

VƯƠNG QUỐC BỈ

Thông tin thị trường



Trung tâm Hỗ trợ hội nhập quốc tế Thành phố Hồ Chí Minh

Tháng 7/2018

Mục lục

Lời nói đầu.....	2
I. Giới thiệu thị trường Bì	3
1.1 Thông tin chung	3
1.2 Kinh tế.....	3
1.3 Thương mại.....	5
II. Quan hệ thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Bì	6
2.1 Tình hình chung	6
2.2 Các mặt hàng chính.....	6
III. Một số lưu ý cho doanh nghiệp xuất khẩu	8
3.1 Yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu.....	8
3.2 Quy định về thuế.....	8
3.3 Thị hiếu người tiêu dùng.....	9
3.4 Văn hóa kinh doanh	9
3.5 Những địa chỉ hữu ích.....	11
Tài liệu tham khảo	12

Lời nói đầu

Bỉ là quốc gia có nền kinh tế phát triển, thu nhập bình quân đầu người cao. Người dân Bỉ có chất lượng sống rất tốt, được hưởng các dịch vụ giáo dục và chăm sóc sức khỏe hiện đại, và được phân loại vào nhóm "rất cao" trong chỉ số phát triển con người (HDI). Thị trường Bỉ có sự kết hợp đa dạng giữa cộng đồng người Flamands (gốc Hà Lan), người Wallons (gốc Pháp), và một cộng đồng nhỏ có gốc Đức. Đối với nhiều tập đoàn đa quốc gia, Bỉ được xem như một thị trường thử nghiệm thu nhỏ của châu Âu. Những sản phẩm được người Bỉ chấp nhận thì cũng sẽ bán được tại những thị trường khác trên toàn châu Âu. Do đó, nhiều doanh nghiệp đã chọn thị trường Bỉ làm "bệ phóng" trước khi thâm nhập vào lục địa châu Âu màu mỡ.

Việt Nam và Bỉ đã thiết lập quan hệ Ngoại giao vào ngày 22/3/1973. Trong suốt những năm qua, quan hệ chính trị, kinh tế, văn hóa giữa hai nước luôn diễn ra tốt đẹp. Kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Bỉ vẫn tiếp tục tăng trưởng qua từng năm. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đã đạt gần 2,7 tỷ USD trong năm 2017. Các mặt hàng giao dịch chính giữa hai nước bao gồm: giày dép các loại, hàng dệt may, cà phê, hàng thủy sản, dược phẩm, máy móc thiết bị, hóa chất.

Để hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam vào được thị trường Bỉ nói riêng và Liên minh châu Âu nói chung, doanh nghiệp phải đáp ứng nhiều tiêu chuẩn nghiêm ngặt về kỹ thuật, môi trường, an toàn và sức khỏe. Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) một khi được thực thi trong thời gian tới, sẽ mở ra nhiều cơ hội hợp tác thương mại mới những cũng đồng thời đặt ra nhiều thách thức cao hơn cho nhà xuất khẩu Việt Nam có ý định kinh doanh tại thị trường Bỉ.

Để doanh nghiệp có thể kịp thời nắm bắt tình hình và tự tin hơn khi tiến vào thị trường Bỉ, bài viết dưới đây sẽ cập nhật những thông tin nổi bật nhất về Vương quốc Bỉ, phân tích tình hình xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Bỉ trong những năm gần đây, giới thiệu các quy định về thuế quan, và nhiều thông tin hữu ích khác cho hoạt động kinh doanh tại thị trường này.

()Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) là Hiệp định thế hệ mới với mức độ cam kết sâu rộng giữa Việt Nam và 28 nước EU. Hai bên bắt đầu đàm phán Hiệp định từ tháng 6/2012 và kết thúc đàm phán vào tháng 12/2015. Để sớm ký kết và đưa EVFTA vào thực thi, đầu năm 2018, Việt Nam và EU đã thống nhất sẽ tách EVFTA thành hai hiệp định riêng biệt, gồm Hiệp định thương mại tự do và Hiệp định bảo hộ đầu tư. Chi tiết về EVFTA xin vui lòng tham khảo [tại đây](#).*

I. Giới thiệu thị trường Bỉ

1.1 Thông tin chung

Tên chính thức: Vương quốc Bỉ	Thủ đô: Brussels
Dân số: 11,4 triệu người (2017)	Diện tích: 30.528 km ²
Ngôn ngữ: Phổ biến là tiếng Hà Lan, Pháp.	Đồng tiền: Euro (EUR)
Chế độ chính trị: Chế độ quân chủ lập hiến, có Vua và Quốc hội	Khí hậu: Ôn đới hải dương, có lượng mưa đáng kể trong tất cả các mùa

Vương quốc Bỉ nằm ở khu vực Tây Âu, có biên giới giáp ranh với Đức và Hà Lan ở phía Bắc, Pháp và Luxembourg ở phía Nam, nằm ven bờ Biển Bắc (North Sea), ở phía bên kia bờ biển là Vương Quốc Anh.

Bỉ có hai cộng đồng ngôn ngữ chính: người Flamands ở phía Bắc, nói tiếng Hà Lan, và người Wallons, ở phía Nam nói tiếng Pháp. Phần lớn người dân Bỉ nói được cả hai thứ tiếng. Ngoài ra, vùng phía Đông đất nước có một bộ phận cư dân nói tiếng Đức (chiếm khoảng 1% dân số). Các cộng đồng ngôn ngữ này có đời sống văn hóa và sinh hoạt riêng của họ.

Tuy có diện tích nhỏ, những Bỉ lại được tọa lạc ở một vị trí vô cùng thuận lợi, ngay giữa trung tâm công nghiệp và đô thị quan trọng của Châu Âu, nơi hoạt động thương mại diễn ra nhộn nhịp, và nằm ngay cạnh Biển Bắc, một trong những vùng biển sầm uất nhất trên thế giới. Nhờ đó, Bỉ đã trở thành cầu nối quan trọng giữa các nền kinh tế hàng đầu bên trong lục địa châu Âu, và cũng là cửa ngõ cho hàng hóa của thế giới tiến vào thị trường châu Âu.

Bỉ là nơi đặt trụ sở của hơn 1700 công ty nước ngoài, 600 hãng báo chí quốc tế và 1100 đại diện các tổ chức quốc tế (theo VCCI). Thủ đô Brussels của Bỉ được mệnh danh là “trái tim của châu Âu”, là trụ sở chính của Liên minh Châu Âu (EU) và Tổ chức Hiệp ước Bắc Đại Tây Dương (NATO).

1.2 Kinh tế

Một số chỉ tiêu kinh tế cơ bản của Bỉ trong giai đoạn 2013 – 2017 như sau:

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2013	2014	2015	2016	2017
GDP danh nghĩa	Tỷ USD	521	531	455	468	493
GDP bình quân đầu người	USD	46.583	47.352	40.361	41.261	43.324
Tỷ lệ lạm phát trung bình	%	1,1	0,3	0,6	2,0	2,1
Tỷ lệ thất nghiệp	%	8,4	8,5	8,5	7,8	7,4
Dân số	Triệu người	11,2	11,2	11,3	11,3	11,4

(Nguồn: World Bank)

Với chỉ hơn 11 triệu dân, và GDP trên 490 tỷ USD, quy mô nền kinh tế Bỉ là tương đối nhỏ hơn so với các nước Tây Âu khác. Tuy nhiên, đây vẫn là một nền kinh tế rất hiện đại, mở cửa, và phát triển dựa trên các doanh nghiệp tư nhân.

Cuộc khủng hoảng tài chính năm 2009 đã tác động đáng kể đến hệ thống ngân hàng ở Bỉ. Từ năm 2013 đến nay, nền kinh tế Bỉ đã dần hồi phục nhưng với tốc độ khá chậm chạp. Trong những năm qua, chính phủ Bỉ đang tập trung áp dụng các chính sách nhằm khắc phục tình trạng thâm hụt ngân sách và giảm tỷ lệ thất nghiệp. Tỷ lệ nợ công/GDP của nước này vẫn đang ở mức khá cao (năm 2017 là 103,1%).

Cơ cấu	Nông nghiệp: 0,7%	Công nghiệp: 21,8%	Dịch vụ: 77,5%
Các ngành trọng điểm	Trồng ngô, khoai tây, lúa mạch, củ cải đường Chăn nuôi, sản xuất thịt bò, heo, cừu, gà tây	Chế biến thực phẩm, công nghệ vi sinh, lắp ráp ô tô, hàng không vũ trụ, dược phẩm.	Dịch vụ vận tải giao nhận – cảng biển, hàng không, đường bộ Du lịch, Bán lẻ, Dịch vụ tài chính.

(Nguồn: The World FactBook – năm 2017)

Nhóm ngành nông nghiệp: Hai ngành nông nghiệp chính ở Bỉ là trồng trọt và chăn nuôi. Từ thế kỷ trước, quy mô hoạt động của các ngành nông nghiệp đã suy giảm mạnh. Hiện tại, nhóm ngành này chỉ chiếm không tới 1% GDP. Các hoạt động nông nghiệp tập trung chủ yếu ở khu vực phía bắc của vùng Flanders.

Nhóm ngành công nghiệp: Bỉ có nhiều ngành công nghiệp truyền thống đã phát triển đến trình độ tiên tiến như: luyện kim (có từ thế kỷ 12), chế tạo cơ khí, hoá chất, dệt, thủy tinh, đầu máy xe lửa, điện, lọc dầu. Do có nguồn tài nguyên hạn hẹp, nên Bỉ phải nhập khẩu hơn 80% nguyên liệu thô để phục vụ cho các hoạt động sản xuất.

Sau cuộc cách mạng công nghiệp trong những năm 1970, đất nước này đã xuất hiện thêm nhiều ngành công nghiệp hiện đại như: chế biến thực phẩm, công nghệ vi sinh, lắp ráp ô tô, hàng không vũ trụ, dược phẩm. Hiện nay, các ngành công nghiệp truyền thống vẫn đang tồn tại ở vùng Wallonia, trong khi những ngành hiện đại đang tập trung ở vùng Flanders.

Nhóm ngành dịch vụ: Đây là nhóm ngành chủ lực của Bỉ, là đầu tàu thúc đẩy tăng trưởng cho cả nền kinh tế, chiếm 77,5% GDP, và tạo ra hơn 70% việc làm cho người lao động ở quốc gia này. Các ngành dịch vụ vận tải của Bỉ đã phát triển đến mức tối ưu. Do nằm ở vị trí trung tâm, Bỉ đã tập trung xây dựng các hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông (bao gồm đường bộ, thủy, đường sắt và hàng không), áp dụng nhiều công nghệ kỹ thuật hiện đại. Nhờ đó, việc vận chuyển hàng hóa và hành khách tại Bỉ luôn diễn ra một cách tiện lợi, nhanh chóng.

Các cảng biển quan trọng ở Bỉ bao gồm: Cảng Antwerp, Bruges-Zeebrugge, Ghent, Ostend. Các sân bay quốc tế bao gồm: Sân bay Brussels, Brussels South, Liege, Ostend và Antwerp.

Ngoài thế mạnh là các dịch vụ vận tải, những ngành như du lịch và kinh doanh bán lẻ cũng đang tăng trưởng mạnh mẽ, chiếm tỷ lệ ngày càng tăng trong GDP cả nước. Trong khi đó, các dịch vụ tài chính cũng tiếp tục mở rộng và thu hút thêm nhiều nguồn đầu tư nước ngoài.

1.3 Thương mại

Tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa hàng năm của Bỉ trong giai đoạn 2013 – 2017 như sau:

ĐVT: Tỷ USD

Năm	Tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa	Tổng giá trị nhập khẩu hàng hóa	Tổng kim ngạch XNK	Cán cân TM
2013	511,5	488,5	1.000,0	23,0
2014	472,2	452,8	925,0	19,4
2015	397,7	371,0	768,8	26,7
2016	398,0	372,7	770,7	25,3
2017	430,0	406,4	836,4	23,6

(Nguồn: www.trademap.org)

Từ 2013 đến 2015, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa của Bỉ đã giảm hơn 200 tỷ USD ở cả hai chiều xuất khẩu và nhập khẩu. Từ năm 2015 đến 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đã tăng trở lại, đạt 836,4 tỷ USD. Trong giai đoạn 2013 – 2017, Bỉ luôn duy trì cán cân ngoại thương ở mức thặng dư trên dưới 20 tỷ USD.

Hoạt động giao thương của Bỉ chủ yếu diễn ra với các nước EU (chiếm gần 80% giá trị xuất nhập khẩu). Những nước xuất khẩu chính trên thế giới vào thị trường Bỉ trong năm 2017 bao gồm: Hà Lan (thị phần 17,2%), Đức (13,8%), Pháp (9,5%), Mỹ (7,2%), Vương quốc Anh (4,8%). Việt Nam chỉ đứng thứ 29 trong danh sách các nước đối tác xuất khẩu vào Bỉ, chiếm thị phần 0,59%.

Trong năm 2017, các mặt hàng nhập khẩu chính của Bỉ, xét theo thứ tự giá trị kim ngạch giảm dần, bao gồm: Xe hơi, dầu hỏa, dược phẩm, máy móc cơ khí, máy vi tính, hóa chất hữu cơ, đồ nhựa, thiết bị điện tử, kim loại quý, sắt thép, thiết bị quang học, kỹ thuật, y tế...

II. Quan hệ thương mại hàng hóa giữa Việt Nam và Bỉ

2.1 Tình hình chung

Việt Nam đang được hưởng thuế quan ưu đãi theo chương trình Thuế quan ưu đãi phổ cập (GSP) giai đoạn 2014 – 2023. Theo đó, phần lớn hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Bỉ cũng như các nước EU khác sẽ được miễn thuế. Trong thời gian tới, khi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) được ký kết, việc tiếp cận ưu đãi các thị trường trong EU sẽ tiếp tục được duy trì sau khi chương trình GSP hết hiệu lực.

Tình hình thương mại hàng hóa giữa Bỉ và Việt Nam giai đoạn 2013 – 2017 diễn ra như sau:

ĐVT: Tỷ USD

Năm	Việt Nam xuất khẩu sang Bỉ	Việt Nam nhập khẩu từ Bỉ	Tổng kim ngạch XNK	Cán cân TM
2013	1,3	0,50	1,8	0,8
2014	1,8	0,52	2,3	1,3
2015	1,7	0,50	2,3	1,3
2016	2,0	0,48	2,4	1,5
2017	2,2	0,44	2,7	1,8

(Nguồn: Tổng hợp từ thống kê của Tổng Cục Hải Quan)

Trong giai đoạn 2013-2017, hoạt động xuất khẩu hàng hóa từ Việt Nam sang Bỉ phát triển mạnh mẽ, tăng trưởng đến 70%. Cũng trong giai đoạn này, giá trị nhập khẩu hàng hóa từ Bỉ sang Việt Nam giảm 12%. Việt Nam luôn đạt thặng dư thương mại to lớn với Bỉ. Tính đến cuối năm 2017, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước đạt gần 2,7 tỷ USD, trong đó, Việt Nam xuất siêu đến hơn 1,8 tỷ USD.

Năm 2017, Bỉ là thị trường xuất khẩu lớn thứ 8 của Việt Nam tại EU. Cũng trong năm 2017, Việt Nam là nước có giá trị hàng hóa xuất khẩu đến Bỉ cao thứ hai trong khu vực Đông Nam Á (sau Singapore).

2.2 Các mặt hàng chính

Chi tiết tình hình xuất nhập khẩu các mặt hàng chính giữa Việt Nam và Bỉ trong năm 2016 và 2017 như sau:

Đơn giá trị: triệu USD

Tên hàng hóa/Mặt hàng	2016			2017		
	Giá trị	Tỷ trọng	Tăng trưởng	Giá trị	Tỷ trọng	Tăng trưởng
HÀNG HÓA XUẤT KHẨU	1.967			2.255		
Giày dép các loại	825	42,0%	14,1%	908	40,3%	10,1%
Hàng dệt, may	201	10,2 %	9,1%	211	9,4%	5,0%
Cà phê	165	8,4%	33,1%	137	6,1%	-17,0%
Hàng thủy sản	124	6,3%	11,9%	165	7,3%	33,5%
Túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù	103	5,2%	-4,9%	103	4,6%	0%
HÀNG HÓA NHẬP KHẨU	476			442		
Dược phẩm	80	16,8%	-9,5%	76	17,2%	-5%
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác	68	14,3%	-29,5%	50	11,3%	-26%
Hóa chất	55	11,6%	84,0%	30	6,8%	-45%
Đá quý, kim loại quý và những sản phẩm tương tự	48	10,1%	-11,5%	45	10,2%	-6%

(*) Ghi chú: Tỷ trọng là phần trăm giá trị xuất khẩu của một mặt hàng trong tổng giá trị xuất khẩu. Tăng trưởng là tỷ lệ tăng trưởng so với năm liền kề

Nguồn: Tổng hợp từ thống kê của Tổng Cục Hải Quan

Cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Bỉ có tính bổ sung cho nhau. Việt Nam xuất khẩu các nhóm hàng hóa chủ lực của mình vào thị trường Bỉ như: giày dép các loại; hàng dệt, may; cà phê; hàng thủy sản; túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù. Ở chiều ngược lại, Việt Nam cũng tập trung nhập khẩu các sản phẩm mà Bỉ có thể mạnh như: dược phẩm; máy móc, thiết bị, dụng cụ, một số phụ tùng khác; hóa chất; đá quý, kim loại quý...

Giày dép là mặt hàng có giá trị xuất khẩu cao nhất từ Việt Nam sang Bỉ. Năm 2017, theo thống kê sơ bộ của Tổng Cục Hải Quan, hoạt động xuất khẩu giày dép vào thị trường Bỉ tiếp tục tăng trưởng 10,1% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 908 triệu USD. Bỉ là thị trường xuất khẩu giày dép lớn thứ 3 của Việt Nam, sau Mỹ và Trung Quốc (theo báo cáo Xuất nhập khẩu 2017).

Bên cạnh đó, Hiệp hội xuất khẩu thủy sản (VASEP) cho biết, Bỉ cũng luôn nằm trong top 3 thị trường xuất khẩu tôm của Việt Nam trong khối EU. Trong năm 2017, giá xuất khẩu tôm sang Bỉ chiếm khoảng 14% tổng giá trị xuất khẩu tôm Việt Nam sang EU và chiếm 3% tổng giá trị xuất khẩu tôm Việt Nam ra thế giới.

Bỉ là nước tiêu thụ tôm đứng thứ 11 thế giới, chiếm khoảng 3% tổng giá trị nhập khẩu tôm của toàn cầu. Nhu cầu nhập khẩu tôm của Bỉ khá ổn định, trung bình khoảng 50 nghìn tấn mỗi năm. Năm 2017, giá trị xuất khẩu tôm Việt Nam sang Bỉ đạt trên 121 triệu USD, tăng 52% so với năm 2016.

III. Một số lưu ý cho doanh nghiệp xuất khẩu

3.1 Yêu cầu về tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng hóa nhập khẩu

Yêu cầu pháp lý:

Vì là một thành viên của EU, Bỉ không áp dụng riêng các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, an toàn vệ sinh thực phẩm và kiểm dịch động thực vật mà sử dụng các quy định chung của EU làm căn cứ để xác định chất lượng, tính hợp pháp của những sản phẩm nhập khẩu.

Yêu cầu thị trường:

Ngoài các quy định pháp lý, hàng hóa xuất khẩu vào thị trường Bỉ và EU còn phải đáp ứng một số hệ thống tiêu chuẩn riêng, tuy không mang tính bắt buộc, nhưng vẫn được xem là điều kiện tiên quyết để có thể tham gia vào thị trường này. Bao gồm:

- Tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm: Chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng ISO 9000 là một yêu cầu phổ biến đối với các doanh nghiệp sản xuất/xuất khẩu. Ngoài ra, trong ngành thực phẩm, những hệ thống quản lý chất lượng có uy tín là HACCP, GLOBAL G.A.P.
- Tiêu chuẩn môi trường: Các tiêu chuẩn phổ biến bao gồm Nhãn sinh thái EU-Ecolabel, Hệ thống quản lý môi trường ISO 14001;
- Tiêu chuẩn lao động: Tiêu chuẩn SA8000 được các nước EU chấp nhận rộng rãi. SA8000 (Social Accountability) là một hệ thống các tiêu chuẩn dùng để đánh giá mức độ quan tâm của doanh nghiệp đối với quyền lợi của người lao động.

3.2 Quy định về thuế

- Thuế nhập khẩu: Bỉ áp dụng thuế xuất nhập khẩu theo quy định chung của EU
- Thuế giá trị gia tăng (VAT): Bỉ áp dụng hệ thống thuế VAT riêng với từng loại mặt hàng, dịch vụ cụ thể. Tỷ lệ 21% là mức VAT tiêu chuẩn, áp dụng cho tất cả các hàng hóa và dịch vụ. Hai mức giảm là 12% và 6%:

+ Tỷ lệ 12%: áp dụng đối với một số hàng hóa và dịch vụ nhất định, chẳng hạn như: mua sắm bất động sản mới (công trình xây dựng mới); nhà ở xã hội; các dịch vụ nhà hàng (không bao gồm đồ uống); một số sản phẩm năng lượng (than, than non, than cốc); một số loại thuốc trừ sâu, phân bón, một số loại lốp xe và ống dẫn dùng trong nông nghiệp...

+ Tỷ lệ 6%: áp dụng cho một số loại thực phẩm thiết yếu; dược phẩm, thiết bị y học; sách điện tử, báo và tạp chí định kỳ (với một số trường hợp ngoại lệ nhất định); dịch vụ chuyên chở hành khách; dịch vụ khách sạn; vé tham dự sự kiện văn hóa, thể thao, vé vào công viên; các dịch vụ sửa chữa nhỏ (sửa xe đạp, giày, đồ da, quần áo); một số dịch vụ xã hội khác...

- Trường hợp được miễn VAT: Một số loại tạp chí, báo hàng ngày và hàng tuần; vật liệu tái chế; một số dịch vụ vận chuyển bằng đường tàu và đường không; dịch vụ chăm sóc sức khỏe (trừ một số loại hình thuật thẩm mỹ); dịch vụ xã hội, giáo dục, thể thao, văn hóa; dịch vụ ngân hàng, tài chính, bảo hiểm; mua bán nhà đất; cho thuê tài sản...

- Thuế tiêu thụ đặc biệt: được đánh vào những loại sản phẩm bị coi là “hàng xa xỉ”, như thuốc lá, nước hoa, các sản phẩm rượu cồn, và một số sản phẩm khác theo quy định của Vương quốc Bỉ.

3.3 Thị hiếu người tiêu dùng

Do có quy mô thị trường nhỏ, thành phần dân cư đa dạng, và lại nằm ở vị trí cửa ngõ trung tâm, Vương quốc Bỉ thường được xem là một thị trường thử nghiệm khởi đầu cho những doanh nghiệp muốn thâm nhập vào các thị trường tại châu Âu. Theo báo cáo từ trang Santander Trade Portal, thị hiếu của người tiêu dùng Bỉ có những đặc điểm chính như sau:

- Mức độ vệ sinh an toàn của sản phẩm là yếu tố hàng đầu chi phối các quyết định mua sắm.

- Khách hàng Bỉ ưa chuộng những sản phẩm có giá trị thực tiễn cao, cung cấp cho họ những lợi ích tương xứng với giá tiền mà họ bỏ ra.

- Người Bỉ cũng đặc biệt quan tâm đến những tác động của sản phẩm đối với môi trường.

- Mua sắm online đã trở thành một trào lưu tại Bỉ. Hơn ba phần tư khách hàng Bỉ chọn giải pháp mua hàng qua mạng Internet. Theo ước tính của trang Santander Trade Portal, doanh số bán hàng qua mạng tại Bỉ năm 2017 là trên 7 tỷ Euro.

- Khi mua hàng qua các kênh online, khách hàng Bỉ quan tâm nhiều đến tính đa dạng của sản phẩm, mức độ tiện lợi của dịch vụ đặt hàng và giao hàng, chất lượng của các dịch vụ hậu mãi và độ đơn giản của hệ thống thanh toán. Người Bỉ đặc biệt ưa chuộng những nhà bán hàng có chính sách đổi trả linh hoạt, không phức tạp.

3.4 Văn hóa kinh doanh

Về cơ bản, người Bỉ là những người rất lịch thiệp và tinh tế. Họ luôn coi trọng hình thức bên ngoài và quan tâm đến ấn tượng mà họ gây ra cho người khác, bất kể là trong công việc kinh

doanh hay đời sống xã hội. Dưới đây là một vài nguyên tắc hữu ích giúp phát triển các mối quan hệ kinh doanh với đối tác người Bỉ:

Chào hỏi

Một câu chào cùng với cái bắt tay nhẹ là cách chào hỏi thông dụng giữa những người mới quen biết nhau. Với những đối tác thân thiết lâu năm, hành động hôn lên hai bên gò má là cách chào hỏi phổ biến giữa hai người khác giới. (Cần lưu ý là bạn chỉ được phép “hôn gió”, không chạm môi trực tiếp lên gò má người đối diện).

Giao tiếp – Đàm phán

Bạn cần phải tỏ ra lịch thiệp khi tự giới thiệu về bản thân. Nên xưng hô các chức danh (Tiến sỹ, giáo sư, vv...) cả trong thư tín và trong các cuộc gặp gỡ trực tiếp.

Người Bỉ rất cẩn trọng và khôn ngoan. Phải mất rất nhiều thời gian trước khi họ thực sự tin tưởng người đối diện.

Mặc dù ngôn ngữ chính là tiếng Pháp, Hà Lan, nhưng nhiều người Bỉ vẫn có thể thực hiện các cuộc thảo luận kinh doanh bằng tiếng Anh một cách trôi chảy.

Họ thường nói về các vấn đề một cách tình tế thay vì nói trực tiếp. Đối với họ, sự tinh tế là biểu hiện cho trí thông minh. Họ cũng cho rằng việc tỏ thái độ đối đầu trong đàm phán là một hành động thô lỗ.

Họ thường thực hiện những cuộc thảo luận kéo dài và sâu rộng trước khi đưa ra một quyết định cuối cùng, vì họ muốn đảm bảo rằng mình đã cân nhắc kỹ lưỡng mọi phương án thay thế.

Bữa ăn

Người Bỉ tin rằng, những bữa ăn xã giao cũng là một nhân tố quan trọng cho quá trình xây dựng mối quan hệ kinh doanh tốt đẹp. Hơn nữa, họ ưa thích những món ăn ngon, và ở bất kỳ vùng nào của Bỉ cũng có những nhà hàng tốt để lựa chọn.

Bữa ăn xã giao là cơ hội tốt để hai bên bàn về các vấn đề kinh doanh một cách cởi mở, trong một bầu không khí dễ chịu. Không giống như những người Pháp lảng giềng, chỉ nói về vấn đề công việc một cách ngắn gọn vào giai đoạn cuối bữa ăn, người Bỉ sẵn sàng thảo luận các vấn đề trong suốt buổi ăn trưa hoặc ăn tối.

Bữa ăn xã giao cũng là cơ hội để các bên xây dựng lòng tin và tìm hiểu rõ hơn về phía đối tác.

Quà tặng

Người Bỉ không có thói quen tặng quà trong quan hệ kinh doanh. Nếu bạn muốn tặng họ một món quà như lời cảm ơn sau khi đàm phán thành công, bạn chỉ nên chọn những món quà nhỏ, khiêm tốn. Bạn không nên tặng những thứ quá riêng tư hoặc có giá trị lớn, vì họ có thể xem đó là hành động xúc phạm.

Nếu được mời tham dự một bữa ăn tại nhà, bạn nên mang theo phần quà là một giỏ hoa hoặc chocolate (không nên mang rượu) để cảm ơn chủ nhà. (Lưu ý: Không được tặng hoa cúc trắng vì nó tượng trưng cho cái chết). Số cây hoa mà bạn tặng nên là số lẻ, và không phải là 13 cây. Bạn chỉ tặng rượu cho những người cực kỳ thân thiết.

Người Bỉ có thông lệ là sẽ mở quà ngay trước mặt người tặng. Nếu bạn được người Bỉ tặng quà, bạn cũng nên mở quà trước mặt họ để bày tỏ thái độ cảm ơn.

3.5 Những địa chỉ hữu ích

Đại sứ quán Bỉ tại Việt Nam

Tầng 9 - Tháp Hà Nội - 49 Hai Bà Trưng

Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội

Điện thoại: +84 (24) 393 46 179

Fax: +84 (24) 393 46 183

Email: hanoi@diplobel.fed.be

Đại sứ quán Việt Nam tại Bỉ

Địa chỉ: 01 Boulevard Gesnesneeral Jacques, 1050 Bruxelles.

Điện thoại: +32-(0)2-3792737. Fax: +32-(0)2-3749376.

E-mail: vnemb.brussels@skynet.be

Thương vụ Việt Nam tại Bỉ

Địa chỉ: 40 Kommandant Lothairelaan 1040 Etterbeek Belgium

Điện thoại: +32 23 11 89 76

Fax: (+32)2 347 0335 Email: be@mot.gov.vn , vietrade.brussels@skynet.be

Cục Doanh nghiệp Brussels (Brussels Enterprises Agency)

Chaussée de Charleroi 110 - Charleroisesteenweg 110, 1060 Brussels

Reception : Tel. + 32 2 422 00 20

Fax + 32 2 422 00 43

E-mail : info@impulse.irisnet.be

Tài liệu tham khảo

1. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2016, Niên giám thống kê Hải quan về hàng hóa xuất nhập khẩu Việt Nam, 107 trang.
2. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2018, Nhập khẩu nước/vùng lãnh thổ - mặt hàng chủ yếu tháng 12 năm 2017, 21 trang.
3. Tổng cục hải quan Việt Nam, 2018, Xuất khẩu nước/vùng lãnh thổ - mặt hàng chủ yếu tháng 12 năm 2017, 26 trang.
4. Bộ công thương Việt Nam, 2018, Báo cáo xuất nhập khẩu năm 2017, Nhà xuất bản ộ công thương, 191 trang.
5. Cơ sở dữ liệu của Ngân hàng thế giới (WB), 7/2018,
<https://data.worldbank.org/country/Belgium>
6. Central Intelligence Agency, The World FactBook, 7/2018,
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/be.html>
7. Bộ Ngoại giao Việt Nam, 7/2018,
http://www.mofahcm.gov.vn/vi/mofa/cn_vakv/euro/nr040819111025/ns180212100250
8. Nations Encyclopedia, Belgium - Economic sectors, 7/2018,
<http://www.nationsencyclopedia.com/economies/Europe/Belgium-ECONOMIC-SECTORS.html>
9. World's Top Imports, Belgium's Top 10 Imports, 7/2018,
<http://www.worldstopexports.com/belgiums-top-10-imports/>
10. PWC Worldwide Tax Summaries, Belgium, 7/2018,
<http://taxsummaries.pwc.com/ID/Belgium-Corporate-Other-taxes>
11. International Business Culture and Business Etiquette, Belgium, 7/2018,
<http://businessculture.org/western-europe/business-culture-in-belgium/>
12. Santander Trade Portal, Belgium: reaching the consumer, 7/2018,
<https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/belgium/reaching-the-consumers>