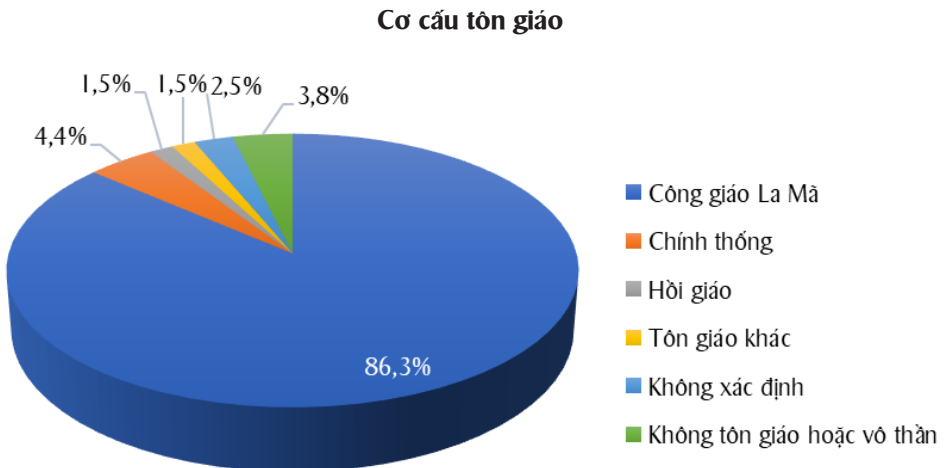
Cơ cấu dân tộc



Ngôn ngữ: Tiếng Croatia (chính thức) 95,6%, tiếng Serbia 1,2%, 3% khác (bao gồm tiếng Hungary, tiếng Séc, tiếng Slovak và tiếng Albania), không xác định 0,2%.



Tôn giáo: Công giáo La Mã 86,3%, Chính thống 4,4%, Hồi giáo 1,5%, khác 1,5%, không xác định 2,5%, không tôn giáo hoặc vô thần 3,8%.



Thủ đô: Zagreb.

Quốc khánh: 25/06/1991.

Lịch sử:

Croatia là một quốc gia được tách ra từ liên bang Nam Tư và được quốc tế công nhận độc lập vào ngày 05/01/1992.

Hệ thống pháp luật: hệ thống luật dân sự chịu ảnh hưởng pháp lý của Áo-Hungary; Lưu ý - Luật pháp Croatia đã hoàn toàn hài hòa các quy định của Cộng đồng Châu Âu kể từ khi hoàn thành các cuộc đàm phán gia nhập EU vào tháng 6 năm 2010.

Thể chế: Theo thể chế Cộng hoà đại nghị.

Lãnh đạo cấp cao:

- Nguyên thủ quốc gia: Tổng thống Zoran MILANOVIĆ (kể từ ngày 18/2/2020).
- Người đứng đầu Chính phủ: Thủ tướng Andrej PLENKOVIĆ (từ ngày 19 tháng 10 năm 2016);

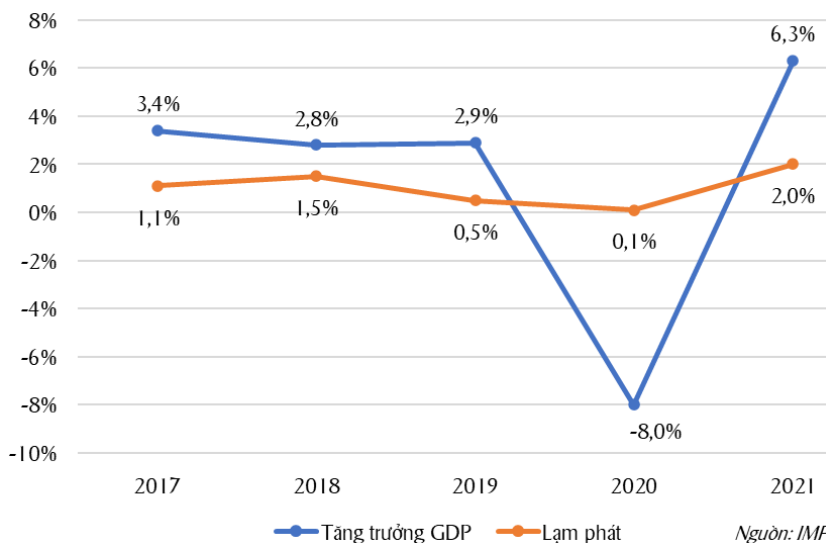
Kinh tế: Croatia mặc dù vẫn là một trong những nước giàu có nhất của các nước cộng hòa Nam Tư cũ, nền kinh tế của Croatia đã bị ảnh hưởng nặng nề trong cuộc chiến tranh 1991-1995. Sản lượng của quốc gia này sụt giảm nghiêm trọng trong khoảng thời gian đó và Croatia đã bỏ lỡ làn sóng đầu tư ban đầu vào Trung và Đông Âu, sau khi Bức tường Berlin sụp đổ. Tuy nhiên, từ năm 2000 đến năm 2007, tình hình kinh tế của Croatia bắt đầu cải thiện với mức tăng trưởng GDP ổn định từ 4% đến 6%. Lạm phát so với cùng kỳ vẫn ở mức ổn định và tiền tệ, đồng kuna, được giữ ổn định.

Croatia đã trải qua một đợt suy thoái kinh tế đột ngột vào năm 2008. Tăng trưởng kinh tế bị trì trệ hoặc tăng trưởng âm trong các năm từ 2009 đến 2014, nhưng đã tăng lên kể từ quý 3 năm 2014, kết thúc năm 2017 với mức tăng trưởng trung bình 2,8%.

GDP theo giá hiện hành (theo IMF): 63,4 tỷ USD (2021).

GDP bình quân đầu người (theo IMF): 15.810 USD/người/năm.

Tỷ lệ tăng trưởng GDP và lạm phát



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG CROATIA



TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Croatia có vị trí địa lý tuyệt vời cho phép quốc gia này trở thành một trung tâm ở khu vực cho các công ty nước ngoài. Zagreb, thủ đô của Croatia, chỉ cách Vienna, Venice, Budapest và Belgrade khoảng bốn giờ lái xe và chỉ cách bờ biển Adriatic hai giờ lái xe. Croatia có đường xá hiện đại, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin tốt và lực lượng lao động tay nghề cao cạnh tranh. Chính phủ Croatia đã công bố các khoản đầu tư đáng kể để cải thiện hệ thống đường sắt kém phát triển của mình trong vài năm tới. Chất lượng cuộc sống ở Croatia rất cao: đây là một đất nước an toàn, có thức ăn ngon, thiên nhiên được bảo tồn tốt, khí hậu ôn hòa, cùng nhiều di tích lịch sử và các điểm du lịch hấp dẫn khác.

Tuy nhiên ở Croatia cũng có một số lượng ngày càng tăng các doanh nhân năng động, sáng tạo dẫn đầu các công ty vừa và nhỏ, có sức cạnh tranh quốc tế trên nhiều lĩnh vực.

vực công nghiệp. Những công ty này có tiềm năng phát triển mạnh mẽ và có thể là chất xúc tác cho sự chuyển đổi của xã hội Croatia. Vì các công ty này có xu hướng mua thiết bị và công nghệ hiện đại, tiết kiệm chi phí, nên họ cũng đại diện cho các đối tác tiềm năng tuyệt vời cho các nhà cung cấp nước ngoài.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Croatia là một thị trường có khoảng 4 triệu dân với GDP bình quân đầu người vào khoảng 65% mức trung bình của EU. Kể từ khi gia nhập EU, hàng trăm nghìn lao động có tay nghề cao, trẻ tuổi, có trình độ học vấn cao đã rời đi để tìm những công việc được trả lương cao hơn ở các nước EU phát triển hơn. Điều này đã khiến nhu cầu nhập khẩu lao động trong nhiều ngành, đặc biệt là ngành du lịch.

Chính phủ hiện tại của Croatia, được bầu lại vào tháng 7 năm 2020, cam kết tiếp tục thực hiện chương trình cải cách toàn diện theo kế hoạch để giải quyết các khiếu nại và đề xuất từ cộng đồng doanh nghiệp. Chính phủ đã cải thiện tình hình tài khóa của mình và đang mở đường cho Croatia gia nhập khu vực đồng tiền chung châu Âu. Croatia đã đáp ứng các yêu cầu Maastricht của EU vào năm 2018 và được gia nhập



Chợ Dolac tại Zagreb, Croatia

Cơ chế Tỷ giá hối đoái Châu Âu II vào ngày 10 tháng 7 năm 2020. Theo thỏa thuận này, Croatia phải nâng cao khả năng cạnh tranh và khả năng phục hồi của nền kinh tế trong ít nhất hai năm trước khi có thể gia nhập cộng đồng sử dụng đồng euro. Chính phủ Croatia đã cung cấp hơn 1,5 tỷ USD cho các biện pháp duy trì việc làm và ổn định kinh tế để giảm thiểu các tác động tiêu cực về kinh tế của đại dịch COVID-19. Chính phủ hy vọng sẽ gia nhập Khu vực Schengen vào năm 2022 và khu vực đồng euro sớm nhất là vào ngày 1 tháng 1 năm 2023. Việc Croatia tham gia Khu vực Schengen sẽ loại bỏ các biện pháp kiểm soát biên giới với Slovenia, Áo và Hungary, tạo điều kiện cho du lịch và cơ hội kinh doanh tăng lên.

Nhìn chung, môi trường kinh doanh và đầu tư ở Croatia vẫn được coi là khó khăn, đòi hỏi sự thận trọng và kiên nhẫn để thành công của các công ty nước ngoài. Các công ty nước ngoài tham gia vào thị trường này phải cạnh tranh với một thị trường trưởng thành và đối mặt với sự cạnh tranh từ các công ty lâu đời, chủ yếu là châu Âu.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG



Croatia chủ yếu cần hàng hóa và dịch vụ tiên tiến về công nghệ, hiệu quả về chi phí để giúp hiện đại hóa khả năng quốc phòng, tăng cường độc lập về năng lượng cũng như cải thiện quản trị và sản xuất. Các hoạt động xuất khẩu và đầu tư của các doanh nghiệp nước ngoài có thể hỗ trợ quan trọng cho những nỗ lực của Croatia nhằm duy trì một quốc gia an toàn, dân chủ và thịnh vượng.

Các nhà khai thác viễn thông địa phương đã bắt đầu giới thiệu mạng 5G, mạng này sẽ sớm mở rộng cánh cửa cho các ứng dụng kỹ thuật số yêu cầu kết nối tốc độ cao đáng tin cậy. Croatia sẽ cần phải số hóa hoàn toàn cơ quan hành chính, các thành phố, ngành

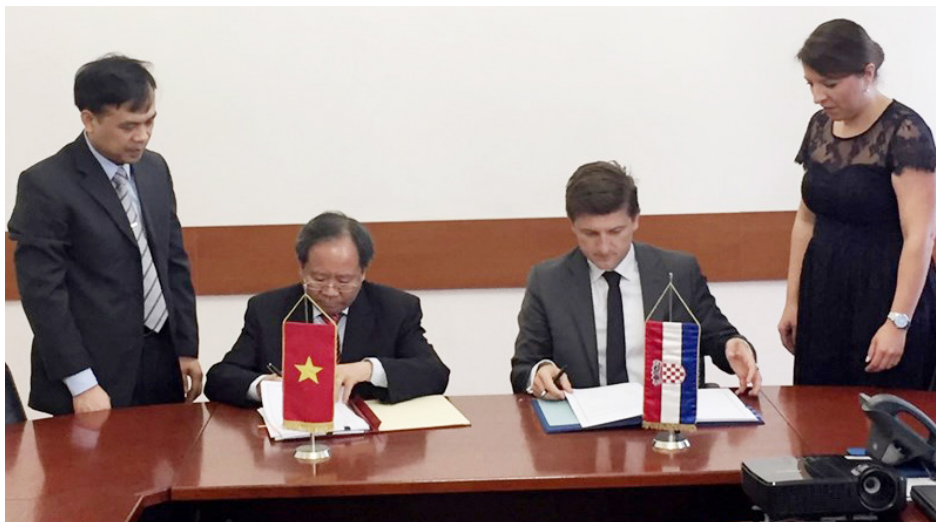
công nghiệp, nông nghiệp, giao thông, tòa án, bệnh viện và trường học. Các công ty nước ngoài có thể tham gia bằng cách tận dụng kiến thức chuyên môn với các giải pháp thông tin và truyền thông tiên tiến dựa trên Internet of Things, Big Data, Artificial Intelligence, Cloud Computing hoặc Blockchain.

Các phòng khám và bệnh viện thuộc sở hữu tư nhân của Croatia đang tăng dần về số lượng và quy mô, cung cấp một giải pháp thay thế tốt cho hệ thống chăm sóc sức khỏe cộng đồng đang gặp khó khăn. Xu hướng này có thể được thúc đẩy hơn nữa nhờ sự phát triển của du lịch y tế, một lĩnh vực mà Croatia có tiềm năng tuyệt vời, với chất lượng bác sĩ cao, mức lương tương đối thấp và sức hấp dẫn của Croatia như một điểm đến cho khách du lịch và người về hưu. Các nhà cung cấp dịch vụ và thiết bị y tế nước ngoài có thể giúp các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe tư nhân của Croatia phát triển thành các doanh nghiệp lớn và có lợi nhuận cao.

CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

Thị trường Croatia khá phức tạp, các doanh nghiệp muốn gia nhập nên lập kế hoạch tốt và cân nhắc một số vấn đề sau:

- Lưu ý với các sản phẩm tiêu dùng có tính nhạy cảm về giá nên cân nhắc khi kinh doanh ở Croatia.



Thứ trưởng Đỗ Hoàng Anh Tuấn và Bộ trưởng Bộ Tài chính Croatia- Zdravko Marić ký kết Hiệp định

- Nhà đầu tư nên lựa chọn ba chiến lược gia nhập với rủi ro thấp: đại diện, đại lý hoặc nhà phân phối. (Lưu ý rằng, tại Croatia nhà đầu tư có thể lựa chọn đại lý hoặc nhà phân phối của Croatia hơn là “văn phòng châu Âu” do khó khăn về ngôn ngữ và các yếu tố thị trường mang phong cách riêng khác);

- Dịch vụ sau bán hàng, theo dõi bán hàng và đào tạo là cần thiết;

- Thị trường Croatia có tính bảo thủ và khách hàng thường gắn bó với các nhà cung cấp quen thuộc.

- Vị trí của Croatia là bàn đạp lý tưởng để phát triển thị trường ở hầu hết các quốc gia khác ở Đông Nam Âu.

Các nhà đầu tư nên xem xét kỹ lưỡng các đối tác tiềm năng và các cơ hội kinh doanh cụ thể (đặc biệt trong lĩnh vực bất động sản), điều này sẽ làm giảm đáng kể nguy cơ thất bại hoặc các tranh chấp thương mại và đầu tư kéo dài.

RÀO CẢN THƯƠNG MẠI



Sân bay quốc tế Zagreb

Trong khi thị trường Croatia không có các rào cản thương mại công khai, thực tế của thị trường vẫn đặt ra một số thách thức cho các nhà xuất khẩu nước ngoài sang Croatia. Mỗi quan tâm hàng đầu là sự thiếu hiệu quả trong hệ thống tư pháp của Croatia. Với một hồ sơ tồn đọng kéo dài nhiều năm, việc truy tố các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và giải quyết các tranh chấp thương mại tốn nhiều thời gian và chi phí.

Tại Croatia còn tồn tại hiện tượng phân biệt đối xử trong đấu thầu mua sắm công. Việc đặt ra các yêu cầu kỹ thuật rõ ràng có lợi cho một nhà thầu thông qua các thông số kỹ thuật hẹp và do đó ngăn cản sự tham gia của các nhà thầu khác đã khiến giảm tính minh bạch trong đấu thầu.

THUẾ NHẬP KHẨU

Vào ngày 1 tháng 7 năm 2013, Croatia gia nhập thị trường chung EU với các chính sách và thủ tục thương mại chung. Sau khi được thông quan bởi cơ quan hải quan ở bất kỳ quốc gia thành viên EU nào, hàng hóa nhập khẩu có thể di chuyển tự do giữa các quốc gia thành viên EU mà không cần thêm bất kỳ thủ tục hải quan nào.

YÊU CẦU VÀ CHỨNG TỬ NHẬP KHẨU

Một nhà nhập khẩu Croatia chịu trách nhiệm cung cấp các tài liệu nhập khẩu bắt buộc, bao gồm các tài liệu thương mại, vận tải và hải quan thông thường, cũng như các chứng chỉ cần thiết để kiểm soát chất lượng và giấy phép nếu thích hợp. Tài liệu hành chính duy nhất (SAD) được Liên minh châu Âu và hầu hết các quốc gia khác sử dụng cũng là tài liệu hải quan quan trọng ở Croatia.



YÊU CẦU VỀ GHI NHẬN/ĐÁNH DẤU

Thông tin ghi nhận sau đây phải bằng tiếng Croatia trên bao bì gốc của sản phẩm được kiểm tra chất lượng: tên sản phẩm; địa chỉ đầy đủ của nhà sản xuất hoặc địa chỉ đầy đủ của nhà nhập khẩu; số lượng tịnh, trọng lượng hoặc thể tích; thành phần; chi tiết sử dụng và lưu trữ; và bất kỳ cảnh báo quan trọng nào về sản phẩm cho người tiêu dùng. Các sản phẩm phức tạp về mặt kỹ thuật phải bao gồm hướng dẫn sử dụng, thông số kỹ thuật của nhà sản xuất, danh sách các văn phòng bảo trì được ủy quyền, bảo hành và các dữ liệu áp dụng khác.

Mọi sản phẩm được chứng nhận phải mang dấu CE cho thấy rằng sản phẩm đã trải qua thử nghiệm thích hợp và phù hợp với các điều khoản của quy định liên quan. Các nhãn nước ngoài không được chấp nhận; nhãn dán đáp ứng các yêu cầu của địa phương được phép đối với các sản phẩm có nhãn nước ngoài.

HÀNG HÓA TAM NHẬP



Bà Kolinda Grabar-Kitarovic - nguyên Tổng thống Croatia tiếp ông Nguyễn Thanh Tuấn - Nguyên đại sứ Việt Nam tại Croatia

Các sản phẩm tạm nhập vào Croatia được quy định theo Bộ luật Hải quan Liên minh (UCC) và các công ước hải quan quốc tế. Croatia là một thành viên của Công ước Hải quan về ATA Carnet, một chứng từ hải quan quốc tế cho phép nhập khẩu hàng hóa tạm thời trên cơ sở miễn thuế, cho dù vận chuyển hay xách tay.

Thông thường, những hàng hóa sau đây đủ điều kiện để gia nhập Carnet:

- Mẫu thương mại;
- Hàng hóa cho hội chợ và triển lãm quốc tế
- Thiết bị chuyên nghiệp (bao gồm cả công cụ và dụng cụ, nhưng không phải là hàng hóa để gia công hoặc sửa chữa).

Carnet phải được xuất trình khi nhập cảnh. Hải quan sẽ đóng dấu carnet để xác nhận nó. Khi khởi hành, carnet phải được xuất trình một lần nữa để xác nhận rằng sản phẩm đang được vận chuyển ra khỏi đất nước. Nếu không tái xuất hàng hóa sẽ bị áp dụng thuế.

QUY ĐỊNH HẢI QUAN

Croatia là một thành viên của Liên minh châu Âu (EU) và các quy định hải quan của nước này phù hợp với các chỉ thị của EU.





Chính phủ Croatia đã hài hòa giữa luật tiêu chuẩn kỹ thuật của mình với các Chỉ thị của EU. Để tạo ra một thị trường nội bộ nơi hàng hóa được sản xuất hợp pháp tại một quốc gia thành viên có thể được bán tại thị trường của một thành viên khác mà không cần bất kỳ thử nghiệm và chứng nhận bổ sung nào, EU đang trong một quá trình liên tục làm hài hòa các quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn và quy trình đánh giá sự phù hợp giữa các thành viên. Bởi vì EU bao gồm các quốc gia độc lập, EU sẽ thông qua các quy định và ban hành các tài liệu tham khảo đến mỗi quốc gia thành viên EU để làm hài hòa các tiêu chuẩn kỹ thuật và được yêu cầu chuyển thành hệ thống pháp luật và tiêu chuẩn quốc gia của riêng mình.

Mặc dù đại diện hoặc nhà nhập khẩu của Croatia chịu trách nhiệm trực tiếp về tính an toàn của sản phẩm và sự phù hợp của sản phẩm với các quy định kỹ thuật của Croatia, trách nhiệm cuối cùng vẫn thuộc về nhà sản xuất.

➤ Tiêu chuẩn

Viện Tiêu chuẩn Croatia (HZN) là tổ chức công chịu trách nhiệm chuẩn bị, thông qua, chỉnh sửa và xuất bản các tiêu chuẩn của Croatia. Bất kỳ pháp nhân hoặc thể nhân nào có chỗ ở hoặc cư trú tại Croatia đều có thể là thành viên của HZN và tham gia vào công việc của cơ quan này. Các thành viên bao gồm các nhà sản xuất Croatia quan tâm, các phòng thí nghiệm kiểm tra và đo lường và cơ quan chứng nhận, các tổ chức giáo dục và khoa học, phòng thương mại, hiệp hội ngành, hiệp hội người tiêu dùng và các tổ chức chính phủ. Chỉ 0,2% tiêu chuẩn của Croatia có nguồn gốc hoàn toàn từ Croatia; phần còn lại được áp dụng các tiêu chuẩn châu Âu và/hoặc quốc tế. HZN duy trì một danh mục trực tuyến về tiếng Croatia và các tiêu chuẩn khác có thể được gửi qua đường bưu điện cho những người dùng quan tâm với một khoản phí. Theo chỉ thị của EU, các tiêu chuẩn của Croatia là tự nguyện.

THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Thương mại điện tử ở Croatia đã phát triển kể từ khi quốc gia này gia nhập EU vào năm 2013. Đại dịch COVID-19 đã buộc phải tăng cường sử dụng các nền tảng thương mại điện tử và xu hướng này sẽ tiếp tục do các nhà bán lẻ đã phát triển nền tảng thương mại điện tử và người dùng bây giờ đã quen thuộc với khái niệm này. Các cơ quan nghiên cứu thị trường ước tính rằng giá trị của thị trường thương mại điện tử ở Croatia là 536 triệu USD và các chuỗi bán lẻ của Croatia tạo ra doanh thu khoảng 30 triệu USD thông qua các giao dịch trực tuyến mỗi năm. Tốc độ tăng trưởng thương mại điện tử ước tính hàng năm ở Croatia là 5,7%, với giá trị thị trường dự báo là 668 triệu USD vào năm 2024. Theo Statista, doanh thu trung bình trên mỗi người dùng là 192 USD.

eCommerce Croatia đã thực hiện một cuộc khảo sát vào năm 2020 và nhận thấy rằng 61% người dùng internet đã ít nhất một lần mua hàng trực tuyến, trong khi 36% người được khảo sát mua hàng trực tuyến hàng tháng. 21% người mua sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán cho các đơn hàng trực tuyến của họ. Các cổng thanh toán phổ biến nhất là: WSpay (38%), T-Com (32%) và CorVus (22%). PayPal và các dịch vụ tương tự khác được khoảng 20% người mua sử dụng. Một xu hướng đang phát triển là sử dụng các ứng dụng thanh toán trên điện thoại thông minh do các ngân hàng phát hành. Nghiên cứu thị trường năm 2018 chỉ ra rằng hơn 97% thanh niên ở Croatia truy cập Internet thông qua điện thoại thông minh và điện thoại di động được cho là thiết bị phổ biến nhất được sử dụng để mua hàng trực tuyến. Quảng cáo gốc, quảng cáo được tích hợp với nội dung và phong cách của trang web, ngày càng phổ biến. Ước tính khoảng 70% các công ty Croatia quảng cáo qua e-mail, trong khi 80% các nhà bán lẻ trực tuyến sử dụng Facebook làm kênh quảng cáo của họ. Facebook là nền tảng truyền thông xã hội phổ

biến nhất, tiếp theo là Instagram và LinkedIn. Twitter phổ biến trong giới chính trị gia và nhà báo. Snapchat và YouTube cũng có rất nhiều người dùng năng động, trẻ tuổi và nền tảng TikTok của Trung Quốc đang nhanh chóng trở nên phổ biến.

Ước tính có khoảng 40% người mua sắm trực tuyến ở Croatia đặt hàng từ các cửa hàng bên ngoài Croatia, chủ yếu từ Trung Quốc và EU. Phần khúc lớn nhất của thị trường là phương tiện truyền thông và điện tử, với giá trị thị trường là 208 triệu USD vào năm 2020. Người mua sắm trực tuyến cũng mua quần áo, giày dép, phụ kiện thời trang và thực phẩm. Khoảng 40% các nhà bán lẻ trực tuyến của Croatia phục vụ riêng cho thị trường Croatia, trong khi 40% khác mở cửa cho các thị trường toàn cầu. Chiến lược thị trường chung kỹ thuật số của EU đang cung cấp cho người Croatia quyền truy cập đầy đủ vào tất cả hàng hóa và dịch vụ do các doanh nghiệp ở EU cung cấp trực tuyến. Chiến lược điều chỉnh thêm các khoản thanh toán, quyền khách hàng và chính sách bảo mật.

Amazon, eBay và AliExpress là những nền tảng Thương mại điện tử phổ biến nhất ở Croatia. Các trang web địa phương lớn nhất là eKupi (nền tảng của Croatia tương tự như Amazon), Emmezeta (cửa hàng đồ nội thất) và Konzum (cửa hàng tạp hóa). Mall, Zuti klik và Abrakadabra cũng là những nền tảng Thương mại điện tử phổ biến, trong khi cửa hàng trực tuyến đang phát triển nhanh nhất hiện nay là PinkPanda (mỹ phẩm).

Ước tính có khoảng 33% doanh nghiệp Croatia đang hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử và các nhà bán lẻ đang tăng cường sử dụng các công nghệ và mô hình kinh doanh mới (chẳng hạn như mua hàng bằng giọng nói hoặc yêu cầu đăng ký của khách hàng để truy cập các sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định). Theo báo cáo Chỉ số Kinh tế và Xã hội Kỹ thuật số (DESI) cho năm 2020, 21% doanh nghiệp vừa và nhỏ đang bán hàng trực tuyến, cao hơn mức trung bình của EU là 18%. Con số này chiếm 11% doanh thu của SME và 8% doanh thu bán hàng xuyên biên giới của SME. Mua sắm trực tuyến được quảng bá rầm rộ trên các phương tiện truyền thông.

KÊNH PHÂN PHỐI & BÁN HÀNG

Hệ thống phân phối của Croatia được chính thức hóa bởi Luật Thương mại quy định hoạt động của các nhà bán buôn và bán lẻ.

Với hơn 20% dân số cả nước và vị trí trung tâm, thủ đô Zagreb là trung tâm phân phối chính của đất nước. Các thành phố cảng Split và Rijeka cũng là những điểm phân phối quan trọng, và thành phố Osijek ở phía đông là điểm phân phối lớn nhất và quan trọng nhất trong khu vực phía đông của đất nước. Vị trí địa lý, khả năng tiếp cận các



cảng biển và hệ thống giao thông đường bộ (nhưng không phải đường sắt) phát triển của Croatia mang lại cho quốc gia này những lợi thế khác biệt như một điểm phân phối trong khu vực, đặc biệt là đối với các quốc gia nằm trong khu vực địa lý của Nam Tư cũ.

Ước tính có khoảng 7.500 cửa hàng bán lẻ ở Croatia (bao gồm các ki-ốt, cửa hàng nhỏ và chợ). Trong những năm gần đây, các trung tâm mua sắm mới phát triển (như Importantne, King Cross, Kaptol Centar, Avenue Mall, City Centar One, West Gate, Garden Mall và Arena Centar ở Zagreb), các chuỗi siêu thị và bán lẻ trong nước được hiện đại hóa hoặc mới thành lập (như Konzum, Dinova-Diona, Prehrana, Plodine) và các chuỗi nước ngoài (như Bipa, DM, Metro, Bauhaus, Kaufland, Lidl và Interspar) đã trở thành những người chơi thống trị trên thị trường.

➤ Sử dụng đại lý hoặc nhà phân phối

Tại Croatia việc sử dụng đại lý/nhà phân phối địa phương là cách thâm nhập thị trường phổ biến và hiệu quả nhất. Trong thị trường cạnh tranh của Croatia, điều cần thiết

là nhà xuất khẩu phải cung cấp đầy đủ dịch vụ bảo dưỡng, phụ tùng và linh kiện, cũng như nhân viên có trình độ có khả năng xử lý các yêu cầu dịch vụ. Dịch vụ sau bán hàng nên có sẵn tại địa phương vì sự chậm trễ của dịch vụ này khiến người mua phải tìm kiếm nhà cung cấp thay thế. Thông thường, công ty nước ngoài cần cung cấp kinh phí cho việc tiếp thị sản phẩm để đảm bảo quảng bá và phân phối hàng hóa rộng rãi.

Croatia là một trong những nước cần phải nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng trước khi tham gia tìm kiếm đại lý hoặc nhà phân phối. Các nhà xuất khẩu nước ngoài nên điều tra cẩn thận về danh tiếng và các tham chiếu tài chính của một đại lý hoặc nhà phân phối tiềm năng và thiết lập một thỏa thuận rõ ràng phân định trách nhiệm của cả nhà xuất khẩu và đại lý.

➤ Thành lập Văn phòng



Một nơi hữu ích đầu tiên để cung cấp thông tin cho nhà đầu tư nước ngoài về việc thành lập công ty ở Croatia là văn phòng “Hitro”, được thành lập bởi chính phủ Croatia để hỗ trợ công dân và doanh nghiệp giao tiếp với các cơ quan chính phủ.

➤ **Nhượng quyền thương mại**

Tại Croatia nhượng quyền thương mại là một khái niệm kinh doanh tương đối mới. Có từ 120 đến 150, chủ yếu là nước ngoài, các nhà nhượng quyền đang hoạt động tại thị trường Croatia. McDonald's có mặt tại Croatia từ năm 1996 và có tổng cộng 37 nhà hàng tại 16 thành phố. Du lịch và khách sạn được coi là những lĩnh vực hứa hẹn nhất để phát triển nhượng quyền thương mại. Bên nhận quyền tiềm năng điển hình biết rất ít về nhượng quyền và cần được bên nhượng quyền đào tạo về cách họ có thể hưởng lợi từ khái niệm này. Nhiều cơ hội để quảng cáo tồn tại trên báo chí địa phương hàng ngày và các tạp chí chuyên ngành.

➤ **Marketing trực tiếp**

Tiếp thị trực tuyến trực tiếp phổ biến ở Croatia, trong khi tiếp thị trực tiếp truyền thống qua điện thoại là rất ít. Một khách hàng tiềm năng trung bình không có khả năng nhận được nhiều hơn một vài cuộc điện thoại hoặc tin nhắn mỗi năm đến nhà riêng hoặc số điện thoại di động của các công ty để tiếp thị dịch vụ hoặc sản phẩm của họ. Hiện tại, các ngân hàng địa phương, công ty bảo hiểm và dịch vụ viễn thông đưa ra những lời chào mời như vậy. Tuy nhiên, vào năm 2017, Cơ quan quản lý các ngành công nghiệp mạng của Croatia (HAKOM) đã đưa ra khả năng cho người tiêu dùng dịch vụ viễn thông từ chối nhận các cuộc gọi và tin nhắn kiểu tiếp thị trực tiếp bằng cách đăng ký số điện thoại của họ trong sổ đăng ký NE ZOVI (Không gọi) .

Tiếp thị trực tiếp qua thư khá phổ biến và các hộ gia đình nhận được thư như vậy hàng ngày, thường là từ các chuỗi siêu thị địa phương, nhà hàng và các nhà cung cấp dịch vụ cá nhân. Các công ty thể tin dụng thường đưa vào hóa đơn của họ những dịch vụ đặc biệt của nhiều mặt hàng tiêu dùng với sự hợp tác của các công ty khác. Tiếp thị trực tiếp bằng e-mail hiện là hình thức phổ biến nhất.

➤ **Chuyển phát nhanh**

Các hãng chuyển phát nhanh nổi tiếng nhất hiện nay tại Croatia bao gồm FedEx, DHL, UPS, Overseas Express, GLS và TNT. Các lô hàng có giá trị dưới \$ 20 không cần phải được hải quan xử lý. Croatia là một phần của khu vực hải quan của EU và không cần thủ tục hải quan đối với các chuyển hàng từ/đến các nước EU.

➤ Tập quán kinh doanh

Tập quán kinh doanh ở Croatia nhìn chung cũng giống như nhiều quốc gia khác. Các doanh nhân có xu hướng ăn mặc bảo thủ, đặc biệt là trong lĩnh vực ngân hàng và các tổ chức chính phủ. Tuy nhiên, mức độ trang trọng đối với trang phục công sở ở nhiều công ty có xu hướng giảm xuống, đặc biệt là trong lĩnh vực công nghệ thông tin. Các cuộc hẹn nên được thực hiện trước một chuyến thăm kinh doanh.

Danh thiếp thường đơn giản, chỉ bao gồm những thông tin cơ bản như logo công ty, tên, chức danh doanh nghiệp, địa chỉ, số điện thoại, số fax, e-mail và địa chỉ web.

Hầu hết các giám đốc điều hành của Croatia đều nói tiếng Anh, và nhiều nhà quản lý trẻ cũng thông thạo tiếng Anh. Việc sử dụng máy tính ở các công ty Croatia là rất phổ biến và hầu hết trong số họ sử dụng e-mail và Internet và có các trang web riêng của họ.

Điều này cũng đúng ở các nước châu Âu khác, kỳ nghỉ hè kéo dài suốt tháng 7 và tháng 8 và rất khó để liên hệ với ban giám đốc công ty trong thời gian này.

➤ Ngôn ngữ

Nhiều doanh nhân ở Croatia nói ngoại ngữ, chủ yếu là tiếng Anh, Đức và Ý (dọc theo bờ biển). Khi cần thiết, có thể thuê một phiên dịch viên tại Hiệp hội Dịch giả Croatia - điện thoại: +3851 4847565.

➤ Văn hóa giao tiếp

Người dân địa phương vô cùng hiếu khách, có lẽ vì họ nhận thức được tầm quan trọng của du lịch đối với nền kinh tế của Croatia. Với bờ biển Adriatic tuyệt đẹp, các thị trấn xinh xắn cùng những lễ hội âm nhạc, rượu vang, truyền thống vang dội, không có gì bất ngờ khi nói rằng đây chính là đất nước giao thoa của những nền văn hóa.

Điều đầu tiên khi tới Croatia, hãy thể hiện sự tôn trọng dành cho đất nước của họ. Người dân ở đây có tinh thần nồng nàn yêu nước, bằng chứng là họ yêu tất cả những gì thuộc về đất nước của họ. Nhìn chung, cả du khách và người dân địa phương luôn cảm thấy khó chịu trước những người hay phàn nàn. Tất cả mọi người ở đất nước Croatia đều mong chờ bạn "WOW" lên mỗi khi họ cho bạn xem điều gì đó. Bạn hoàn toàn có thể tận dụng điều này để nhờ vả người dân địa phương dẫn bạn đi thăm thú ở nơi nào đó.

Ngay cả khi bạn không hề biết ngôn ngữ địa phương, hãy trò chuyện với người dân địa phương thật thân thiện.

Thứ hai, khi tới Croatia, đừng nên nhắc tới chiến tranh và bạn cũng đừng sử dụng ngón trỏ, ngón giữa và ngón đeo nhẫn cùng lúc. Nghe thì có vẻ phức tạp, nhưng điều này cũng liên quan đến chiến tranh. Ở Croatia có một kí hiệu được gọi là "chào ba ngón tay", bằng cách mở rộng ngón cái, ngón trỏ và ngón giữa, bạn sẽ có thể thực hiện kí hiệu này. Điều đáng nói ở đây đó là các vị khách du lịch thường không biết và dùng kí hiệu này để mua ba chai bia tại một quán bar nào đó. Ở Croatia, hãy tránh điều đó bằng mọi giá.



Điều thứ ba cần lưu ý là Người Croatia thường là những người thân thiện và cởi mở. "Con bão PDA" - thể hiện tình cảm nơi công cộng, đặc biệt của những đôi trẻ yêu nhau cũng sẽ không gây ra quá nhiều sự phản cảm. Ngay cả những người cao tuổi cũng ít khi nói ra sự phản đối của mình đối với "con bão PDA" này. Nhưng điều gì cũng nên ở mức vừa phải. Hãy thể hiện tình cảm nơi công cộng một cách có chừng mực, không gây phản cảm.

Trong giao tiếp với người Croatia, bạn cần phải nói to lên. Đôi khi, người Croatia có vẻ kiêu ngạo và thậm chí có phần hung hãn, bởi vì họ rất thẳng thắn và sẽ nói lớn tiếng. Trong một cuộc trò chuyện, ngay cả khi không có cuộc tranh luận hoặc xung đột nào đang diễn ra, họ cũng sẽ cao giọng rất nhiều lần. Hãy cố gắng nói thật to và rõ ràng. Người Croatia cũng không có trình độ tiếng Anh tốt và vì lẽ đó, nếu bạn nói không đủ rõ thì họ sẽ cảm thấy vô cùng khó chịu. Đặc biệt hơn cả, những người nói nhỏ thường được xem là nhút nhát và thậm chí dễ bị đem ra làm trò đùa.

Có một vài chủ đề mà người Croatia thích thảo luận. Một là về gia đình, nhưng thường chỉ là những điều tốt đẹp. Nói về những vấn đề cá nhân khiến họ khó chịu, thậm chí với những người bạn thân thiết. Nói cho mọi người về gia đình và bạn bè của bạn và hỏi về gia đình của họ là một cách bắt đầu cuộc hội thoại thật tuyệt vời.

Đối với những người trẻ hơn, thể thao là một chủ đề hay ho. Đàn ông có kiến thức vô cùng sâu sắc về bóng đá, tennis, bóng rổ,... Người Croatia có thể bỏ ra hàng giờ để nói về nhà hàng tuyệt vời mà họ đã ăn tối vào thứ Sáu tuần trước, hay nói về một công thức nấu ăn mà họ vừa thử nghiệm. Một chủ đề hoàn toàn khác chính là về người nổi tiếng, âm nhạc, phim ảnh và các vấn đề chính trị trong thời gian hiện tại (và một lần nữa, hãy cẩn thận không xúc phạm đến lòng yêu nước của họ).

➤ **Trang phục trong kinh doanh**

Khi ở Croatia, hãy làm những điều như người Croatia vẫn thường làm. Người Croatia rất chăm chút trong vẻ bề ngoài và trong cách ăn mặc. Quần áo đi kèm với nhiều loại phụ kiện chính là lời khẳng định về địa vị xã hội cũng như sự tôn trọng. Ngay cả khi trời nóng nực, bạn cũng nên dành một vài phút để chăm chút thêm thắt cho bộ trang phục của mình. Điều này đặc biệt quan trọng khi đến thăm các nhà thờ và những nơi linh thiêng. Phong cách ăn mặc trong kinh doanh ở Croatia khá trang trọng và lịch sự, bạn cần lưu ý tới điều này trong khi giao tiếp kinh doanh tại đây.



➤ Hệ thống viễn thông/điện thoại

Croatia có mạng lưới viễn thông phát triển (bao gồm công nghệ đường dây cố định, không dây, vệ tinh và di động). Các nhà khai thác đường dây cố định bao gồm T-Com, Optima Telecom, Iskon internet, A1 và Metronet.

Các dịch vụ di động được cung cấp bởi các nhà khai thác di động được cấp phép: T-Mobile, A1, Bonbon, Tomato và Telemach. Croatia khai thác mạng 3G, 4G và GSM. Mạng 5G vẫn đang trong giai đoạn phát triển và thử nghiệm.

➤ Hệ thống giao thông

Có năm sân bay chính ở Croatia. Sân bay quốc tế Zagreb Franjo Tudjman lớn nhất của đất nước, có dịch vụ đến hầu hết các thủ đô của Châu Âu. Bên cạnh hãng hàng không quốc gia, Croatia Airlines, Zagreb còn được phục vụ bởi 29 hãng hàng không khác, bao gồm Air Canada Rouge, Air France, Air Serbia, Austrian Airlines, British Airways, Lufthansa, Turkish Airlines và Ryan Air.

Các chuyến bay quốc tế cũng phục vụ tại các sân bay Dubrovnik, Split, Osijek, Rijeka, Pula, Bol và Zadar. Hãng hàng không Croatia khai thác các chuyến bay nội địa - Zagreb-Split, Zagreb-Zadar, Zagreb-Pula, Zagreb-Dubrovnik, Zagreb-Rijeka, Zagreb-Osijek và Osijek-Dubrovnik. Người ta cũng có thể đi du lịch trong Croatia bằng xe hơi, xe buýt hoặc đường sắt cho thuê.

Ở Zagreb, có một hệ thống giao thông toàn diện bằng xe điện/xe buýt giúp cho tất cả các khu vực của thành phố đều có thể đi lại được. Ngoài ra còn có xe buýt đưa đón của Hãng hàng không Croatia từ sân bay đến bến xe buýt chính của Zagreb (với khoảng 10 điểm dừng ở giữa) với mức phí 30 HRK (khoảng 4,53 USD) và miễn phí cho trẻ em dưới 6 tuổi. Taxi thì đắt hơn và có thể tìm thấy tại một trạm taxi hoặc gọi một trong năm công ty taxi khác nhau tại đây: Radio Taxi Zagreb, Cameo taxi, Uber, Bolt, Ekotaxi.

➤ Giờ giấc làm việc

Giờ Croatia là Giờ chuẩn GMT+1.

Giờ làm việc bắt đầu từ 8 giờ 00 sáng và kết thúc lúc 4 giờ 30 chiều hoặc 5 giờ 00 chiều. Hầu hết các cửa hàng mở cửa lúc 8 giờ sáng và đóng cửa lúc 8 giờ tối. Vào các ngày thứ Bảy, hầu hết các cửa hàng đóng cửa lúc 2 giờ 30 chiều ở trung tâm thành phố, và một số ít ngoại lệ, các cửa hàng đóng cửa vào Chủ Nhật và ngày lễ. Bên ngoài thành phố có một số trung tâm mua sắm mở cửa hàng ngày từ Thứ Hai đến Chủ Nhật, từ 8 giờ sáng đến 9 giờ tối.

1 | ĐIỀU LƯU Ý VỀ VĂN HÓA CROATIA

➤ Màu đỏ trắng Ca-rô là màu tượng trưng tại Croatia

Tại Croatia mà tượng trưng là thiết kế bàn cờ đỏ-trắng riêng biệt phổ biến ở đây người dân địa phương gọi là šahovnica (bàn cờ vua). Šahovnica đã trở thành biểu tượng của Croatia từ thế kỷ thứ 10.

➤ Tại Croatia bóng đá là cuộc sống



Nhiều người hâm mộ đã rất ngạc nhiên trước việc đội tuyển Croatia lọt vào trận chung kết FIFA World Cup 2018. Bóng đá là trò chơi vua ở Croatia và từ lâu đã trở thành nguồn cảm hứng cho những người dân thường từ Osijek cho đến Dubrovnik.

➤ Người dân Croatia quan tâm nhất sự độc lập

Ít có quốc gia nào kiên cường như người Croatia khi đòi độc lập trong nhiều thế kỷ. Croatia là một phần của Đế chế Habsburg trong hàng trăm năm, nhiều trong số đó đã bị

nhấn chìm bởi các cuộc biểu tình và bạo loạn đòi quyền tự quyết nhiều hơn cho người dân Zagreb và hơn thế nữa.

➤ **Đừng nói về chiến tranh tại Croatia**

Đừng đề cập đến chiến tranh khi nói chuyện tại Croatia. Vì đây không phải là phép lịch sự thông thường và điều này sẽ đào bới vết thương cũ để tạo ra căng thẳng. Nếu một người Croatia muốn nói về trải nghiệm của họ, thì bạn hãy lắng nghe bằng mọi cách, nhưng đừng vội vàng với những ý kiến dựa trên những tin đồn.

➤ **Ẩm thực ăn uống**



Người Croatia rất tự hào về thức ăn của họ. Các truyền thống của Trung Âu và Địa Trung Hải vẫn còn rất sống động trong nhà bếp của Croatia. Bạn đừng ngạc nhiên khi từ Croatia trở về nhà khi vòng eo của bạn tăng lên.

➤ **Người Croatia và người Serbia khác nhau, bạn hãy phân biệt**

Các ngôn ngữ khác nhau như tiếng Anh Anh và tiếng Anh Mỹ và bạn có thể không

phân biệt được người Croatia với người Serbia chỉ bằng cách nhìn vào hai ngôn ngữ. Bạn đừng sai lầm khi cho rằng hai quốc gia là một và giống nhau. Croatia và Serbia có lịch sử, tôn giáo, ảnh hưởng và mong muốn riêng biệt.

➤ **Hãy chú ý trang phục để gây ấn tượng tại Croatia**

Người Croatia rất có ý thức về phong cách. Nó chịu sự ảnh hưởng của nước Ý lân cận hoặc từ lâu người Croatia mong muốn được trở thành một phần của giới thượng lưu châu Âu. Như người ta vẫn nói, khi ở Croatia là bạn chắc chắn có thể đi du lịch khắp đất nước trong chiếc áo sơ mi rách rưới và quần jean, nhưng tại sao không ôm một chút đẳng cấp?

➤ **Luôn tự tin nhưng không kiêu ngạo**

Cuối cùng, khi bạn đã vào cuộc thảo luận quan trọng đầu tiên ở Croatia, đừng ngạc nhiên nếu bạn cảm thấy như mình đang bị tấn công. Điều này chỉ là phong cách trò chuyện ở đây. Có rất ít từ ngữ thừa và thậm chí ít nói nhỏ. Hãy tập trung vào vấn đề của bạn và đừng ngại lên tiếng.

➤ **Sự đa dạng về văn hóa**

Mọi người ở Osijek và Đakovo đều giống người Croatia như những người ở Split và Šibenik, nhưng dù sao thì người Slavonians và Dalmatians rất khác nhau. Hãy dành một chút thời gian để khám phá các nền văn hóa trong khu vực.

➤ **Gia đình là trên hết**

Gia đình là tất cả mọi thứ ở Croatia. Một giá trị cực kỳ cao được đặt trên các mối quan hệ gia đình và họ thường có thể đóng vai trò là trung tâm xã hội của cuộc sống trong nước. Trẻ em tại Croatia thường sống với cha mẹ cho đến khi họ kết hôn.

➤ **Quan tâm đến sự bình đẳng**

Trong nhiều thế kỷ, Croatia đã cố gắng chứng tỏ rằng mình thuộc về các quốc gia văn minh của châu Âu. Đừng ngạc nhiên nếu ai đó chuyển giữa yêu và ghét cả Tây Âu và Ban Căng trong cùng một cuộc trò chuyện. Thực tế đơn giản là Croatia đang bị mắc kẹt giữa hai quốc gia, về mặt địa lý, hệ tư tưởng, tâm linh và văn hóa.



Đơn vị tiền tệ của Croatia là đồng kuna (HRK). Tỷ giá hối đoái bình quân năm 2020 là 6,39 HRK đổi 1,00 USD. Kể từ khi Croatia gia nhập Cơ chế Tỷ giá hối đoái Châu Âu II, tỷ giá hối đoái của đồng kuna Croatia được đặt ở mức 1 euro = 7,53450 kuna.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CROATIA

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA CROATIA



Đại sứ Nguyễn Thị Bích Thảo làm việc với Quốc Vụ khanh Bộ Du lịch và Thể thao Croatia Tonči Glavina.

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2021 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2020 thì Croatia đứng thứ 71 về xuất khẩu và 65 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Croatia đứng thứ 54 về xuất khẩu và 80 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Croatia là 67,6, trở thành nền kinh tế tự do thứ 45 trong năm 2022. Croatia xếp thứ 27 trong số 45 quốc gia ở khu vực châu Âu, và có chỉ số tự do kinh tế thấp hơn so với mức trung bình của khu vực nhưng cao hơn so với mức của thế giới. (Nguồn: Heritage)

Croatia đã trải qua một đợt suy thoái kinh tế đột ngột vào năm 2008; tăng trưởng kinh tế bị đình trệ hoặc xuống mức âm trong mỗi năm từ 2009 đến 2014, sau đó tăng trở lại kể từ quý 3 năm 2014, kết thúc năm 2017 với mức tăng trưởng trung bình 2,8%. Những thách thức hiện tại của nước này bao gồm sự phát triển không đồng đều trong khu vực, môi trường đầu tư khó khăn, bộ máy tư pháp kém hiệu quả và tình trạng các

chuyên gia trẻ có học vấn đang tìm mức lương cao hơn ở những nước khác trong EU. Năm 2016, Croatia đã sửa đổi mã số thuế để kích thích tăng trưởng tiêu dùng trong nước và đầu tư nước ngoài. Việc giảm thuế thu nhập đã bắt đầu vào năm 2017 và 2018, nhiều chi phí kinh doanh khác nhau đã được loại khỏi tính thuế thu nhập. Vào đầu năm 2018, chính phủ đã công bố kế hoạch cải cách kinh tế, dự kiến thực hiện vào năm 2019.

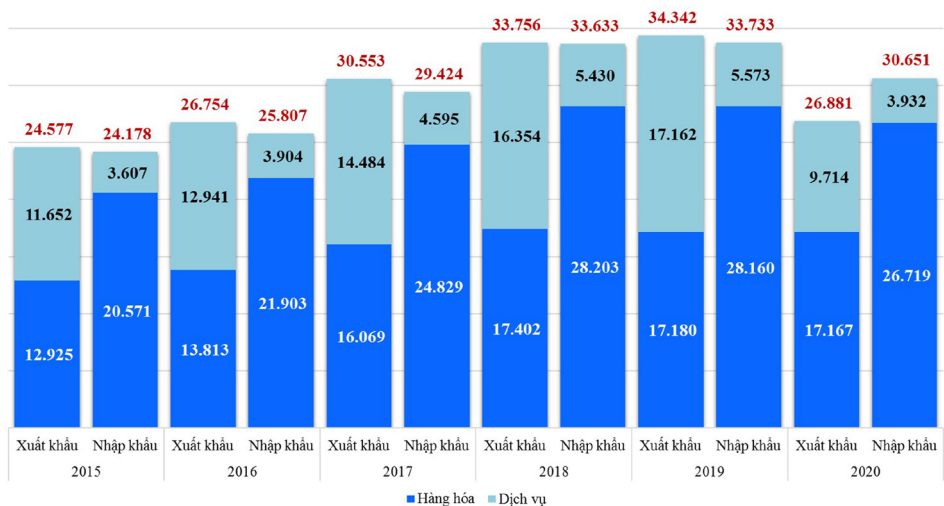
Du lịch là một trong những trụ cột chính của nền kinh tế của Croatia, chiếm 19,6% GDP. Croatia đang hướng tới việc trở thành trung tâm năng lượng của khu vực và thực hiện kế hoạch mở một nhà máy khí đốt tự nhiên hóa lỏng (LNG) vào cuối năm 2019 hoặc đầu năm 2020. Động thái này nhằm nhập khẩu LNG để tái phân phối ở Đông Nam Âu.

Croatia gia nhập EU vào ngày 1/7/2013 sau một quá trình xin gia nhập kéo dài một thập kỷ. Croatia phát triển kế hoạch gia nhập Eurozone và chính phủ dự kiến sẽ áp dụng đồng Euro vào năm 2024. Vào năm 2017, nước này đã giảm nợ công xuống 78% GDP từ mức cao nhất mọi thời đại là 84% vào năm 2014, và hiện thực hóa thặng dư ngân sách 0,8% - mức thặng dư đầu tiên kể từ khi độc lập vào năm 1991. Chính phủ cũng đã tìm cách đẩy nhanh quá trình tư nhân hóa các tài sản phi chiến lược với nhiều mức độ thành công khác nhau. Sự phục hồi kinh tế của Croatia vẫn còn khá mong manh. (Nguồn: CIA)

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Croatia giai đoạn 2015 - 2020

(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



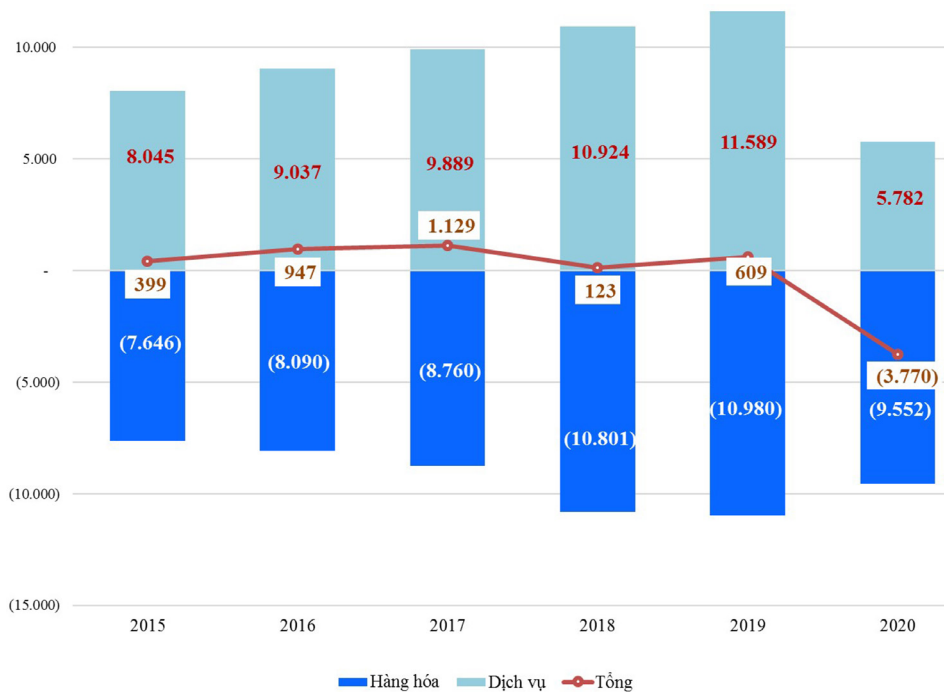
Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Croatia năm 2020 đạt 17,17 tỷ USD và nhập khẩu đạt 26,72 tỷ USD, thâm hụt 9,55 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2020, Croatia xuất khẩu 9,71 tỷ USD, nhập khẩu đạt 3,93 tỷ USD, thặng dư hơn 5,78 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Croatia luôn thặng dư hơn 100 triệu USD trong suốt giai đoạn 2015 - 2019 vì thâm hụt từ hàng hóa nhỏ hơn mức thặng dư của cán cân dịch vụ. Trong năm 2020, tổng cán cân thương mại của Croatia chuyển sang mức âm (3,77 tỷ USD). Riêng về hàng hóa, cán cân của Croatia luôn ở mức âm, trong đó mức thấp nhất rơi vào năm 2019 (10,98 tỷ USD); còn về dịch vụ, cán cân luôn đạt mức dương, trong đó mức cao nhất cũng rơi vào năm 2019 (11,59 tỷ USD).

Cán cân thương mại của Croatia giai đoạn 2015 – 2020

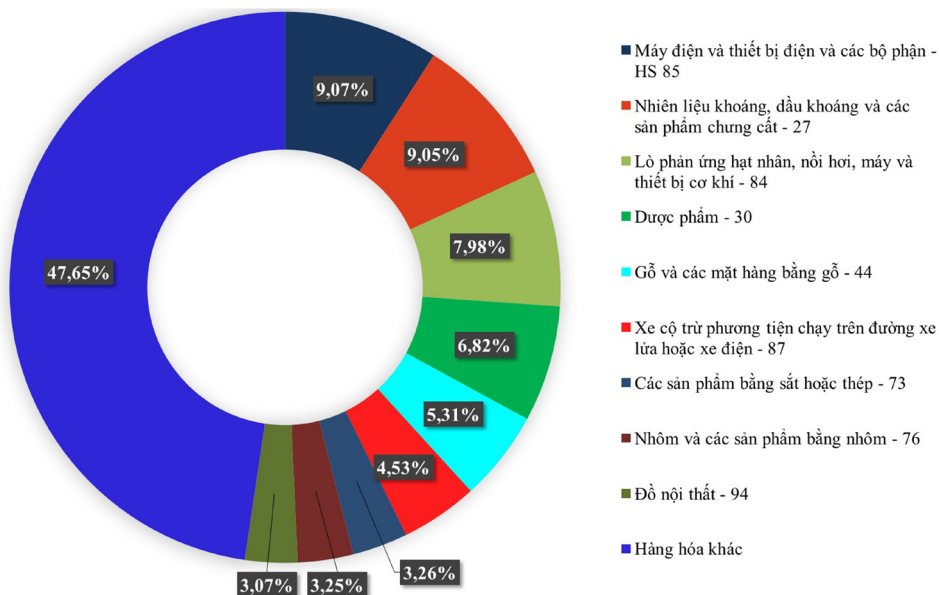
(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



Năm 2020, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Croatia được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Croatia năm 2020



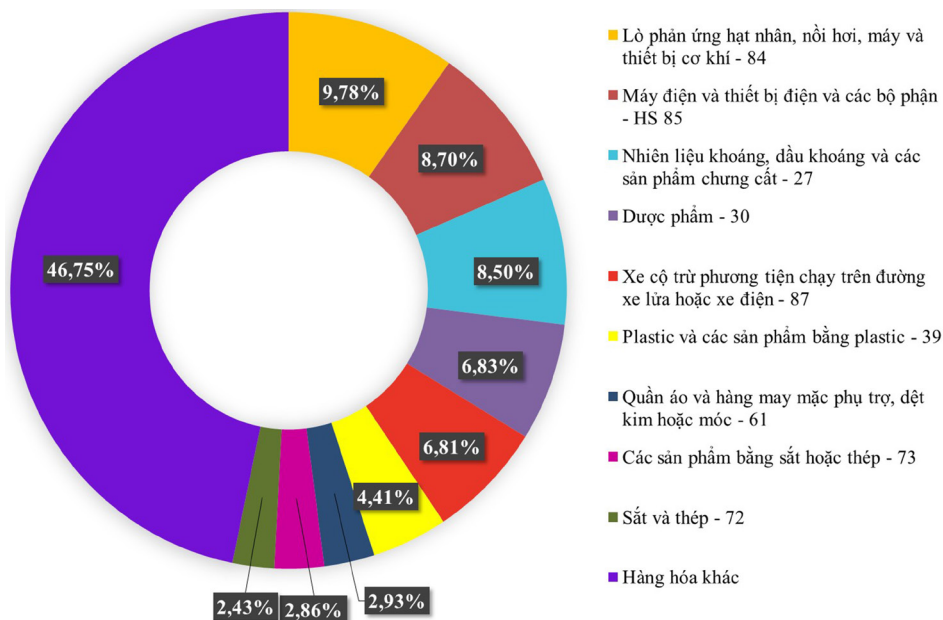
Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Croatia bao gồm:

1. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 9,07% tổng lượng xuất khẩu)
2. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất (chiếm 9,05% tổng lượng xuất khẩu)
3. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 7,98% tổng lượng xuất khẩu)
4. Dược phẩm (chiếm 6,82% tổng lượng xuất khẩu)
5. Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ (chiếm 5,31% tổng lượng xuất khẩu)

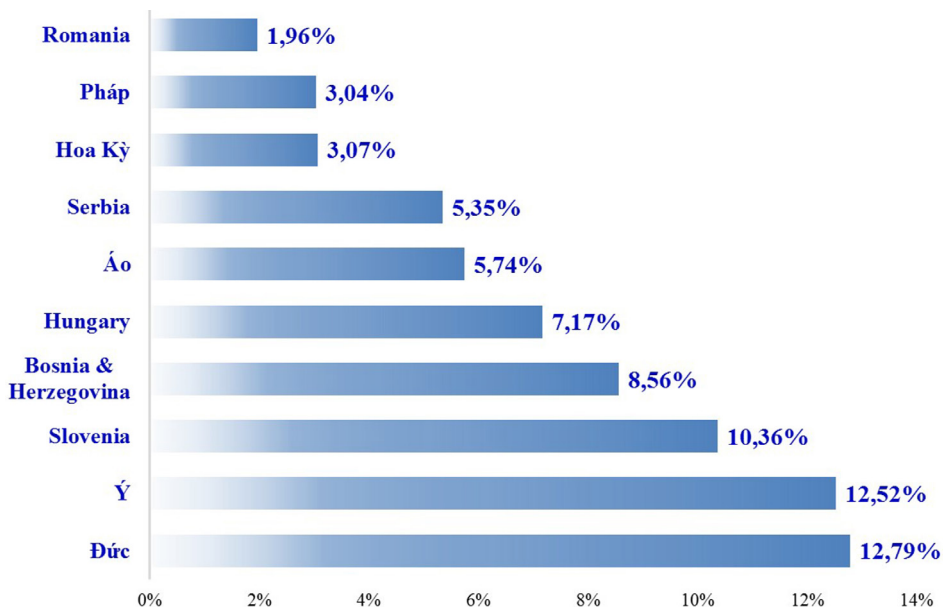
Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Croatia nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 9,78% tổng lượng xuất khẩu)
2. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 8,70% tổng lượng xuất khẩu)
3. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chưng cất (chiếm 8,50% tổng lượng xuất khẩu)
4. Dược phẩm (chiếm 6,83% tổng lượng xuất khẩu)
5. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 6,81% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Croatia năm 2020



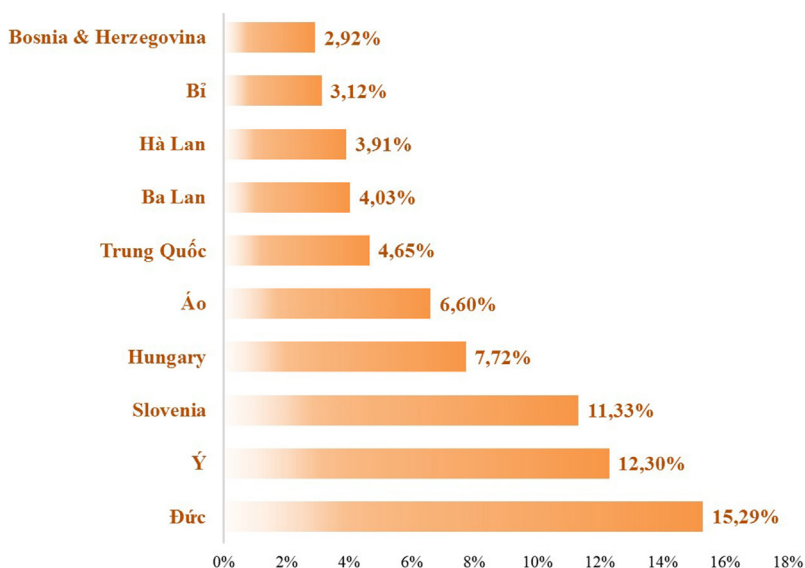
Các thị trường xuất khẩu chính của Croatia năm 2020



Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia cụ thể cho thấy 70,57% sản phẩm xuất khẩu từ Croatia được đưa vào: Đức (12,79% tổng sản phẩm toàn cầu), Ý (12,52%), Slovenia (10,36%), Bosnia & Herzegovina (8,56%), Hungary (7,17%), Áo (5,74%), Serbia (5,35%), Hoa Kỳ (3,07%), Pháp (3,04%) và Romania (1,96%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 71,89% sản phẩm nhập khẩu vào Croatia có xuất xứ từ các nước: Đức (15,29% tổng sản phẩm toàn cầu), Ý (12,30%), Slovenia (11,33%), Hungary (7,72%), Áo (6,60%), Trung Quốc (4,65%), Ba Lan (4,03%), Hà Lan (3,91%), Bỉ (3,12%) và Bosnia & Herzegovina (2,92%).

Các thị trường nhập khẩu chính của Croatia năm 2020



THƯƠNG MẠI VIỆT NAM – CROATIA (2016-2020)

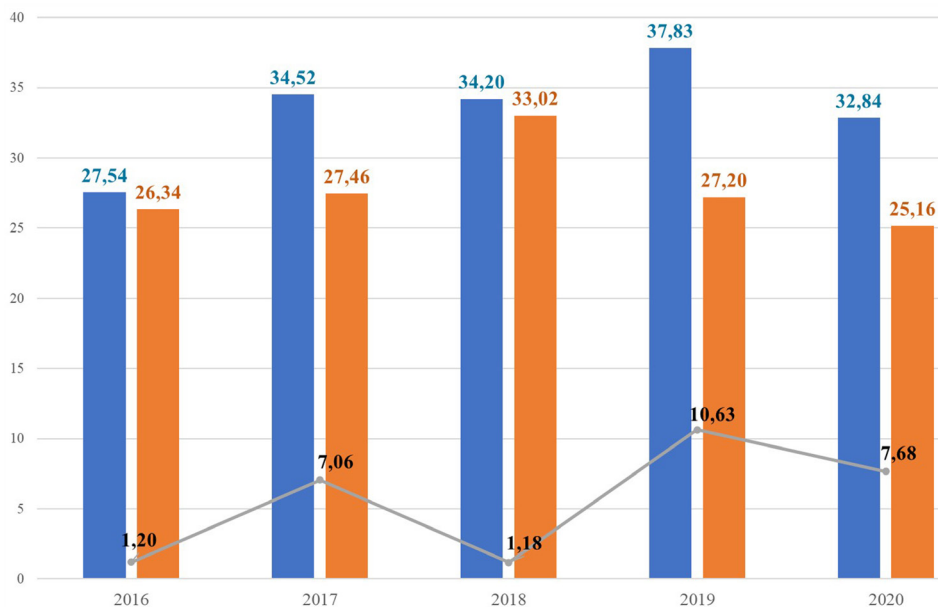
(triệu USD)	2016	2017	2018	2019	2020
Xuất khẩu	27,536	34,515	34,200	37,829	32,837
Nhập khẩu	26,335	27,458	33,020	27,196	25,162

Nguồn: Trademap, ITC, Geneva

Kim ngạch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và Croatia (2016-2020)

(Nguồn: WTO)

ĐVT: triệu USD



Trong những năm gần đây, kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và Croatia luôn duy trì mức tăng trưởng ổn định. Cả xuất khẩu và nhập khẩu đều tăng trưởng dương và cán cân thương mại luôn nghiêng về phía Việt Nam. Cụ thể, kim ngạch xuất siêu của Việt Nam sang Croatia ghi nhận trong giai đoạn 2016-2020 lần lượt là: 1,201 triệu USD (2016), 7,057 triệu USD (2017), 1,18 triệu USD (2018), 10,633 triệu USD (2019) và 7,675 triệu USD (2020).

Quan hệ song phương giữa Việt Nam và Croatia thời gian qua đã có bước phát triển tích cực, trên cơ sở quan hệ hữu nghị, truyền thống tốt đẹp. Croatia đánh giá cao những thành tựu Việt Nam đạt được trong công cuộc phát triển kinh tế-xã hội và hội nhập quốc tế, cũng như vai trò ngày càng tăng của Việt Nam tại khu vực Đông Nam Á, đồng thời khẳng định mong muốn tăng cường hợp tác nhiều mặt với Việt Nam sau khi đã cơ bản hoàn tất tiến trình gia nhập EU.

Việt Nam và Croatia nhất trí tăng cường trao đổi đoàn các cấp và cấp cao; đẩy mạnh hợp tác, tham vấn lẫn nhau tại các diễn đàn đa phương, nhất là trong khuôn khổ Liên hợp quốc, Diễn đàn Kinh tế Á-Âu (ASEM), Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN)-EU.

Croatia đánh giá cao triển vọng hợp tác song phương trong các lĩnh vực thương mại-đầu tư, nông nghiệp, đóng tàu, vận tải-cảng biển, y tế, quốc phòng, giáo dục, du lịch, ra

phá bom mìn; nhất trí tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hai bên gặp gỡ, tìm hiểu thị trường và cơ hội hợp tác kinh doanh; đàm phán và ký kết các thỏa thuận hợp tác trong từng lĩnh vực, trong đó có việc thúc đẩy đàm phán vòng 3 Hiệp định tránh đánh thuế trùng giữa Việt Nam và Croatia. Lãnh đạo Croatia nhấn mạnh mong muốn trở thành cửa ngõ cho hàng hóa Việt Nam xuất khẩu vào thị trường châu Âu, nhất là khu vực Balkan thông qua các cảng biển lớn như Koper của Slovenia và Rijeka của Croatia.

Croatia là một thị trường đầy hấp dẫn và đồng thời có nhiều mặt hàng xuất khẩu khác biệt với Việt Nam, ví dụ như các sản phẩm hóa chất và dược phẩm; sắt thép, máy móc, thiết bị phục vụ ngành công nghiệp nặng, chế biến gỗ... Trong khi đó thế mạnh của Việt Nam là các loại hàng nông sản như cà phê, hạt tiêu, hạt điều và nhiều loại rau quả. Ngoài ra, Việt Nam còn có thể xuất khẩu các sản phẩm hàng thủ công mỹ nghệ, các sản phẩm giấy dếp, dệt may sang Croatia.

Hiện tại, kim ngạch trao đổi hàng hóa giữa hai nước còn nhỏ nên để tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp cần có mối quan hệ chặt chẽ hơn nữa. Cộng đồng doanh nghiệp Croatia sẽ tăng cường tìm hiểu thị trường Việt Nam, mở rộng mạng lưới các văn phòng đại diện. Và ngược lại, doanh nghiệp Việt Nam cũng cần tăng cường hơn nữa các hoạt động quảng bá tại Croatia. Hiện nay nhiều mặt hàng của Việt Nam xuất khẩu sang Croatia vẫn phải thông qua quốc gia thứ 3 là Thổ Nhĩ Kỳ và một số nước châu Âu. Đây là yếu tố không những làm tăng chi phí xuất khẩu mà còn khiến người tiêu dùng Croatia ít biết đến thương hiệu hàng hóa của Việt Nam.

TỶ TRỌNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM SANG CROATIA SO VỚI THẾ GIỚI

Xếp hạng	Khu vực	Kim ngạch XK các nước/lãnh thổ vào Croatia năm 2020 (triệu USD)
	Thế giới	25.986,64
1	Đức	3.965,29
2	Ý	3.187,01
3	Slovenia	2.935,37

4	Hungary	2.021,88
5	Áo	1.714,19
6	Trung Quốc	1.213,41
...		
30	Hàn Quốc	63,53
...		
34	Bồ Đào Nha	35,42
35	Nhật Bản	35,25
36	Đài Loan	33,57
37	Việt Nam	32,84

Nguồn: Trademap, ITC, Geneva

Theo số liệu từ Trademap.org, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Croatia luôn trong đà tăng trưởng trong thời kỳ 4 năm 2016-2019, từ mức 27,54 triệu USD trong năm 2016 tăng vọt lên mức 37,83 triệu USD năm 2019, sau đó giảm xuống còn 32,84 triệu USD vào năm 2020 do tác động từ dịch Covid-19. Theo đà này, tỷ lệ gia tăng xuất khẩu theo từng năm mà Việt Nam xuất sang Croatia đạt trung bình là 5,46%. Trong đó, thời kỳ xuất khẩu tăng mạnh nhất là từ 2016 đến 2017, với tỷ lệ tăng vọt 25,35%; kể đến là từ năm 2018 đến 2019, với tỷ lệ tăng 10,61%.

Riêng trong năm 2020, tổng xuất khẩu của Việt Nam sang Croatia đạt mức 32,84 triệu USD, giảm 13,2% so với mức 37,83 triệu USD trong năm 2019. Nếu so với tổng kim ngạch nhập khẩu của Croatia trong năm 2020 (hơn 25,98 tỷ USD), Việt Nam chỉ chiếm một tỉ lệ khiêm nhường 0,13% và là đối tác thương mại thứ 37 trong tổng nhập khẩu của Croatia. Xét theo kim ngạch xuất khẩu, Việt Nam chính thức trở thành nước có lượng mặt hàng xuất khẩu lớn nhất trong khối các nước ASEAN sang Croatia. Các đối tác thương mại châu Á khác xếp trên Việt Nam gồm Đài Loan (33,57 triệu USD), Nhật Bản

(35,25 triệu USD) Hàn Quốc (63,53 triệu USD), Ấn Độ (127,58 triệu USD), Thổ Nhĩ Kỳ (413,08 triệu USD) và Trung Quốc (1.213,41 triệu USD).

➤ **Các mặt hàng xuất khẩu chính**

(triệu USD)	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng cộng	27,54	34,52	34,20	37,83	32,84
Quần áo và các hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS 62)	5,81	7,55	7,7	10,25	7,34
Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS 61)	3,14	5,93	7,88	9,95	7,13
Plastic và các sản phẩm bằng plastic (HS 39)	0,14	0,29	0,33	2,23	3,00
Đồ nội thất; bộ đồ giường, đệm, khung đệm, nệm... (HS 94)	1,3	2,8	1,82	2,36	2,63
Sắt và thép (HS 72)	0,06	0,02	0,2	0,09	1,85
Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng... (HS 85)	0,74	1,88	3,32	1,38	1,54
Giày, dép, ghê và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên (HS 64)	3,81	4,98	3,83	3,27	1,43
Cao su và các sản phẩm bằng cao su (HS 40)	0,04	0,09	0,22	0,81	1,3
Quả và quả hạch ăn được; vỏ quả thuộc họ cam quýt hoặc các loại dưa (HS 08)	0,86	0,62	0,94	1,12	1,26

Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng (HS 84)	1,43	1,13	0,78	0,76	0,96
--	------	------	------	------	------

TỶ TRỌNG NHẬP KHẨU CỦA VIỆT NAM TỪ CROATIA SO VỚI TRÊN THẾ GIỚI

Xếp hạng	Khu vực	Kim ngạch NK các nước/lãnh thổ từ Croatia năm 2020 (triệu USD)
	Thế giới	16.965,39
1	Đức	2.167,20
2	Ý	2.119,84
3	Slovenia	1.750,04
4	Bosnia & Herzegovina	1.455,22
5	Hungary	1.217,33
6	Áo	970,96
7	Serbia	908,61
8	Hoa Kỳ	521,26
9	Pháp	515,45
...		
47	Việt Nam	25,16

Nguồn: Trademap, ITC, Geneva

Theo số liệu từ Trademap.org, kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Croatia đạt đỉnh vào năm 2018 trong thời kỳ 5 năm 2016–2020. Theo đó, kim ngạch nhập khẩu tăng mạnh dần từ mức 26,34 triệu USD trong năm 2016 lên mức 33,02 triệu USD năm 2018. Sau đó, số liệu có xu hướng đi xuống và giảm còn 25,16 triệu USD vào năm 2020. Như vậy, tính từ năm 2016 đến năm 2020, tỷ lệ % mà Việt Nam gia tăng nhập khẩu từ Croatia đạt trung bình là -0,14%. Trong đó, thời kỳ nhập khẩu tăng mạnh nhất là từ năm 2017 đến năm 2018, với tỷ lệ tăng 20,26%; trong khi thời kỳ nhập khẩu giảm mạnh nhất là từ năm 2018 đến năm 2019 với tỷ lệ -17,64%.

Riêng trong năm 2020, tổng nhập khẩu của Việt Nam từ Croatia đạt mức 25,16 triệu USD, giảm 7,48% so với mức 27,2 triệu USD trong năm 2019. Nếu so với tổng kim ngạch xuất khẩu của Croatia trong năm 2020 (hơn 16,96 tỷ USD), Việt Nam chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ 0,1% và là đối tác thương mại thứ 47 trong hoạt động xuất khẩu của Croatia. Đem con số này so sánh tương quan với lượng xuất khẩu sang Croatia, có thể nhận thấy Croatia là một thị trường còn nhiều tiềm năng để khai thác, thể hiện qua các con số thặng dư liên tiếp của nước ta sang nước bạn trong 5 năm liên tục. Xét theo kim ngạch nhập khẩu, Việt Nam cũng là nước có lượng mặt hàng nhập khẩu lớn nhất trong khối các nước ASEAN từ Croatia. Các đối tác thương mại châu Á khác xếp trên Việt Nam gồm Nhật Bản (46,55 triệu USD), Ả Rập Saudi (49,72 triệu USD), Trung Quốc (96,99 triệu USD) và Thổ Nhĩ Kỳ (209,65 triệu USD).

➤ Các mặt hàng nhập khẩu chính

(triệu USD)	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng cộng	26,34	27,46	33,02	27,20	25,16
Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ; than từ gỗ (HS 44)	16,56	19,02	24,91	20,51	17,01
Chế phẩm từ ngũ cốc, bột, tinh bột hoặc sữa; các loại bánh (HS 19)	3,53	3,19	3,55	3,95	2,87
Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí; các bộ phận của chúng (HS 84)	1,36	1,91	1,62	0,74	2,07

Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng... (HS 85)	0,32	0,45	0,30	0,67	0,96
Phế liệu và phế thải từ ngành công nghiệp thực phẩm; thức ăn gia súc đã chế biến (HS 23)	0,21	0	0,03	0	0,82
Đồ uống, rượu và giấm (HS 22)	0	0	0,64	0,49	0,34
Vũ khí và đạn; các bộ phận và phụ kiện của chúng. (HS 93)	0	0	0,44	0,44	0,29
Plastic và các sản phẩm bằng plastic (HS 39)	0,01	0,1	0,01	0,02	0,26
Mũ và các vật đội đầu khác và các bộ phận của chúng (HS 65)	0,01	0	0	0	0,12
Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép (HS 73)	2,49	1,73	0,03	0	0,06

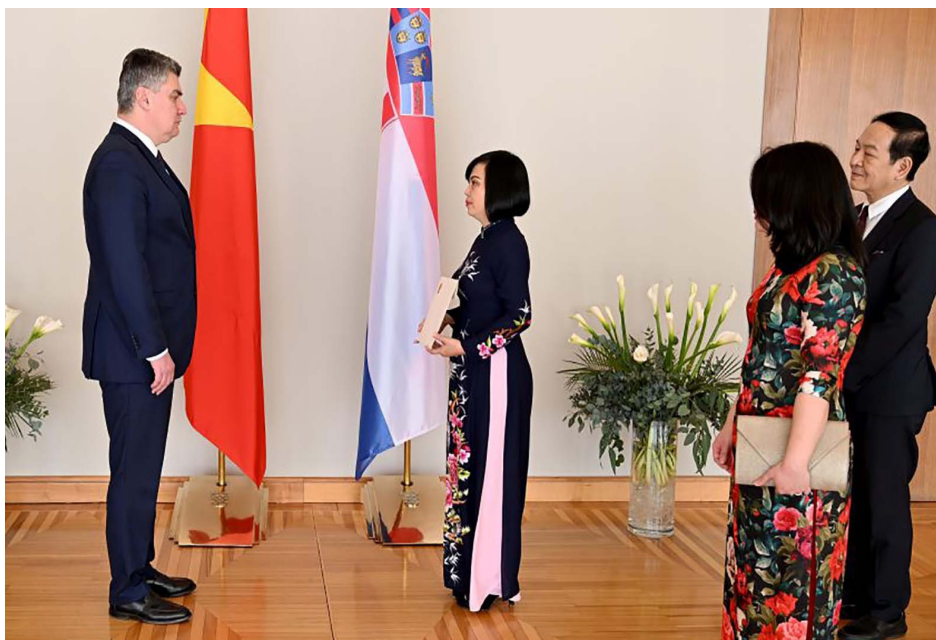
VIỆT NAM VÀ CROATIA TĂNG CƯỜNG HỢP TÁC SONG PHƯƠNG

Cộng hòa Croatia là quốc gia có vị trí địa lý ở ngã tư của Trung và Đông Nam Âu, giáp biển Adriatic, với thiên nhiên tươi đẹp, giàu tiềm năng về du lịch, lợi thế về cảng biển, điểm đến hấp dẫn của du khách châu Âu và thế giới.

Tại cuộc làm việc với Quốc vụ khanh Bộ Ngoại giao và châu Âu Croatia, Frano Matusić, Đại sứ Nguyễn Thị Bích Thảo trân trọng cảm ơn Chính phủ và nhân dân đã Croatia hỗ trợ vaccine giúp Việt Nam chống đại dịch COVID-19.

Hai bên cùng nhất trí với đánh giá Việt Nam và Croatia còn nhiều dư địa hợp tác. Việt Nam có nhiều thế mạnh về nông sản, thủy hải sản, may mặc, da giày, thiết bị điện tử, du lịch, cung ứng lao động... có thể đáp ứng nhu cầu của thị trường Croatia.

Trong điều kiện Chính phủ Croatia ủng hộ và thúc đẩy EU sớm công nhận hộ chiếu vaccine của Việt Nam, sẽ tạo thuận lợi cho doanh nghiệp và người dân hai bên giao lưu,



Đại sứ Nguyễn Thị Bích Thảo trình Thư ủy nhiệm lên Tổng thống Croatia Zoran Milanović.

tăng cường hiểu biết lẫn nhau và kết nối hợp tác.

Về phía Croatia, Quốc vụ khanh Frano Matusić đánh giá cao tiềm năng hợp tác giữa hai nước về kinh tế-thương mại, mong muốn các cảng biển Croatia sẽ là điểm đến của hàng hóa Việt Nam xuất khẩu vào thị trường Trung Âu và cho biết nhiều doanh nghiệp Croatia đang có nhu cầu về lao động.

Quốc vụ khanh khẳng định Croatia coi trọng việc thúc đẩy quan hệ hữu nghị truyền thống tốt đẹp với Việt Nam và đề nghị Bộ Ngoại giao hai nước sớm tiến hành Tham vấn chính trị để trao đổi các biện pháp cụ thể nhằm tăng cường hợp tác, giao lưu nhân dân, nhất là giữa thế hệ trẻ hai nước.

(Nguồn: Vietnam Plus)

VIỆT NAM VÀ CROATIA KÝ KẾT HIỆP ĐỊNH TRÁNH ĐÁNH THUẾ HAI LẦN

Hiệp định sẽ góp phần tạo môi trường pháp lý rõ ràng, ổn định và khuyến khích hoạt động đầu tư kinh doanh của doanh nghiệp hai nước...

Tháng 7/2018 tại Croatia, Thứ trưởng Bộ Tài chính Đỗ Hoàng Anh Tuấn vừa thay mặt Chính phủ Việt Nam cùng với ông Zdravko Marić, Bộ trưởng Bộ Tài chính Croatia thay mặt Chính phủ Croatia ký Hiệp định về tránh đánh thuế hai lần và ngăn ngừa việc trốn lậu thuế đối với các loại thuế đánh vào thu nhập.

Thứ trưởng Bộ Tài chính Đỗ Hoàng Anh Tuấn cho rằng, với tình hình quan hệ hợp tác giữa Việt Nam và Croatia, Hiệp định tránh đánh thuế hai lần giữa Việt Nam và Croatia được ký kết là minh chứng cụ thể cho sự hợp tác, đánh dấu bước tiến mới trong mối quan hệ giữa hai bên.

Hiệp định được ký kết sẽ góp phần tạo môi trường pháp lý rõ ràng, ổn định và phù hợp với chuẩn mực quốc tế, khuyến khích các hoạt động đầu tư kinh doanh của doanh nghiệp hai nước.

Trong khi đó, ông Zdravko Marić, Bộ trưởng Bộ Tài chính Croatia tin tưởng Hiệp định tránh đánh thuế hai lần là sự khởi đầu để từ đó hai bên thiết lập mối quan hệ gắn kết mạnh mẽ, mang lại lợi ích và sự thịnh vượng cho cả hai bên trong thời gian tới.

Được biết, Croatia là một trong hai nước cộng hòa có nền kinh tế phát triển nhất của Nam Tư trước đây. Kinh tế Croatia phát triển dựa vào một số ngành chủ yếu như du lịch, đóng tàu, chế tạo máy, khai thác và lọc dầu, vật liệu xây dựng... trong đó, du lịch là một nguồn thu ngoại tệ đáng kể với số thu 8-9 tỷ USD mỗi năm.

(Nguồn: VnEconomy)

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Hungary (kiêm nhiệm Croatia và Bosnia-Herzegovina)**

Địa chỉ: 1146 Budapest, XIV.Kerület Thököly u.41

Điện thoại: (+361) 342 5583, 342 9922

Fax: (+361) 3528798

Email: vp_budapest@yahoo.com; vp-budapest@mofa.gov.vn

Website: www.vnembassy-budapest.mofa.gov.vn

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Hungary (kiêm nhiệm Croatia và Bosnia-Herzegovina)**

Địa chỉ: 1146 Budapest, Thokoly Ut 41, Hungary

Điện thoại: +36 1 342 5583

Email: hu@moit.gov.vn

Fax: +36 1 352 8798

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI CROATIA

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng
04 – 06/3/2022	BEAUTY AND HAIR EXPO ZAGREB	Zagreb	Thời trang & Làm đẹp
01 – 04/12/2022	CroAGRO	Zagreb	Nông nghiệp & Lâm nghiệp
16 – 17/12/2022	International Scientific Conference On Economic And Social Development	Zagreb	Nghiên cứu & khoa học Ngân hàng & Tài chính
30/6 – 02/7/2022	Oncologic Imaging Course	Dubrovnik	Y tế & Dược phẩm
16 – 19/3/2022	Sajam Gast	Split	Đồ ăn & Đồ uống Dịch vụ khách hàng
23 – 27/3/2022	Zagreb Boat Show	Zagreb	Ô tô & Xe hơi Du lịch lữ hành

13 – 16/10/2022	Ambienta	Zagreb	Xây dựng công trình
01 – 02/4/2022	PAR International Leadership Conference	Rijeka	Dịch vụ kinh doanh Giáo dục & Đào tạo
26 – 29/4/2022	BIAM- International Machine Tools & Tool Fair	Zagreb	Kỹ thuật công nghiệp

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

