BG SI

Служба по търговско-икономически въпроси
Любляна

DOING BUSINESS IN SLOVENIA

Практически наръчник
за българските компании

2026



Посолство на
Република България в
Словения



BGOSI



СЪДЪРЖАНИЕ

Структура на наръчника и основни теми



1. ВЪВЕДЕНИЕ 4

2. ПАЗАРНА СРЕДА И ИКОНОМИЧЕСКА КАРТИНА 10

3. УСТАНОВЯВАНЕ И ПЪРВИ СТЪПКИ НА ПАЗАРА 15

4. ДАНЪЦИ, ПРОВЕРКА И ПОДГОТОВКА ЗА СДЕЛКА 22

5. ПРИЛОЖИМИ НАСОКИ ЗА ПАЗАРНО ПРИСЪСТВИЕ 29

6. СЕКТОРНИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС 35

7. ЛОГИСТИКА И ОПЕРАТИВНО ПРИСЪСТВИЕ 42

8. СЛОВЕНИЯ КАТО РЕГИОНАЛЕН ЦЕНТЪР 49

9. БЪЛГАРИЯ И СЛОВЕНИЯ В ЧИСЛА 54

10. КОНТАКТИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНА ПОДКРЕПА 60

ГЛАВА 01

ВЪВЕДЕНИЕ

Каква е целта на наръчника, за кого е създаден и как да се използва най-практично.

Този наръчник е изготвен от Службата по търговско-икономически въпроси в Любляна като практичен инструмент за български компании, които проучват словенския пазар, търсят партньори, планират доставки или обмислят по-трайно присъствие в страната. Целта му е да събере на едно място основната информация, необходима за по-добра подготовка и по-уверени бизнес решения.

Фокусът е върху реалната бизнес логика: какви са особеностите на средата, кои са ключовите административни и данъчни теми, как да се подходи към първи контакт, какво да се провери предварително и къде са най-практичните възможности за позициониране. Наръчникът не замества индивидуалната консултация, а помага да се спести време, пропуски и ненужни начални разходи.



ЗА КОГО Е ПОЛЕЗЕН

- производствени и износно ориентирани компании
- фирми, които търсят дистрибутор или местен партньор
- компании, подготвящи първи разговори и срещи
- инвеститори и доставчици на услуги

КАК ДА ГО ИЗПОЛЗВАТЕ

1. Прегледайте главите по ред, ако сте в начален етап.
2. Използвайте тематично, ако вече знаете какъв тип дейност планирате.
3. Отбелязвайте темите, за които ще ви е нужна местна проверка.
4. Съпоставяйте информацията с конкретния си бизнес модел.

КАКВО ЩЕ НАМЕРИТЕ ВЪТРЕ

- пазарна логика и среда
- данъци, ДДС и трудов пазар
- сектори, логистика и полезни контакти

> Добрата подготовка съкращава пътя до правилния партньор.

ГЛАВА 01

КАК ДА ИЗПОЛЗВАТЕ ТОЗИ НАРЪЧНИК

Практичен маршрут за това коя информация да отворяте първо и как да я превръщате в действие.

КАК ДА РАБОТИТЕ С ИНФОРМАЦИЯТА

ЧЕТЕТЕ ЦЕЛЕНАСОЧЕНО
Започнете с темите, които са най-важни за вашата цел и сектор.

СРАВНЯВАЙТЕ И ОЦЕНЯВАЙТЕ
Съпоставяйте опциите и възможностите, като преценявате плюсове, минуси и рискове.

ПРИЛАГАЙТЕ НА ПРАКТИКА
Използвайте практическите съвети и примери, за да превърнете информацията в конкретни действия.

АКТУАЛИЗИРАЙТЕ РЕДОВНО
Проверявайте за промени в законодателството, данъчните правила и пазарните условия.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕН РЕД

01 УТОЧНЕТЕ ЦЕЛТА СИ
Определете бизнес целта, сектора и очакваните резултати.

02 ПРЕГЛЕДАЙТЕ СРЕДАТА
Разберете пазара, законовата рамка и ключовите предимства на Словения.

03 ПРОВЕРЕТЕ ФОРМАТА НА ДЕЙНОСТ И ДАНЪЧНАТА РАМКА
Изберете подходяща правна форма и се запознайте с данъците и задълженията.

04 ОЦЕНЕТЕ ПАЗАРА И ПАРТНЬОРИТЕ
Установете потенциални клиенти, доставчици и партньори.

05 ПЛАНИРАЙТЕ СЛЕДВАЩАТА СТЪПКА И ТЕСТВАЙТЕ ПАЗАРА
Свържете се с партньори, планирайте срещи или посещение и тествайте пазара.

ПРЕДИ ПЪРВИ КОНТАКТ

- Ясно формулирайте целта и очакваните резултати от контакта.
- Подгответе кратко представяне на компанията и предимствата си.
- Определете какво предлагате и каква стойност носите.
- Проучете партньори и пазара в Словения.
- Подгответе конкретни въпроси и следващи стъпки.



> Доброто планиране спестява време и разходи и създава доверие още от първия контакт.

Словения предлага правилната комбинация от сигурност, близост и практичност. Подгответе се добре, действайте последователно и страната ще отвори врата за растеж.

ГЛАВА 01

ПАЗАРНА ЛОГИКА И КРАТЪК ОРИЕНТИР

Бърза рамка за това как работи словенската среда и с каква настройка българската фирма влиза най-успешно.

Словения е малък, но силно конкурентен пазар в сърцето на ЕС. Клиентите търсят партньори, които работят предвидимо, спазват срокове и предлагат доказуемо качество. Решенията се вземат на база стойност, надеждност и официална документация – цената е важна, но не е единственият критерий.

Успехът идва чрез ясна стойностна полза, добър продукт и безупречна роля на изпълнение: бърза реакция, прозрачни процеси, точни доставки и професионална комуникация. Подгответе се по стандартите на пазара и стъпвайте с малки, конкретни стъпки – така се изграждат дългосрочни партньорства.

Словения предлага стабилна среда, близост до ключови пазари и процеси на световно ниво. Добрата подготовка прави разликата.



КАКВО ДА ОЧАКВАТЕ

- Предвидима и стабилна бизнес среда с ясни правила.
- Клиенти с високи изисквания към качество, срокове и комуникация.
- Пазарът е отворен, но компактен – нужни са фокус и специализация.
- Сектори със силна технологична, експортна ориентация и иновации.

КЪДЕ Е СИЛАТА

- В качество, инженерни решения и надеждност.
- В гъвкавост, адаптация и бърза реакция.
- В ясна документация, сертифицирани процеси и проследяемост.
- В партньорски подход и дългосрочно мислене.

КАКЪВ ПОДХОД РАБОТИ

- Подготовка и доказателства: референции, данни и тестови резултати.
- Локализация и представяне на стойността и ползата.
- Пилотни проекти – малък старт, измерими резултати, мащабиране.
- Постепенно разширяване на обхват и отношения.

КАКЪВ РИСК ДА ИЗБЕГНЕТЕ

- Подценяване на стандартите и изискванията.
- Недостатъчна документация и проследяемост.
- Нереалистични срокове и обещания без капацитет.
- Конкуриране само с цена без ясно ценностно предложение.

НА ПРАКТИКА

- Определете ясна ценностна полза и комуникирайте я за клиента и неговия сектор.
- Подгответе базов партньорски пакет – профил, референции, сертификати, технически данни и примери.
- Тествайте пазара с пилотен проект и съберете обратна връзка за следващи стъпки.

ГЛАВА 01

ЗАЩО СЛОВЕНИЯ Е ПРАКТИЧЕН ИЗБОР

Стабилна среда, стратегическо местоположение и надеждни партньорства – всичко необходимо за устойчив бизнес растеж.

Словения е малък, но силно конкурентен пазар в сърцето на ЕС. Клиентите търсят партньори, които работят предвидимо, спазват срокове и предлагат доказуемо качество. Решенията се вземат на база стойност, надеждност и официална документация – цената е важна, но не е единственият критерий.

Успехът идва чрез ясна стойностна полза, добър продукт и безупречна роля на изпълнение: бърза реакция, прозрачни процеси, точни доставки и професионална комуникация. Подгответе се по стандартите на пазара и стъпвайте с малки, конкретни стъпки – така се изграждат дългосрочни партньорства.









КАКВО ДА ОЧАКВАТЕ

- Предвидима и стабилна бизнес среда с ясни правила.
- Клиенти с високи изисквания към качество, срокове и комуникация.
- Пазарът е отворен, но компактен – нужни са фокус и специализация.
- Секторни със силна технологична, експортна ориентация и иновации.

КЪДЕ Е СИЛАТА

- В качество, инженерни решения и надеждност.
- В гъвкавост, адаптация и бърза реакция.
- В ясна документация, сертифицирани процеси и проследяемост.
- В партньорски подход и дългосрочно мислене.

КАКЪВ ПОДХОД РАБОТИ

- Подготовка и доказателства: референции, данни и тестови резултати.
- Локализация и представяне на стойността и ползата.
- Пилотни проекти – малък старт, измерими резултати, мащабиране.
- Постепенно разширяване на обхват и отношения.

КАКВО ПЕЧЕЛИ БЪЛГАРСКАТА ФИРМА

Достъп до платежоспособни клиенти в ЕС, прозрачна и предвидима среда, възможност за дългосрочни партньорства и устойчив растеж на международните пазари.

КАКЪВ РИСК ДА ИЗБЕГНЕТЕ

- Подценяване на стандартите и изискванията.
- Недостатъчна документация и проследяемост.
- Нереалистични срокове и обещания без капацитет.
- Конкуриране само с цена без ясно ценностно предложение.

НА ПРАКТИКА

1. Определете ясна ценностна полза и комуникирайте я за клиента и неговия сектор.
2. Подгответе базова партньорски пакет – профил, референции, сертификати, технически данни и примери.
3. Тествайте пазара с пилотен проект и съберете обратна връзка за следващи стъпки.

ГЛАВА 01

КАКВО ДА ПОДГОТВИТЕ ПРЕДИ ПЪРВАТА СРЕЩА

Минималният пакет, с който българската фирма влиза по-убедително в първи разговор или пазарно проучване.



ПОДГОТВЕТЕ ЗАДЪЛЖИТЕЛНО

01 ЯСНО ПРЕДСТАВЯНЕ НА КОМПАНИЯТА

Кратък профил: кой сте, какво правите, основни пазари, опит и ключови предимства.

02 КОНКРЕТНО ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Какво предлагате за конкретния пазар/клиент, как решавате техен проблем и каква е ползата.

03 РЕФЕРЕНЦИИ И ДОКАЗАТЕЛСТВА

Реализирани проекти, клиенти, сертификати, партньорства и награди.

04 ПРОДУКТОВА/УСЛУГОВА ИНФОРМАЦИЯ

Технически спецификации, стандарти, опции за персонализация и ключови диференциатори.

05 ЛОГИСТИКА И ОБСЛУЖВАНЕ

Срокове, капацитет, логистични решения, следпродажбено обслужване и гаранции.

06 ОСНОВНИ ТЪРГОВСКИ УСЛОВИЯ

Плащане, минимални количества, инкотермс, валидност на офертата и валута.

ДОБРА ПРАКТИКА

Фокус върху клиента

Покажете, че разбирате неговия пазар, предизвикателства и цели.

Ясно и стегнато

Използвайте кратки послания, визуално подредени и лесни за сканиране материали.

Доказвайте с факти

Подкрепяйте твърденията си със конкретни резултати, сертификати и цифри.

Подгответе въпроси

Покажете интерес и желание да разберете нуждите на партньора.

ЧЕСТИ НАЧАЛНИ ГРЕШКИ

Общи и недиференцирани послания

Презентации, които бъха насочени на всеки пазар и партньор.

Прекалено много, твърде технически

Твърде детайлна информация, която затруднява разбирането на ползата.

Липса на доказателства

Твърдения без реални примери, референции или измерими резултати.

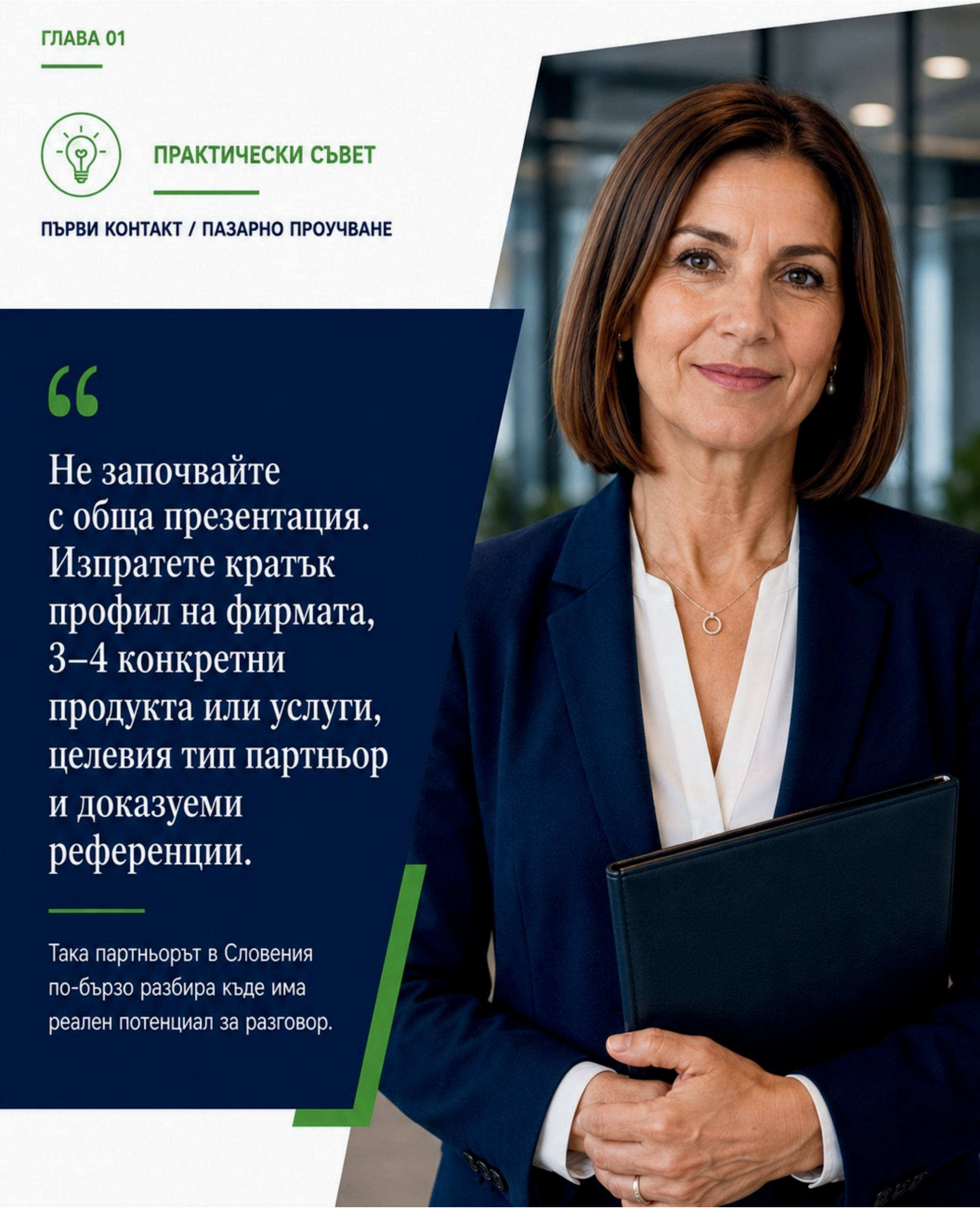
Неясни условия

Липса на базова информация за срокове, плащания и логистика.

ГЛАВА 01

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПЪРВИ КОНТАКТ / ПАЗАРНО ПРОУЧВАНЕ



> Не започвайте с обща презентация. Изпратете кратък профил на фирмата, 3–4 конкретни продукта или услуги, целевия тип партньор и доказуеми референции.

Така партньорът в Словения по-бързо разбира къде има реален потенциал за разговор.

ГЛАВА 02

ПАЗАРНА СРЕДА И ИКОНОМИЧЕСКА КАРТИНА



Тази глава представя основните характеристики на словенския пазар, икономиката и ключовите практически ориентири, които помагат на българските компании да вземат информирани решения и да навлязат успешно.

ОТВОРЕНА И ИЗНОСНО ОРИЕНТИРАНА ИКОНОМИКА

Словения е силно зависима от износа и активен участник в международната търговия.

ЧЛЕНСТВО В ЕС, ЕВРОЗОНАТА И ШЕНГЕН

Осигурява стабилна правна рамка, свободно движение на стоки, услуги, капитали и хора.

СИЛЕН ПРОИЗВОДСТВЕН И ЛОГИСТИЧЕН ПРОФИЛ

Развита индустрия с фокус върху високотехнологични сектори и отлична свързаност с ключови пазари.

ПРЕДВИДИМА СРЕДА С ВИСОКИ СТАНДАРТИ

Прозрачни институции и благоприятна бизнес среда, основана на върховенството на закона.

> Словения предлага стабилна, предвидима и конкурентна среда, която създава реални възможности за устойчим бизнес растеж.

СЛОВЕНИЯ В ЧИСЛА

Ключови макроикономически показатели и тенденции.

ИКОНОМИЧЕСКА КАРТИНА

Структура на икономиката, сектори с потенциал и перспективи.

БИЗНЕС СРЕДА

Регулаторна рамка, данъци, подкрепа за инвеститори и административни процедури.

ПРАКТИЧЕСКИ ОРИЕНТИРИ

Полезни насоки за навлизане на пазара и установяване на бизнес присъствие.

ГЛАВА 02

СЛОВЕНИЯ В ЧИСЛА

Ключови ориентири за размера, структурата и отвореността на пазара.



- Население: около 2,1 млн.
- Валута: евро (EUR)
- Достъп: ЕС, еврозона и Шенген
- Стратегическо разположение между Италия, Австрия, Унгария и Хърватия
- Морски излаз чрез пристанище Копер
- Компактна държава с добра свързаност и висока добавена стойност в индустрията и услугите



Словения е малка по площ, но високоразвита икономика, която комбинира предимствата на членството си в ЕС, еврозоната и Шенген с отвореност към международната търговия. Страната поддържа стабилна макроикономическа среда, конкурентни данъци и ефективна администрация, което я превръща в привлекателна дестинация за индустриални, логистични и бизнес услуги.

Словения е силно интегрирана в европейските вериги за създаване на стойност. Индустрията е технологично ориентирана и експортно накочена, със силни позиции в автомобилостроенето, машиностроенето, електрониката, фармацията и ИКТ сектора. Услугите – включително логистика, финансови дейности и информационни услуги – допринасят значително за икономическия растеж и заетостта.

ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЧИТ

- Бърз достъп до над 500 млн. потребители в ЕС чрез развита транспортна инфраструктура.
- Възможности за партньорства и кооперииране с конкурентни местни производители и иновативни компании.
- Предвидима бизнес среда, стабилни правила и висока институционална надеждност.

БВП (номинален, 2024)

≈ 70 млрд. евро

≈ 34 000 евро на човек

Структура на БВП (2023)



Стокообмен (2024)

Износ: ≈ 54 млрд. евро

Внос: ≈ 57 млрд. евро

Отворена икономика: ≈ 176% от БВП

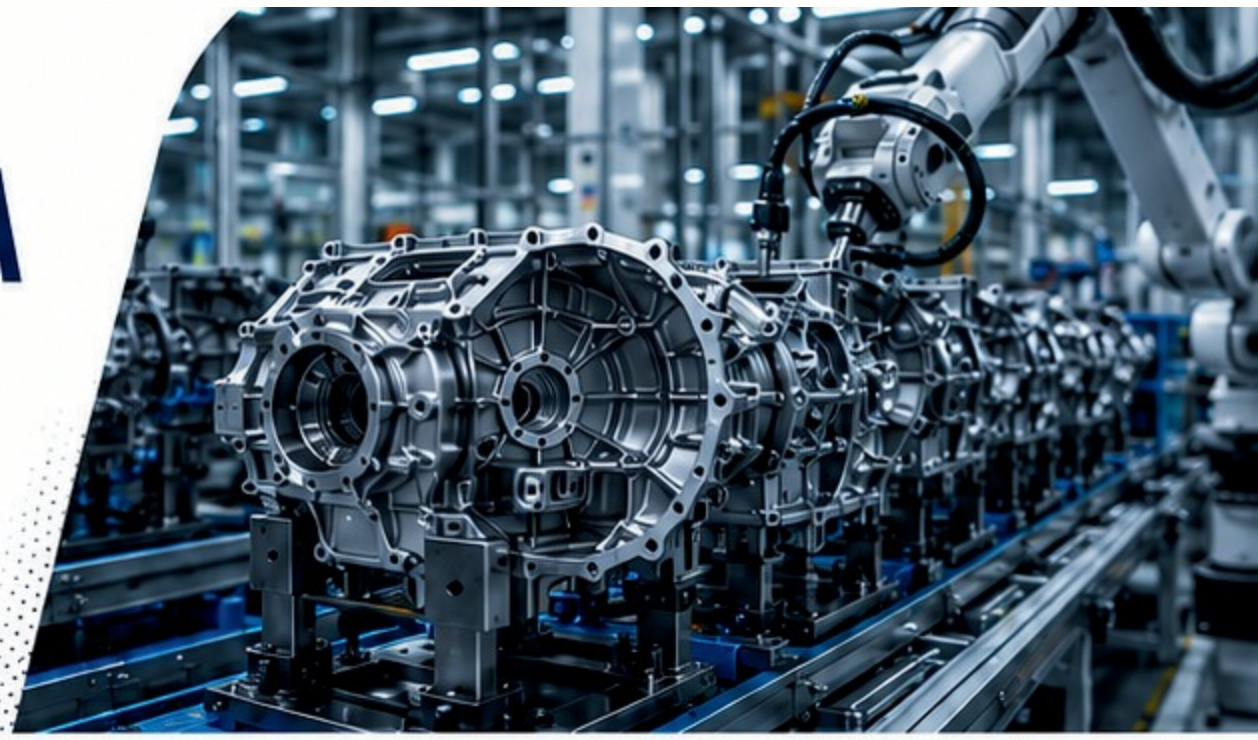
БВП на човек (2024)

≈ 34 000 евро

номинално

ГЛАВА 02

ИКОНОМИЧЕСКА КАРТИНА



Основни двигатели на растежа, индустрията, износа и вътрешното търсене.

Словения е стабилна и конкурентна пазарна икономика с висок доход на глава от населението и ниска безработица. Страната съчетава силна индустриална база, развите бизнес услуги и висока степен на интеграция в европейските вериги за добавена стойност. Членството в ЕС и еврозоната, качествената инфраструктура и предвидимата регулаторна среда са в основата на устойчивия растеж.

Икономиката се движи от износа и инвестициите, но вътрешното потребление също допринася за растежа. Словенските компании се отличават с инженерна традиция, иновации и гъвкавост. Страната е известна със специализация в автомобилните компоненти, машиностроенето, фармацевтиката, електрониката, логистиката, ИКТ и специализираните бизнес услуги.

КЛЮЧОВИ ДВИГАТЕЛИ НА ИКОНОМИКАТА

ИЗНОСНА ОРИЕНТАЦИЯ

Над 85% от БВП е генерира от износ, с диверсифицирани пазари и продукти.

СИЛНА ИНДУСТРИЯ

Висока добавена стойност в машиностроене, автомобилни компоненти, фармацевтика, електроника и др.

КВАЛИФИЦИРАНА РАБОТНА СИЛА

Добро техническо образование, непрекъснато обучение и култура на качество.

ЛОГИСТИЧЕСКО ПРЕДИМСТВО

В сърцето на Европа с бърз достъп до ключови пазари и пристанища.

УСТОЙЧИВОСТ И ИНОВАЦИИ

Зелен преход, дигитализация и инвестиции в НИРД и иновации.

ВОДЕЩИ СЕКТОРИ

- Автомобилни компоненти
- Машиностроене и индустриално оборудване
- Фармацевтика и медицински продукти
- Електротехника и електроника
- Логистика и транспорт
- ИКТ и дигитални решения
- Бизнес услуги и инженеринг





КАКВО ОЗНАЧАВА ТОВА ЗА БЪЛГАРСКИТЕ КОМПАНИИ

01 Възможности за партньорства във високотехнологични ниши и вериги за доставки.

02 Достъп до изискващи пазари и клиенти с високи стандарти.

03 Съвместни проекти и иновации, устойчивост и дигитализация.

04 Използване на Словения като врата към ЕС пазари и международни вериги.

РЕАЛЕН РАСТЕЖ
2,3%
2024*

ИЗНОС НА СТОКИ
61+ млрд. евро
2024*

ПРЕКИ ЧУЖДЕСТРАННИ ИНВЕСТИЦИИ (НЕТНО)
1,7 млрд. евро
2024*

НИСКА БЕЗРАБОТИЦА
3,7%
2024*

* Данни: Словенска агенция за публични данни (SURS), Banka Slovenije, Eurostat.

ГЛАВА 02

БИЗНЕС СРЕДА

Практически особености на работа, очаквания и стандарти на словенския пазар.



ФОКУС ВЪРХУ КАЧЕСТВОТО
Качеството, прецизността и надеждността са основа на всяко партньорство.

ПРОФЕСИОНАЛИЗЪМ И ДОВЕРИЕ
Партньорствата се изграждат постепенно върху прозрачност и последователност.

РЕАЛИСТИЧНИ ОЧАКВАНИЯ
Ясни срокове, конкретни резултати и спазване на договореното.

СТАНДАРТИ И СЕРТИФИКАЦИИ
Сертификатите и съответствието са ключови за достъп до веригата на доставки.

КАКВО РАБОТИ ДОБРЕ

- ✓ Добра подготовка и познаване на пазара
- ✓ Ясна и конкретна комуникация
- ✓ Спазване на договорените срокове
- ✓ Гъвкавост при промени с навременна информация
- ✓ Последователност и дългосрочна насоченост

КАКВО СЕ ОЧАКВА ОТ ДОСТАВЧИКА

- ✓ Висок стандарт на качество и прецизност
- ✓ Прозрачност на процесите и цените
- ✓ Проследимост и документация
- ✓ Бърза и адекватна комуникация
- ✓ Активно отношение към подобрения и решения

БИЗНЕС КУЛТУРА

- ✓ Пунктуалност и спазване на ангажименти
- ✓ Директна, но уважителна комуникация
- ✓ Решения чрез факти и аргументи
- ✓ Йерархични структури, основани на отговорност
- ✓ Баланс между работа и личен живот

Словенските компании ценят добре подготвените партньори, които разбират техните процеси и предизвикателства. Ясната комуникация, спазването на договореното и високото качество са критични. Решенията се базират на факти, техническа компетентност и надеждност, а не на обещания.

Изграждането на партньорство изисква време, но води до стабилни и дългосрочни отношения. Поддържайте редовна комуникация, бъдете проактивни при възникнали въпроси и предлагайте стойност чрез идеи за подобрения. Така печелите доверие и се превръщате в предпочитан партньор.

ПРЕДИ ПЪРВИЯ РАЗГОВОР

01 Проучете компанията и пазара – дейност, клиенти, конкуренти и актуални теми.

02 Подгответе ясна презентация – какво предлагате и как решавате конкретен проблем.

03 Идентифицирайте ключовите контакти и разберете кой взема решенията.

04 Подгответе доказателства – референции, казуси, сертификати и резултати от проекти.

05 Планирайте следващи стъпки – какво следва и как ще поддържате контакта.

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПОДГОТОВКА НА ДОКУМЕНТИ И ИЗИСКВАНИЯ

“

Проверете изискванията за внос/износ, етикетирането, сертификатите и търговските документи, преди да поемете ангажимент за цена или срок на доставка.

Яснотата в началото спестява време, разходи и предпазва репутацията на вашата фирма.



ГЛАВА 03

УСТАНОВЯВАНЕ И ПЪРВИ СТЪПКИ НА ПАЗАРА

Практически рамки за подготовка, първи контакти и проверка на реалния интерес към българското предложение.



- **Практически стъпки** за успешен старт
- **Фокус върху** реалния интерес
- **Първи контакти** и изграждане на доверие
- **Оценка на пазара** и минимизиране на риска
- **Основи за дългосрочно** присъствие в Словения

ГЛАВА 03

КАК ДА ЗАПОЧНЕТЕ

Практични първи действия за подготовка, контакт с пазара и проверка на реалния интерес.

Добрият старт не започва с регистрация, а с валидиране на интереса. Започнете с ясен секторен фокус и проучване на конкретния клиентски проблем, който решавате.

Изгответе кратък списък с потенциални партньори или клиенти и се свържете с тях с ясно търговско предложение, което показва стойност и добавка.

Тествайте интереса чрез дистрибутори, крайни клиенти, B2B срещи и запитвания за мостри, за да получите реална обратна връзка и да потвърдите потенциала на пазара, преди да инвестирате ресурси.





ПРЕДИ ПЪРВИ РАЗГОВОР

- Кой е точният клиент?
- Каква е конкретната оферта?
- Какви са цените и сроковете?
- Какви сертификати са налични?
- Кой ще обслужва партньора?

РАБОТЕЩА ПОСЛЕДОВАТЕЛНОСТ

1. Секторен подбор
2. Списък с контакти
3. Първи срещи
4. Пилотни продажби
5. Решение за модел

ГЛАВА 03

ФОРМИ ЗА ДЕЙНОСТ

Основните варианти за навлизане на българска фирма на словенския пазар според целта, ресурса и степента на местно присъствие.

01 Директен износ
продажба от България към словенски клиенти.

02 Дистрибутор / вносител
местен партньор продава и поддържа продукта.

03 Търговски агент
посредничи за сделки срещу комисиона.

04 Клон
присъствие без отделна правосубектност.

05 Дружество с ограничена отговорност (d.o.o.)
самостоятелна компания с ограничена отговорност.

06 Самостоятелна дейност (s.p.)
по-лека форма за индивидуална дейност.



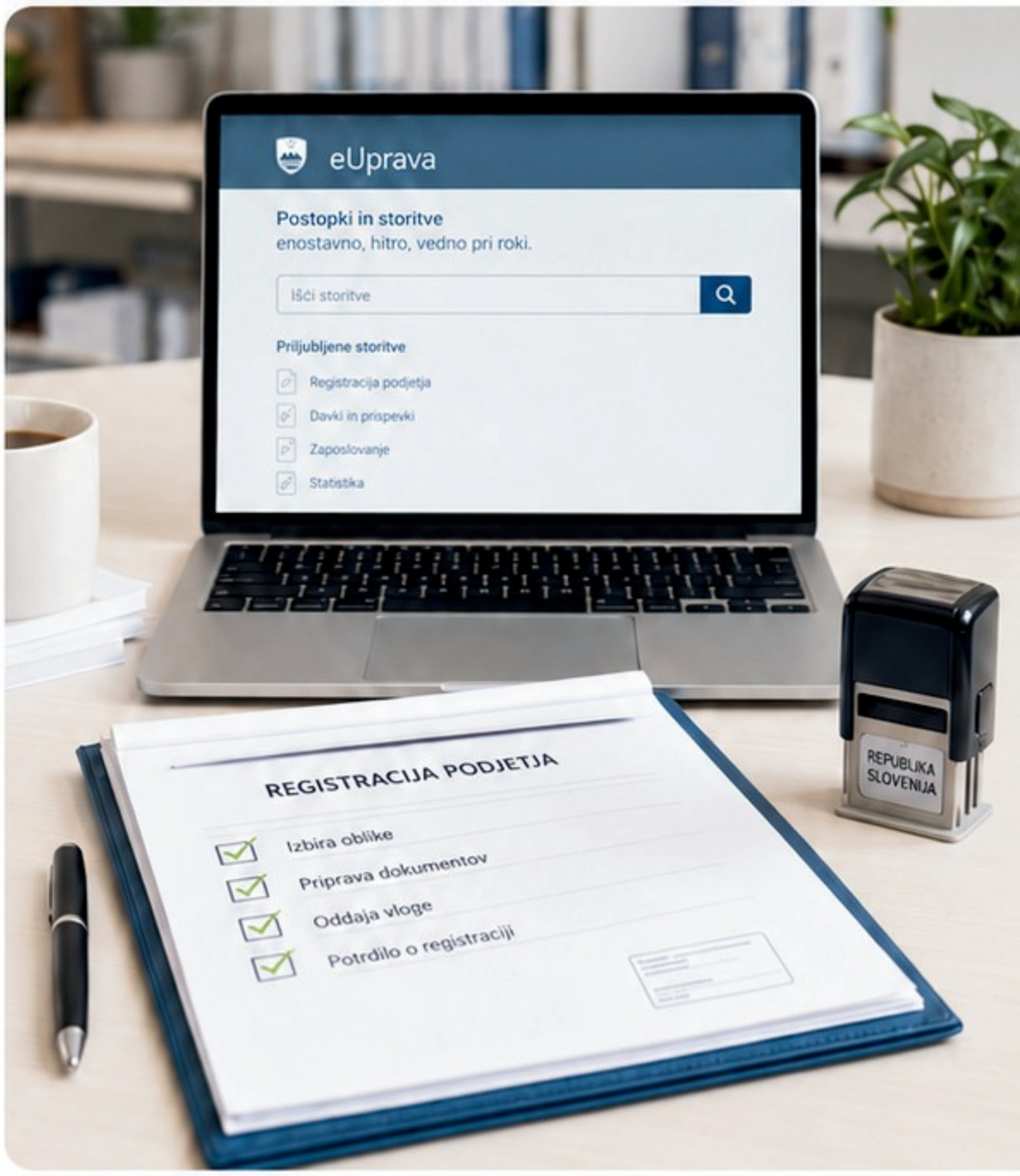
НАЙ-ЧЕСТ ИЗБОР ЗА БЪЛГАРСКИ ФИРМИ

За по-устойчиво присъствие на словенския пазар най-често се използва дружество с ограничена отговорност (d.o.o.) заради репутацията пред партньори и клиенти, гъвкавостта при управление и ясната правна рамка.

ГЛАВА 03

ИНСТИТУЦИИ И АДМИНИСТРАТИВНИ ТОЧКИ

Към кого да се насочите според задачата – регистрация, данъци, статистика, бизнес подкрепа и първоначална ориентация.



Ранната ориентация към правилната институция пести време и ресурси. Словения предлага ясна и електронно достъпна система, в която всяка институция има конкретна роля – от регистриране на фирма до данъци, статистика, заетост и бизнес подкрепа.

Използвайте по-долу основните точки за контакт според нуждата си и винаги проверявайте актуалната информация на официалните уебсайтове.

1. SPOT / SPOT Registracija

Единна точка за стартиране на бизнес. Предоставя информация, насочва към процедури и подкрепа при регистрация на дружества на едно място.

2. AJPES

Водещ орган на бизнес регистъра. Отговорен за вписвания, годишни отчети, промени в дружествата и предоставяне на публични данни за фирми.

Finančna uprava Republike Slovenije

3. FURS

Данъчна администрация. Регистрация по ДДС и данъци, корпоративен данък, подаване на декларации и ползване на електронни услуги.

4. SURS

Държавен статистически институт. Отговорен за статистическите отчети на предприятията и предоставянето на официална статистика.

5. GZS и OZS

Gospodarska zbornica Slovenije

Стопанска и занаятчийска камара на Словения. Предоставят секторни контакти, консултации, обучения и организират бизнес събития.

6. SPIRIT Slovenia

Агенция за международизация, предприемачество и чужди инвестиции. Подкрепя инвестиции, износ и международно разширяване на бизнеса.

ПОЛЕЗНО ЗА БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ

1. Проверявайте фирмени данни
Използвайте AJPES за актуална информация за партньори и контрагенти.

2. Уточнявайте данъчния режим
Регистрирайте се своевременно във FURS и наясно с ДДС и корпоративни данък.

3. Определяйте отговорник
Назначете контакт за комуникация с институциите и следете срокове.

4. Търсете секторни контакти
Използвайте мрежата на GZS и OZS за партньорства и бизнес възможности.

ГЛАВА 03

ПЛАН ЗА ПЪРВИТЕ 90 ДНИ



Как да подредите действията си така, че първите три месеца да водят до измерими резултати, а не до разпилени усилия.

Първите 90 дни са решаващи за успеха на навлизането ви в Словения. Изградете план, който комбинира аутрийч, разговори с партньори, ценообразуване, логистика и вътрешни решения в последователни етапи. Фокусът е върху напредъка и валидирането, а не върху перфектния старт.

1 2 3

ПЪРВИ 30 ДНИ

- Приоритизиране на сектори и сегменти
- Картиране на целеви клиенти и партньори
- Адаптиране на оферта и материали
- Първи аутрийч и календар на срещи

ДНИ 31–60

- Последващи срещи и задълбочаване на разговори
- Пилотни оферти или мостри
- Скрининг на потенциални партньори
- Изчисляване на логистика и модел на обслужване

ДНИ 61–90

- Решение за модел на навлизане
- Преговори и първи рамки на работа
- Подготовка на административни изисквания
- Измерими търговски цели за следващия период

КАКВО ДА ИЗМЕРВАТЕ

- брой активни контакти
- реални срещи
- поискани оферти
- пилотни доставки/проекти
- време до решение за модел

ГЛАВА 03

ЧЕСТИ ГРЕШКИ ПРИ НАВЛИЗАНЕ



Най-скъпите пропуски обикновено не са драматични, а натрупани в началото – при избор на модел, партньор и очаквания.

1. **Регистрация без потвърден интерес**
   Създавате разходи и очаквания без реална проверка на търсене и клиентска готовност.
2. **Избор на партньор по първо впечатление**
   Липса на проверка на репутация, капацитет и съвместимост води до скрити рискове.
3. **Оферта без локална адаптация**
   Преводът не е адаптация. Пропускате локални изисквания, цени, условия и културни очаквания.
4. **Подценяване на логистиката и сервиза**
   Недооценявате разходите, сроковете и изискванията за сервизно покритие и резервни части.
5. **Липса на ясен отговорник**
   Без вътрешен собственик губите скорост, последователност и отговорност към пазара.
6. **Смесване на бърз тест с дългосрочно присъствие**
   Тестовите действия без ясен план и метрики се превръщат в скъпи и безрезултатни опити.

КЛЮЧОВ ИЗВОД

„Първо валидирайте пазара, после фиксирайте структурата.”

Ранната дисциплина спестява средства, време и ви предпазва от фалстартове, които трудно се коригират.

ПРАВЕТЕ

Валидирайте пазара с данни и разговори.
Говорете с клиенти, партньори и експерти, преди да инвестирате.

Изберете партньор след проверка.
Оценете опит, финансово състояние, референции и културна съвместимост.

Планирайте структура и ресурси ясно.
Дефинирайте модел, роли, процеси, бюджет и KPI от самото начало.

НЕ ПРАВЕТЕ

Не регистрирайте без доказателства.
Не стартирайте юридически процеси преди да има потвърден интерес.

Не избирайте по цена или познанство.
Най-евтиният или най-близкият партньор рядко е най-добрият за дългосрочното ви присъствие.

Не бъркайте теста с присъствието.
Тестът има срок и цел – не го превръщайте в неопределено „присъствие“ без резултат.

ГЛАВА 03

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПЪРВИ КОНТАКТ / ПАЗАРНО ПРОУЧВАНЕ



“

Не започвайте с регистрация. Започнете с 5–10 разговора с реални клиенти, партньори или дистрибутори. Ако интересът се потвърди, тогава избирайте модел за навлизане.

Така първо валидирате пазара, а чак след това подреждате партньори, форма на присъствие и ресурси.

ГЛАВА 04

ДАНЪЦИ, ПРОВЕРКА И ПОДГОТОВКА ЗА СДЕЛКА

Практическите теми, които най-често решават дали едно навлизане в Словения ще бъде спокойно, предвидимо и контролируемо.

КОРПОРАТИВНО ОБЛАГАНЕ
Основни данъци, ставки и стимули за бизнеса.

ДДС И ВЪТРЕОБЩНОСТНИ СДЕЛКИ
Практически акценти и чести грешки.

ПРОВЕРКА НА ПАРТНЬОР
Ключови стъпки за оценка на надеждност и риск.

ПОЛЕЗНИ РЕСУРСИ И КОНТАКТИ
Институции, инструменти и експертна помощ.

> Добрата сделка започва с добра проверка.



ГЛАВА 04

КОРПОРАТИВНО ОБЛАГАНЕ

Какво трябва да знае българската фирма, преди дейността ѝ да започне да формира данъчни задължения в Словения.



Когато българска фирма работи в Словения чрез местно дружество или чрез място на стопанска дейност, печалбата, реализирана там, по правило попада в обхвата на словенския корпоративен данък. Общата ставка е 19%, но за бизнеса по-важен от самия процент е моментът, в който присъствието в страната вече има данъчна тежест. На практика това означава навременно оформяне на договори, фактури, разходооправдателни документи и ясна следа на плащанията. Още преди първата доставка е полезно да се изясни дали дейността остава трансгранична или се формира местно присъствие с по-широки задължения.

19%
обща ставка на корпоративния данък

ЗА БЪЛГАРСКАТА ФИРМА ТОВА ОЗНАЧАВА

- проверка дали се създава място на стопанска дейност
- избор на подходяща форма на присъствие
- организация на местно счетоводно обслужване
- календар за авансови плащания и отчетност

Правна основа:
Закон за корпоративното подоходно облагане (ZDDPO-2)

Данъчна година:
календарна, с възможност за отклонение при определени условия

Авансови плащания:
на база прогнозна печалба през текущата година

ГЛАВА 04

ДДС И ВЪТРЕОБЩНОСТНИ СДЕЛКИ

Къде най-често възникват практическите въпроси при доставки, услуги и фактуриране между България и Словения.



В Словения стандартната ставка на ДДС е 22%, а намалената – 9,5%. Регистрация за ДДС по общо правило възниква при годишен оборот над 50 000 евро, но при определени трансгранични операции идентификация може да бъде необходима и по-рано. За българските фирми най-практичните теми са правилното фактуриране на B2B сделки в ЕС, проверката на ДДС номерата във VIES и навременното подаване на данни през eDavki. Грешките тук не са само счетоводни – те влияят пряко върху цената, доставката и риска от корекции.

22%
стандартна ставка

9,5%
намалена ставка

50 000 евро
праг за регистрация по общо правило

КЛЮЧОВ ПРОЦЕС ПРИ ВЪТРЕОБЩНОСТНИ СДЕЛКИ

01 **VIES проверка**
Проверете ДДС номера на партньора в системата VIES преди сделката.

02 **коректна фактура**
Издайте фактура с коректни реквизити и посочване на основанието за нулева ставка (чл. 138, Директива 2006/112/ЕС).

03 **eDavki**
Подайте ДДС справка и декларация през eDavki навреме и без грешки.

04 **проследима документация**
Съхранявайте доказателства за транспорта и кореспонденцията минимум 10 години.

B2B в ЕС
При вътреобщностни доставки за регистрирани лица се прилага нулева ставка (0%) при изпълнение условия по закон.

Услуги между предприятия
Мястото на изпълнение по правило е при получателя (чл. 44, ЗДДС).

Обратен данък
При определени услуги от трети страни се прилага механизмът на обратното начисляване.

Срокове
ДДС справката е месечна, а данъкът се внася до 15-то число на следващия месец.

ГЛАВА 04

ПРОВЕРКА ПРЕДИ СДЕЛКА



Кратка, но системна проверка често спестява повече от всяка отстъпка в цената.

Преди подписване на договор в Словения най-полезната инвестиция е една структурирана проверка на бъдещия партньор. Тя намалява риска от лошо ценообразуване, непотворден изпълнител, забавяне в плащанията и проблеми при изпълнението.

01	AJPES – регистрация, управител, адрес, статус
02	VIES / ДДС номер
03	референции и реален капацитет
04	срокове, логистика и следпродажбено обслужване
05	условия на плащане и обезпечения
06	договор, език и приложимо право

ПРАКТИЧЕН МИНИМУМ

- искайте кратко фирмено представяне
- проверявайте кой подписва
- уточнявайте приемането на стока или услуга

> Добрите сделки се правят бързо.
> Без проверка – никога не са добри.

ГЛАВА 04

ОТ ИКОНОМИЧЕСКА КАРТИНА КЪМ БИЗНЕС РЕШЕНИЕ

Как българската фирма да преведе икономическите показатели на Словения в реалистична оферта, правилно позициониране и по-добър пазарен подход.

Икономическата картина има стойност само ако се преведе в търговско решение. За фирмата това означава да чете показателите не като абстрактни числа, а като сигнал за разходи, търсене, ценова чувствителност, срокове и ниво на очакванията.

В Словения дори при малък пазарен обем подготовката трябва да е прецизна: офертата да отчита реалните разходи, клиентския профил, секторната логика и необходимостта от надеждно изпълнение. Добрата интерпретация на средата намалява риска от неправилно ценообразуване и слабо позициониране.

Числата не са фон. Те показват какъв тип оферта, какъв марж и какъв ритъм на работа пазарът може да подкрепи.



КАКВО ДА СЛЕДИТЕ

- Инфлация, разходи за труд и енергия.
- Потребление, инвестиционна активност и индустриална динамика.
- Логистика, транспортни разходи и срокове.
- Секторни тенденции и търсене по веригата на доставки.

КАКВО ОЗНАЧАВА ЗА ОФЕРТАТА

- По-реалистично ценообразуване и планиране на маржа.
- По-точна преценка за срокове, наличности и капацитет.
- Избор на подходящ модел: директно, чрез партньор или пилотен вход.
- По-добро аргументиране на стойността пред словенския клиент.

КАК ДА РЕАГИРАТЕ

- Адаптирайте офертата към сектора и профила на клиента.
- Започнете с ограничен обем и измерим първи резултат.
- Предвидете резерв за срокове, логистика и документация.
- Използвайте данните, за да подготвите по-точен разговор с партньора.

КАКЪВ РИСК ДА ИЗБЕГНЕТЕ

- Да ценообразувате само по българска разходна логика.
- Да подцените местните очаквания за надеждност и обслужване.
- Да влезете в неподходящ сегмент без достатъчна пазарна проверка.
- Да обещаете обем, срок или условия, които не са устойчиви.

НА ПРАКТИКА

1. Превърнете основните показатели в кратък вътрешен чеклист преди оферта.
2. Проверете как средата влияе върху цена, срок и канал за вход.
3. Излезте на пазара с реалистично предложение, а не само с добра идея.

ГЛАВА 04

КЪДЕ ДА ПРОВЕРИТЕ ПАРТНЬОР, ДАННИ И ИЗИСКВАНИЯ



Преди първи контакт или планирана сделка е важно да проверите фирмен статус, ДДС режим, административни изисквания и налични инструменти за инвестиции или подкрепа.

Така спестявате време, намалявате риска и подхождате уверено към пазара в Словения.

По-долу са най-подходящите регистри, институции и програми, към които да се обърнете според вашата цел.

ПЪРВА ПРОВЕРКА

- Идентифицирайте фирмата, управителя и статуса.
- Проверете ДДС номер и режим за вътреобщностни сделки.
- Уточнете дали контактът е купувач, посредник или институция.
- Потърсете секторна или инвестиционна подкрепа само след ясна цел.

A AJPES
фирмен статус, управител, основна дейност

F FURS / eDavki
данъци, регистрации и декларации

V VIES
проверка на ДДС номер за сделки в ЕС

S SPOT Slovenija
стартиране на дейност и административни услуги

I SPIRIT / Invest Slovenia
инвестиционна среда и програми

G GZS
секторни контакти и бизнес мрежа

Z ZRSZ
трудов пазар и наемане

Б СТИВ Любляна
първоначална ориентация и насочване

КАКВО ДА ПРОВЕРИТЕ ПРЕДИ ДА ИЗПРАТИТЕ ПЪРВИ ИМЕЙЛ

01	Съществува ли фирмата и кой я управлява?	A AJPES	актуален статус, адрес, управител и дейност
02	Валиден ли е ДДС номерът?	V VIES / FURS	ясен режим за фактуриране и вътреобщностна доставка
03	Има ли нужда от регистрация или местна услуга?	S SPOT / eDavki	ориентация за административните стъпки
04	Кой дава секторна ориентация?	G GZS / SPIRIT	контакти по сектор и програми
05	Кога да се обърнете към СТИВ?	Б СТИВ Любляна	при ясно формулирана цел и конкретни въпроси

Съвет: подгответе кратко фирмено представяне, цел на търсеното партньорство и списък с конкретни въпроси още преди първия контакт.



ГЛАВА 04

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПЪРВА ОФЕРТА / ИНДУСТРИАЛЕН КЛИЕНТ



> Изградете доверие чрез разбиране на нуждите на клиента. Покажете как вашето решение ще допринесе за ефективността, надеждността и устойчивото развитие на неговия бизнес.

Доброто начало поставя основите на дългосрочно и взаимоизгодно партньорство.

ГЛАВА 05

ПРИЛОЖИМИ НАСОКИ ЗА ПАЗАРНО ПРИСЪСТВИЕ

Стъпки за установяване, първоначална организация и работа с местната среда.

> Добрата подготовка е най-краткият път до устойчиво присъствие на нов пазар.



- Разберете средата и регулаторните изисквания
- Планирайте входа на пазара стъпка по стъпка
- Изградете партньорства и локална мрежа
- Стартирайте, адаптирайте се и растете устойчиво





ПРАВНА ФОРМА И РЕГИСТРАЦИЯ

Изберете подходяща структура и изпълнете необходимите стъпки.

ДАНЪЦИ И СЧЕТОВОДСТВО

Основни данъци, счетоводни изисквания и срокове.

РАБОТА И КАДРИ

Назначаване, трудови отношения и социални осигуровки.

ПАРТНЬОРСТВА И КОМУНИКАЦИЯ

Изграждане на доверие и ефективна работа с местната среда.

ГЛАВА 05

МОДЕЛИ НА ПРИСЪСТВИЕ В СЛОВЕНИЯ

Подходящата форма зависи от целта, мащаба на операциите и нуждата от местно присъствие.



Преди да навлезете на словенския пазар, е важно да изберете правилната форма на присъствие. Различните модели осигуряват различна степен на контрол, достъп до пазара и отговорности. По-долу представяме четирите най-често използвани опции от български компании, с ясни ориентири кога всяка от тях е най-подходяща.

ДИРЕКТЕН ИЗНОС

- Подходящ при ограничени обеми и тестване на пазара.
- Няма постоянно обект в Словения.
- Запазвате пълен контрол от България.

ДИСТРИБУТОР ИЛИ АГЕНТ

- Подходящ при нужда от местно покритие и дистрибуция.
- Бърз достъп до клиенти без създаване на фирма.
- Ясно договаряте територия, ексклузивитет и цели.

ДЪЩЕРНО ДРУЖЕСТВО (d.o.o.)

- Подходяща за растеж, дългосрочно присъствие и преки договори.
- Пълен контрол и изграждане на марка в Словения.
- Необходим е капитал и местна администрация.

КЛОН / ПОДРУЖНИЦА

- Подходяща при дейност в същия обхват като майчината компания.
- Няма отделна правосубектност – действа се като българското дружество.
- Подходящ при проекти, финансирани от България.

КРАТКО СРАВНЕНИЕ	ДИРЕКТЕН ИЗНОС	ДИСТРИБУТОР ИЛИ АГЕНТ	ДЪЩЕРНО ДРУЖЕСТВО (d.o.o.)	КЛОН / ПОДРУЖНИЦА
КОНТРОЛ	Висок	Среден	Пълен	Висок
РАЗХОД	Нисък	Нисък-среден	Среден-висок	Среден
СКОРОСТ	Много бърза	Бърза	Средна	Средна
ЛОКАЛНО ПРИСЪСТВИЕ	Ниско	Средно	Високо	Високо

ГЛАВА 05

КАКВО ДА СЛЕДИТЕ СЛЕД ПЪРВАТА СДЕЛКА



Първата сделка не доказва пазара. Повторяемата сделка показва дали моделът е устойчив.

След първата доставка сравнете предварителните очаквания с реалното изпълнение. Именно тук се вижда дали цената, документите, логистиката и комуникацията работят като устойчив модел, а не само като еднократен успех.



01 | ПЛАЩАНЕ В СРОК

Потвърждава финансова дисциплина и намалява риска при следващи доставки.

02 | РЕКЛАМАЦИИ

Показват дали продуктът, етикетирането и документацията са били достатъчно ясни.

03 | ЛОГИСТИКА

Сравнете планираните срещу реалните срокове и разходи по доставката.

04 | КОМУНИКАЦИЯ

Следете скоростта, конкретиката и отговорността на партньора след сделката.

05 | ПОВТОРЯЕМ ИНТЕРЕС

Една заявка не е достатъчна; по-важни са втората поръчка и реалното продължение.

06 | РЕАЛЕН МАРЖ

Изчислете остатъчната печалба след местни разходи, обслужване и евентуални корекции.

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

След първата доставка сравнете очакванията с реалността: срок, разход, плащане, рекламации и интерес за нова поръчка.

Първата сделка е тест на продукта.
Втората сделка е тест на пазара.

ГЛАВА 05

ПОДГОТОВКА ЗА ПЪРВО ПАЗАРНО ПРИСЪСТВИЕ

Преди първите срещи и продажби е нужна ясна подготвителна рамка – партньори, документи, цени и изисквания.



КОНТРОЛЕН СПИСЪК

1. ПРОВЕРКА НА ПАРТНЬОРА

Проверете правния статус, референции, финансовото състояние и репутация на потенциалния партньор. Изяснете неговите роли, покритие и опит на избрания пазар.

2. ПРОДУКТОВИ ИЗИСКВАНИЯ И СЕРТИФИКАТИ

Уверете се, че продуктът отговаря на всички приложими европейски и словенски стандарти. Подгответе декларация за съответствие (CE), техническа документация и етикетиране на словенски език.

3. ЦЕНОВА ПОЛИТИКА

Определете експортна цена, търговски условия (Incoterms®), търговски отстъпки и минимални количества. Съобразете се с местните пазарни нива и позициониране.

4. ЛОГИСТИКА И СРОКОВЕ

Планирайте транспортирането, митническите процедури, складовите нужди и очакваните срокове за доставка. Предвидете сезонност и пикови натоварвания.

5. ДОГОВОР И ЕЗИКОВА ВЕРСИЯ

Подгответе проект на договор с ясно разписани условия за плащане, отговорности, гаранции и разрешаване на спорове. Осигурете достоверен превод на словенски език при нужда.

6. ДАНЪЧНИ И ДДС ВЪПРОСИ

Уточнете приложения ДДС режим, вътреобщностни доставки, регистрация по ДДС в Словения и изискванията за фактуриране съгласно словенското законодателство.

КАКВО ДА ПОДГОТВИТЕ ПРЕДВАРИТЕЛНО

- Кратко представяне на компанията и продуктите (на словенски/английски)
- Пакет с продуктова информация, сертификати и снимки
- Препоръчителна ценова листа и търговски условия
- Примерен договор и условия за сътрудничество
- Контактно лице за логистика, финанси и правни въпроси



ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

Информирайте се предварително за секторните регулации и изисквания на вашия продукт – хранителни продукти, козметика, медицински изделия, строителни продукти, електроника и др. Това спестява време и разходи и ускорява навлизането на пазара.

> Добрата подготовка е инвестиция в доверие, по-бързо решение и устойчви старт.

ГЛАВА 05

ПЪРВИТЕ 90 ДНИ



Началният период трябва да превърне интереса в работещи процеси, надеждни контакти и предвидим ритъм.

Най-успешните компании третират първите три месеца не като „пробен период“, а като план за изпълнение. Ясните приоритети, честата комуникация и дисциплината в процесите създават доверие, ускоряват продажбите и намаляват оперативния риск. Тази 90-дневна рамка е практичен ориентир, който можете да адаптирате според Вашия сектор и целеви клиенти в Словения.

01

0–30 ДНИ — ПОСТАВЕТЕ ОСНОВИТЕ

- **Срещи с приоритетни клиенти и партньори:** оранизирайте стойностно си предложение, разберете нуждите и процесите им.
- **Финализирайте локалните процедури:** регистрация по ДДС (ако е необходимо), банкови сметки, договори шаблони, данъчни и счетоводни настройки.
- **Тествайте логистика и доставки:** изберете превозвачи, задайте SLA, направете пробни доставки и валидирайте документи.

02

30–60 ДНИ — ИЗГРАДЕТЕ РИТЪМ

- **Развийте партньорските връзки:** разширете мрежата от контакти, участвайте в отраслови събития, планирайте съвместни инициативи.
- **Следете резултатите и разходите:** сравнявайте планирано срещу реализирано, валидирайте маржове и условия с доставчици и партньори.
- **Съберете обратна връзка:** първите е кратък цикъл за обратна връзка и решавайте бързо първите „пречки“.

03

60–90 ДНИ — ОПТИМИЗИРАЙТЕ И МАЩАБИРАЙТЕ

- **Задълбочете продажбите:** идентифицирайте нови сегменти, разработете оферти и пакетни решения за ключови клиенти.
- **Утвърдете присъствието си:** планирайте посещения и посещения, укрепете маркетинг и видимост, изградете препоръки и казуси.
- **Оптимизирайте процесите:** стандартизирайте работните потоци, автоматизирайте повторящи се задачи и намалете грешките.

ПРАКТИЧЕН ОРИЕНТИР

4 сигнала, че сте на правилния път:

- Редовни срещи и ясен договореност с ключови клиенти и партньори.
- Стабилни доставки и коректна документация без забавяния.
- Положителна обратна връзка и повторяеми поръчки.
- Прогнозиране паричен поток и ясно планирани следващи стъпки.



ГЛАВА 06

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПЪРВИ КОНТАКТ / СЕКТОРНА ОФЕРТА



> Не изпращайте общ каталог. Подгответе кратко секторно предложение с 1–2 ключови продукта, реален капацитет, сертификати и ориентировъчни срокове. Партньорът трябва веднага да види къде е вашата добавена стойност.

Краткото, ясно и проверимо предложение ускорява разговора и увеличава шанса за пилотна поръчка или първа мостра.

ГЛАВА 06

СЕКТОРНИ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС

Къде словенският пазар търси доставчици, технологии, решения и дългосрочни партньорства.







- Промишленост и поддоставки
- Храни, съставки и опаковки
- Зелени технологии и енергийни решения
- Иновации и развойна дейност



“Най-добри резултати идват, когато фирмата влиза с ясен секторен фокус, доказуемо качество и местен партньор.

ГЛАВА 06

ВЪЗМОЖНОСТИ ПО ОТРАСЛИ

Къде българските фирми могат да намерят реално търсене, добавена стойност и потенциал за партньорства.



1. Машиностроене и метални изделия

Компоненти и системи за индустрията и транспорта.



2. Храни, съставки и опаковки

Качествени храни, функционални съставки и устойчиви опаковъчни решения.



3. Зелени технологии и енергийни решения

Енергийна ефективност, ВЕИ, управление на ресурси и кръгови решения.



4. Иновации и развойна дейност

Технологично сътрудничество, инженеринг и пилотни проекти.



5. Специализирани услуги и инженеринг

ИТ услуги, инженеринг и развойни дейности с висока добавена стойност.



ПРАКТИЧНО ЗА БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ

- Фокусирайте се върху нишови компетенции и ясно позиционирайте предимството си.
- Поддържайте стабилно качество и спазвайте договорените срокове.
- Осигурявайте пълна документация и проследимост.
- Изграждайте дългосрочни партньорства и взаимно доверие.

ГЛАВА 06

ПРОМИШЛЕНОСТ И ПОДДОСТАВКИ

Какво търсят словенските производители от външни доставчици и как българските фирми могат да се впишат.











КЪДЕ Е НАЙ-СИЛНО ТЪРСЕНЕТО

- Механични компоненти и прецизни обработки
- Пластмасови изделия и гумени компоненти
- Кабелни снопове и електротехнически възли
- Инструменти, щампи и технологична екипировка
- Индустриални опаковки и логистични консумативи
- Договорно производство и монтаж на възли

КАКВО СЕ ОЧАКВА ОТ ДОСТАВЧИКА

- Сертифицирано качество – ISO 9001, IATF 16949, ISO 14001, ISO 45001 или еквиваленти.
- Пълна проследимост и контрол на качеството – от материал до готов продукт.
- Навременни доставки и предвидимост на сроковете.
- Техническа комуникация на английски или словенски език.
- Непрекъснато подобрение и решаване на проблеми.

ПОДХОДЯЩО ЗА БЪЛГАРСКИ ФИРМИ

- Подгответе представителни мостри и кратък технически каталог.
- Покажете реален производствен капацитет и възможности за скалиране.
- Предоставете референции от съществуващи клиенти.
- Бъдете бързи в отговора и ясни в предложението – времето е критично.
- Предлагайте конкурентна цена при стабилно качество и надеждност.
- Познавайте изискванията за опаковка, етикетиране и документиране.

ГЛАВА 06

ХРАНИ, СЪСТАВКИ И ОПАКОВКИ

Къде българските производители могат да се включат с качествени храни, съставки, частни марки и устойчиви опаковъчни решения.











КЪДЕ ИМА ТЪРСЕНЕ

- Функционални съставки и суровини
- Готови и полуготови храни
- Private label и договорно производство
- Устойчиви опаковки и етикети
- Био, премиум и нишови продукти
- Хладилна и специализирана логистика

КАКВО ОЧАКВАТ ПАРТНЬОРИТЕ

- Сертификати и проследимост на произхода.
- Постоянно качество и стабилни доставки през цялата година.
- Гъвкави производствени обеми и възможност за скалиране.
- Съответствие с европейските изисквания и стандарти за безопасност.
- Прозрачна комуникация и бърза реакция.
- Устойчиви практики и отговорен подход към околната среда.

ПОДХОДЯЩО ЗА БЪЛГАРСКИ ФИРМИ

- Производители на храни и съставки с утвърдено качество.
- Фирми с капацитет за частни марки и бранд ко-паковане.
- Предприятия, инвестиращи в устойчиви опаковки и иновации.
- Производители на био, натурални и функционални продукти.
- Компании с опит в износ и работа с международни стандарти.
- Логистични и дистрибуторски партньори за температурно контролирани доставки.

ГЛАВА 06

ЗЕЛЕНИ ТЕХНОЛОГИИ И ЕНЕРГИЙНИ РЕШЕНИЯ

Къде има потенциал за енергийна ефективност, ВЕИ, управление на ресурси и кръгови решения.



ОБЛАСТИ С НАЙ-ГОЛЯМ ПОТЕНЦИАЛ

- Енергийна ефективност и автоматизация
- Компоненти за ВЕИ и електросистеми
- Сградни и ОВК решения
- Управление на отпадъци и рециклиране
- Водни и екологични технологии
- Кръгови индустриални решения

КАКВО ТЪРСИ ПАЗАРЪТ

- Решения, които намаляват разходите за енергия и емисиите.
- Продукти с висока надеждност, сертифицирано качество и проследим произход.
- Интегрирани системи и дигитално управление на данни в реално време.
- Партньори, които предлагат сервиз, поддръжка и обучение.
- Устойчиви материали и решения за повторна употреба и рециклиране.

ПРАКТИЧЕН ПОДХОД ЗА БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ

- Развийте продукти и услуги, които повишават енергийната ефективност на предприятия и сгради.
- Идентифицирайте словенски партньори за пилотни проекти и референции.
- Съобразявайте се със стандартите и изискванията за устойчивост и екодизайн.
- Позиционирайте се в ниши с добавена стойност и дългосрочно търсене.
- Използвайте европейски програми и фондове за зелени иновации и демонстрационни проекти.

ГЛАВА 06

ИНОВАЦИИ И РАЗВОЙНА ДЕЙНОСТ

Къде има възможности за технологично сътрудничество, инженеринг, развойни проекти и пилотни решения.



КЪДЕ ИМА ПОТЕНЦИАЛ ЗА СЪТРУДНИЧЕСТВО

- ИКТ, IoT, AI и машинно обучение
- Индустриална автоматизация и роботика
- Чисти технологии, енергийна ефективност и кръгова икономика
- Медицински технологии и дигитално здраве
- Напреднали материали и адитивни технологии
- Инженерни услуги и продуктови решения

ПОДХОДЯЩИ ФОРМИ НА СЪТРУДНИЧЕСТВО

- Съвместни развойни проекти и пилотни решения.
- Технологични партньорства и ко-разработка на продукти.
- Лицензионни споразумения и трансфер на технологии.
- Участие в европейски програми за НИРД (Horizon Europe, EUREKA, Eurostars и др.).
- Съвместни лаборатории и иновационни хъбове.
- Възлагане на инженеринг и прототипиране.

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

- Идентифицирайте словенски партньори чрез иновационни клъстери и технологични паркове.
- Използвайте инструментите на SPIRIT Slovenia и Enterprise Europe Network за намиране на партньори и финансиране.
- Инвестирайте време в изграждане на доверие и ясно формулирайте очакванията.
- Защитете интелектуалната собственост чрез NDA и точни договорни клаузи.
- Представяйте конкретни идеи и опит – практическите решения се ценят високо.

ГЛАВА 06

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПЪРВИ КОНТАКТ / СЕКТОРНА ОФЕРТА



“

Още при първия контакт покажете конкретика: продукт, капацитет, сертификати, срокове за доставка и ориентировъчни условия. Партньорът трябва бързо да разбере какво предлагате и защо може да разчита на вас.

Най-добре работят кратки и добре подготвени предложения — с мостра, технически лист и ясен човек за контакт.

ГЛАВА 07

ЛОГИСТИКА И ОПЕРАТИВНО ПРИСЪСТВИЕ

Практически решения за доставки, складиране, първи доставки и обслужване на клиенти от Словения.

> Добрата логистика не е разход сама по себе си — тя е част от търговското предложение.



ВХОДНА ТОЧКА

Изберете оптимален маршрут и режим на доставка към словенския пазар.

СКЛАД И ОБСЛУЖВАНЕ

Организирайте складиране, дистрибуция и обработка на поръчки ефективно.

ДОКУМЕНТИ И ДДС

Подгответе необходимите документи и управлявайте ДДС правилно.

ИЗБОР НА ПАРТНЬОР

Работете с надеждни логистични и търговски партньори в Словения.



ГЛАВА 07

ПРИСТАНИЩЕ КОПЕР КАТО ВХОДНА ТОЧКА

Кога морският достъп през Северна Адриатика работи в полза на българската фирма.

Копер е най-логичният словенски вход за фирми, които търсят комбинирано морско, шосейно и железопътно обслужване и бърза връзка към Централна Европа. За български компании той е особено полезен, когато словенският клиент очаква надежден график, кратки вътрешни разстояния и възможност за разпределение към съседни пазари.

Словенското пристанище е подходящо за контейнерни доставки, машини, индустриално оборудване, автомобилни компоненти, потребителски стоки и товари с нужда от по-нататъшна дистрибуция в региона. При по-малки обеми смисълът идва не от мащаба, а от по-добрата организация на потока и по-ниските разходи за последната отсечка до клиента. За български фирми това често означава по-добър контрол върху сроковете и по-малко прекъсвания във веригата.

Преди избор на Копер е важно да се сравнят терминални такси, време за освобождаване на товара, наличност на железопътни слотове, възможности за временен склад и цената на вътрешния транспорт до крайния получател. При чувствителни стоки трябва да се преценят и условията за съхранение, застраховката, обработката при повреда и способността на местния партньор да реагира бързо при отклонение в графика.

Подходящо за

- ✓ контейнерни доставки
- ✓ индустриални материали и части
- ✓ стоки за регионално разпределение
- ✓ комбиниран морски и сухопътен транспорт

Проверете предварително

- ✓ терминални такси и срокове
- ✓ наличен склад или буферна зона
- ✓ връзка с жп и шосейна мрежа
- ✓ разход до крайния клиент

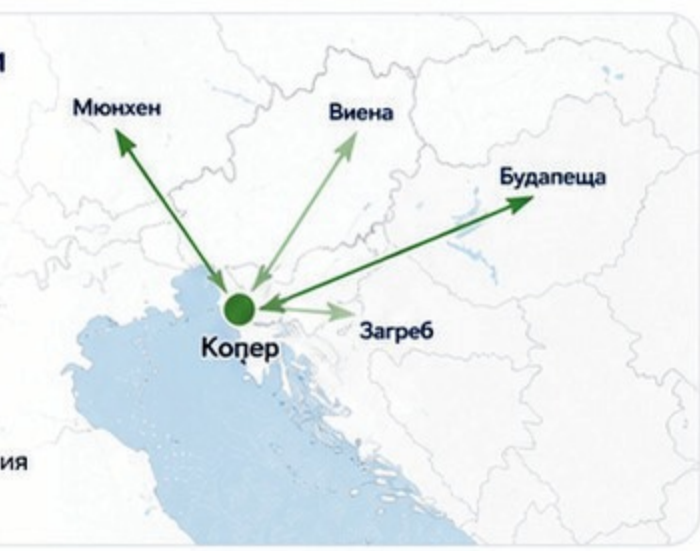
Практически извод

Копер има най-голяма стойност, когато е част от предварително изчислен логистичен модел, а не само алтернативно пристанище.



Копер в цифри и връзки

- Над 1 млн. TEU годишно контейнерен капацитет
- Директни жп връзки до Централна Европа
- Бърз излаз към Словения, Хърватия, Австрия и Унгария
- Кратки вътрешни разстояния и ефективни връзки



ГЛАВА 07

ВЪТРЕШНА ДИСТРИБУЦИЯ И РЕГИОНАЛНО ПОКРИТИЕ



Как да организирате доставките в Словения и към близките пазари от една оперативна база.

Словенският правилният партньор често е по-важен от най-ниската цена. За български фирми добрият логистичен оператор е този, който разбира продукта, поддържа дисциплина в процесите и може да реагира бързо при отклонение в доставката или рекламация.

При доставки само за словенски клиенти често е достатъчен модел с директен транспорт от България или обслужване през локален 3PL с малка наличност. Когато има регулярни поръчки, резервни части или кратки срокове за реакция, поддържането на буферен склад в района на Любляна, Целе или Марибор може съществено да подобри нивото на обслужване. Изборът зависи от честотата на поръчките, цената на наличността и очакваните срокове за доставка.

Ако Словения ще обслужва и съседни пазари, трябва да се прецени дали един склад може да покрие Австрия, Северна Италия, Хърватия и части от Унгария без да натоварва прекомерно транспорта. Важни са часовете за прием на поръчки, възможностите за cross-docking. връщанията, температурните режими, ADR изискванията при специални товари и оперативната дисциплина на превозвача. Регионалното покритие е силно, когато моделът е прост и контролируем.

Три работещи модела

1. Директно от България – при ограничен обем и по-дълги срок за доставка.
2. Локален 3PL склад – при чести поръчки и нужда от бърза реакция.
3. Регионален хъб – при комбинирано обслужване на няколко пазара.

Регионална свързаност



Какво да фиксирате

- cut-off часове
- срок за доставка
- условия за връщане
- обработка на рекламации
- наличност и буферен запас

Практически извод

Словения работи добре като логистична база, когато обемът оправдава местна наличност и когато клиентът очаква кратка и сигурна доставка.

ДОКУМЕНТИ И ПЪРВА ДОСТАВКА

Какво трябва да е подготвено,
за да пристигне първата доставка
без излишни спирания.

При българо-словенска търговия най-честите забавяния не идват от разстоянието, а от непълна документация, неточен ДДС третиране и липсващи доказателства за превоза. Добрата подготовка преди първата доставка намалява риска от корекции, връщане на стока и напрежение с клиента.

При вътреобщностна доставка към словенски клиент обичайно не се изисква стандартно митническо оформяне, но това не означава, че документите са второстепенни. Необходими са коректна търговска фактура, валиден ДДС номер, доказателства за транспортиране, при нужда опаковъчен лист, спецификации и ясно описание на стоката. При чувствителни продукти – съответни сертификати и изисквания.

Практически извод

Първата доставка е тест не само за стоката,
а и за вътрешната организация на фирмата.

Минимален пакет за първа доставка

- ✓ фактура и условия на продажба
- ✓ ДДС номер и VIES проверка
- ✓ CMR или друго доказателство за превоза
- ✓ опаковъчен лист при нужда
- ✓ технически или продуктови документи
- ✓ етикети и инструкции, когато са задължителни

Проверете преди експедиция

- ✓ кой носи транспортния риск
- ✓ кой подготва документите
- ✓ как ще се докаже вътреобщностната доставка
- ✓ има ли изискване за словенски език
- ✓ ясен ли е процесът за рекламации

СЪВЕТ

Подгответе шаблони на документите и вътрешен чеклист.
Така ще намалите елементарните грешки
и ще спестите време на всички.







Стъпки за безпроблемна първа доставка

01 Проверете клиента и условията на

02 Подгответе пълния пакет документи

03 Организирайте превоза и съхранете доказателствата

04 Потвърдете получаването и архивирайте документите

05 Анализирайте процеса и подобрете при нужда

ИЗБОР НА ЛОГИСТИЧЕН ПАРТНЬОР



Как да прецените дали местният оператор може да изпълни обещанието към клиента.

В Словения правилният партньор често е по-важен от най-ниската цена. За български фирми добрият логистичен оператор е този, който разбира продукта, поддържа дисциплина в процесите и може да реагира бързо при отклонение в доставката или рекламация.

При избора на 3PL, спедитор или дистрибутор трябва да се гледат не само цените, а и оперативните възможности: складова точност, обработка на поръчки, комуникация на английски или словенски, система за проследяване, обслужване на върнати стоки и опит в съответния сектор. Ако фирмата продава резервни части, консумативи или чувствителни изделия, бързата реакция и правилната обработка на малки поръчки често са по-важни от ниската складова такса.

Договорът трябва да описва срокове, отговорности, нива на обслужване, застраховка, отчетност, обработка на щети и начин на фактуриране. Добра практика е първо да се тества с ограничен обем и ясен KPI, преди да се премине към пълно възлагане. Така се вижда дали партньорът изпълнява обещаното при нормален и при натоварен режим.

Показатели, които си струва да следите

- OTIF / доставка навреме и в пълен обем
- точност на наличностите
- брой рекламации и щети
- време за реакция при проблем
- качество на отчетността

Червени сигнали

- неясни SLA условия
- липса на резервен план
- забавена обратна връзка
- непълна отчетност
- ограничен опит в сектора

Практически извод

Най-добрият партньор е този, който може да пази репутацията ви пред клиента, а не просто да премества стоката.

OTIF	Точност на наличностите	Рекламации и щети	Време за реакция	Качество на отчетността
≥ 95%	≥ 98%	≤ 1%	≤ 2 ч.	100%

ОПЕРАТИВНИ РЕШЕНИЯ ЗА БЪЛГАРСКИ ФИРМИ

Кой модел работи най-добре според обема, клиента и необходимото ниво на обслужване.

Няма универсален логистичен модел за словенския пазар. Правилният избор зависи от обема, честотата на поръчките, стойността на стоката, необходимия срок за реакция и това дали Словения ще се ползва само като краен пазар или и като база към съседни държави.



01

Директни доставки от България

Подходящ при ограничени обеми, по-редки поръчки и клиенти, които приемат по-дълъг срок на доставка.

02

Локален 3PL склад

Работи при повтаряеми поръчки, нужда от бърза експедиция и желание за буферна наличност.

03

Дистрибутор с местна наличност

Подходящ при мрежа от клиенти, по-интензивни продажби и нужда от търговско и сервизно покритие.

04

Словения като регионален хъб

Има смисъл, когато от една база се обслужват и Австрия, Хърватия, Северна Италия или други близки пазари.

Решение преди старт

- изчислете пълната цена на модела
- уточнете кой държи наличността
- фиксирайте отговорностите при рекламации
- планирайте връщанията и гаранционния поток
- осигурете местна оперативна комуникация

Основен извод

За повечето български фирми най-работещият модел е този, който съчетава проста структура, надежден местен партньор и реалистично ниво на обслужване.

ГЛАВА 07

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПЪРВА ДОСТАВКА / ОПЕРАТИВНА КООРДИНАЦИЯ



“

Преди камионът да тръгне,
потвърдете:
часа за разтоварване,
точката за разтоварване/рампата,
точния адрес,
контактното лице и
кой приема документите.

Кратко писмено потвърждение спестява време на чакане, неясноти и допълнителни разходи още при първата доставка.

Ясната информация предварително осигурява гладък процес и добро впечатление от самото начало.

ГЛАВА 08

СЛОВЕНИЯ КАТО РЕГИОНАЛЕН ЦЕНТЪР

Как българските компании могат да използват Словения като база за координация, продажби и обслужване в Централна Европа и Адриатика.









РЕГИОНАЛНА КООРДИНАЦИЯ НА ПРОДАЖБИ

Управлявайте продажбите към няколко пазара от една централна точка.

УПРАВЛЕНИЕ НА ПАРТНЬОРИ И ДИСТРИБУТОРИ

Работете ефективно с надеждни партньори в региона.

ПОКРИТИЕ НА ОБСЛУЖВАНЕ И СЕРВИЗ

Осигурете бързо и надеждно обслужване на клиенти в Централна Европа и Адриатика.

ОПЕРАЦИОННИ ПРОВЕРКИ И ОПТИМИЗАЦИЯ

Планирайте правилно ресурсите, процесите и разходите.

ГЛАВА 08

КЪДЕ СЛОВЕНИЯ ДАВА РЕГИОНАЛНА СТОЙНОСТ

Словения добавя стойност, когато бизнесът има нужда от бърза реакция, предвидима среда в ЕС, управляеми разстояния и координация на няколко близки пазара.

Тук не става дума за по-голям пазар, а за по-ефективен обхват на региона: лесни пътувания, кратки срокове за обсъждане и реализация и изпълнението. Това позволява по-добра клиентска поддръжка и по-стабилно развитие чрез партньорства.

Как страната работи като компактна оперативна база за координация, обслужване и достъп до няколко близки пазара.

Стойността е в близостта, координацията и управлението на обхват.



КЪДЕ Е ПОЛЗАТА

- Благоприятна география в сърцето на Европа.
- Кратки разстояния до ключови пазари.
- Предвидима среда в ЕС и стабилни правила.
- Пълзеочие координация на дейности и хора.

КАКВО УЛЕСНЯВА

- Срещи лице в лице за кратко време.
- Бърза реакция на обсъжданге и сервиз.
- Управление на партньорски мрежи и представители.
- Надзор на доставки и изпълнение на място.

ЗА КОИ ФИРМИ РАБОТИ

- Експортрон с няколко близки целеви пазара.
- Производители и доставчици на специфични решения.
- Фирми с клиенти в няколко държави в региона.
- Компании, които разчитат на партньорски растеж.

КАКВО НЕ Е

- Не е гаранция за автоматичен успех.
- Не е заместител на реалното търсене.
- Не е необходимо за всяка компания.
- Не е причина да се изгражда прекомерна структура.

НА ПРАКТИКА

1. Изберете 2–4 близки целеви пазара с реален потенциал.
2. Сравнете обхвата на пазара и времето за обслужване от Словения.
3. Тествайте дали една компактна база подобрява изпълнението и растежа.

ГЛАВА 08

КОИ ФУНКЦИИ ИМА СМИСЪЛ ДА СЕ КООРДИНИРАТ ОТ СЛОВЕНИЯ

Не е всяка дейност, която извършвате, подходяща за преместване в Словения. Най-добри резултати се постигат, когато координирате функции, които изискват бърза комуникация, предвидимост и близост до няколко пазара.

Словения ви дава стратегическа позиция в сърцето на Централна Европа и бърз достъп до Адриатика. Оттук можете ефективно да синхронизирате дейности, да управлявате партньори и доставки и да осигурите отлично обслужване за клиенти в целия регион.

Изберете функции с висока добавена стойност и регионално покритие – така ще получите повече гъвкавост, ефективност и устойчив растеж.



01

РЕГИОНАЛНИ ПРОДАЖБИ

Координация на оферти, клиенти и търговски приоритети за няколко пазара.

02

УПРАВЛЕНИЕ НА ПАРТНЬОРИ

Контрол върху дистрибутори, агенти и сервизни партньори.

03

ПЛАНИРАНЕ НА ДОСТАВКИ

Съгласуване на срокове, наличности и транспортни решения.

04

СЛЕДПРОДАЖБЕНО ОБСЛУЖВАНЕ

По-близка и по-бърза реакция към клиенти в региона.

05

ОПЕРАТИВНА КООРДИНАЦИЯ

Събиране на данни, отчети и управленски решения в една точка.

НЕ Е НЕОБХОДИМО ДА МЕСТИТЕ:

- цялото производство
- всяка административна функция
- локалните търговски дейности, които вече работят добре на място

> Работещият модел е лек, координационен и фокусиран върху функции с добавена стойност, а не върху излишно дублиране на структура.

ГЛАВА 08

КОГА РЕГИОНАЛНИЯТ МОДЕЛ ИМА СМИСЪЛ

Регионалният модел има смисъл, когато вашият бизнес обслужва няколко близки пазара ги е нуждаете от по-бърза реакция и по-добро разбиране на местните клиенти.
Той работи, когато имате достатъчен потенциал и обем, който покрива фиксираните разходи и осигурява устойчивост.
Има смисъл и когато трябва да съчетаете партньори, сервиз, наличности и координация в една управляема структура.

Не всяка фирма има нужда от регионална база.
Въпросът е кога тя подобрява резултата,
а не просто добавя разход.

Регионалният модел е решение само ако подобрява обслужването, сроковете и контрола.



1. ИМА СМИСЪЛ, КОГАТО...

- Имате повтарящи се продажби на няколко пазара.
- Обслужвате няколко близки и свързани пазара.
- Нуждаете се от по-бърз сервиз и координация.
- Развивате мрежа от партньори и клиенти, която расте устойчиво.

2. ИЗБЕРЕТЕ МОДЕЛА

- Дистрибутор с ясна територия.
- Търговски представител или малък офис.
- Партньор със склад и сервиз.
- Хибриден модел – стъпка по стъпка.

3. КАКВО ДА СМЕТНЕТЕ

- Фиксирани разходи: персонал, наем, екипировка.
- Пътувания, настаняване и представителни разходи.
- Начален и текущ запас, минимум при движение.
- Разходи за сервиз и техническа поддръжка.
- Очакван обем приходи и точка на покритие.

4. КАКЪВ РИСК ДА ИЗБЕГНЕТЕ

- Отваряне твърде рано, без достатъчен обем.
- Копиране на чужд модел без адаптация.
- Изграждане на прекалено голяма инфраструктура.
- Влизане без ясна логика за покритие и фокус.

НА ПРАКТИКА

1. Определете кой проблем ще реши базата на клиентите ви.
2. Съобразете структурата с реалистичния обем и ресурсите ви.
3. Започнете lean и изграждайте – стъпка по стъпка, с възможност за мащабиране.

ГЛАВА 08

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ОБСЛУЖВАНЕ, КООРДИНАЦИЯ И БЪРЗА РЕАКЦИЯ



> Когато обслужвате няколко близки пазара, най-голямата стойност не е в голямата структура, а в бързия отговор, ясната комуникация и проследимото обслужване.

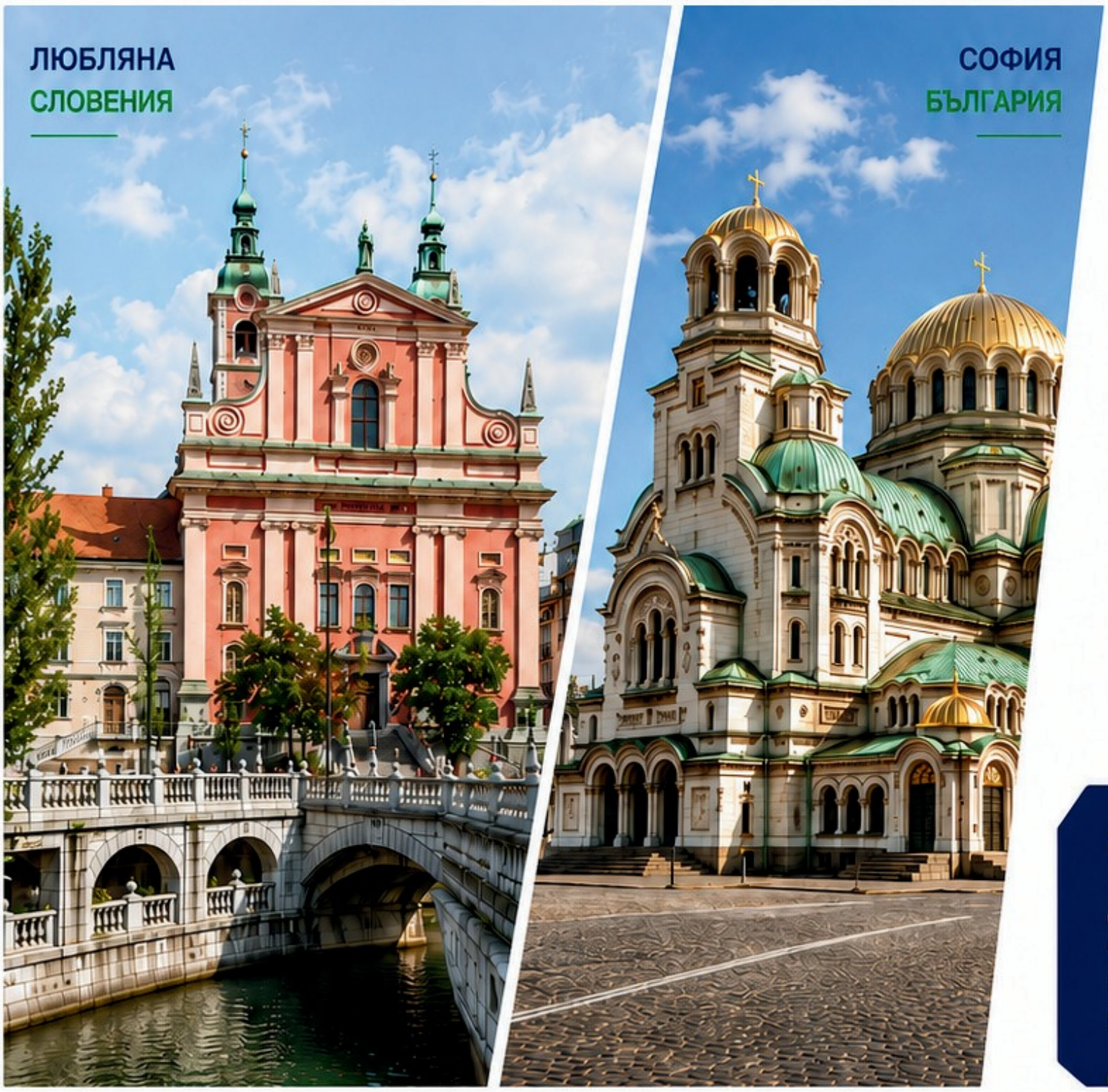
Ясното разпределение на отговорностите, добрата връзка с клиента и краткото време за реакция правят компактната база реално полезна.

ГЛАВА 09

БЪЛГАРИЯ И СЛОВЕНИЯ



Двустранен стокообмен, инвестиционни профили и практически ориентири за българските компании.



- Стокообмен по НСИ
- Огледална статистика по SURS
- Български инвестиционен профил
- Словения като инвестиционна среда

> Данните имат стойност, когато водят до по-точни решения за пазара.

Търговия
Промит по НСИ и огледална статистика по SURS.

Инвестиции
Профили, присъствие и логика на разширяване.

Среда
Какво търсят инвеститорите и къде е стойността.

Практически изводи
Ориентира за по-точно навлизане и позициониране.

ГЛАВА 09

ДВУСТРАНЕН СТОКООБМЕН

Прочит по българската статистика (НСИ)

Тази страница представя двустранния стокообмен между България и Словения според данните, които се отчитат от Националния статистически институт (НСИ).

Фокусът е върху начина, по който обменът се появява в българската статистическа система – по направление, по основни групи стоки и във времева динамика.

Тази перспектива е полезна за планиране на износа, оценка на вноса, проследяване на тенденции и решения за пазарна ориентация.

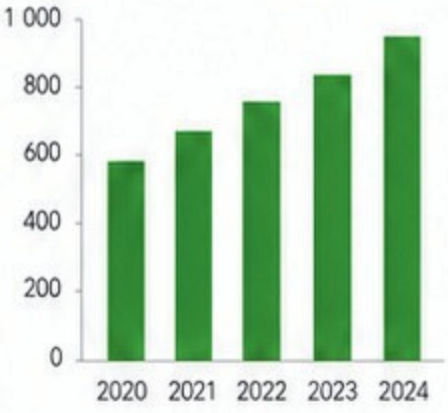


БЪЛГАРСКИЯТ ПРОЧИТ НА СТОКООБМЕНА СЪС СЛОВЕНИЯ (НСИ) – ЛОГИКА И ОСНОВНИ ПОКАЗАТЕЛИ

ИЗНОС (БЪЛГАРИЯ → СЛОВЕНИЯ)

Стойност на стоките, които България изнася за Словения.

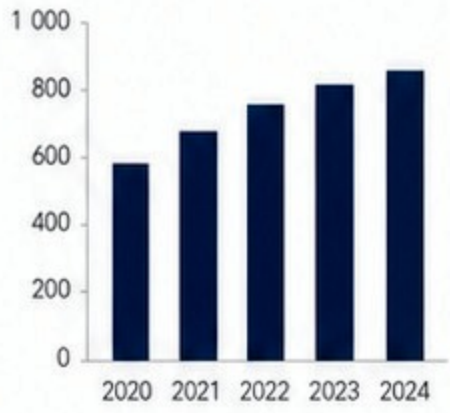
млн. евро



ВНОС (БЪЛГАРИЯ ← СЛОВЕНИЯ)

Стойност на стоките, които България внася от Словения.

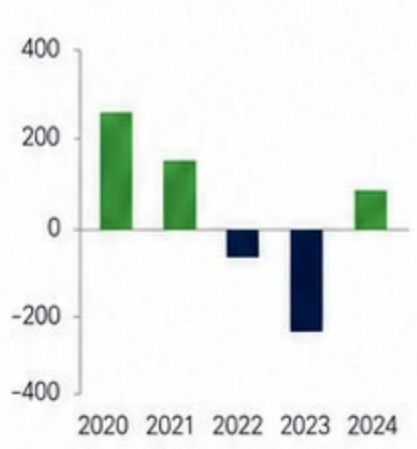
млн. евро



САЛДО (ИЗНОС – ВНОС)

Търговски баланс по българската методология.

млн. евро



ДИНАМИКА (ТЕНДЕНЦИЯ)

Индекс на промяна на износа и вноса (2020 = 100).



Забележка: Данните са илюстративни и служат за обяснение на логиката на показателите. За актуални стойности вижте НСИ.

КАК ДА ЧЕТЕТЕ ДАННИТЕ

Страницата показва българския износ към Словения, българския внос от Словения и резултата като салдо.

Използвайте структурата по стокови групи, за да разберете силните позиции и зависимостите.

Следете динамиката, за да идентифицирате устойчиви тенденции и промени във времето.

КАКВО ПОКАЗВА БЪЛГАРСКИЯТ ПРОЧИТ

- Структура на българския износ към Словения по групи стоки.
- Водещи групи стоки и концентрация на износа.
- Структура на българския внос от Словения.
- Баланс по българската методология (салдо).
- Тенденция във времето – растеж, забавяне или обръщане.

ЗАЩО Е ПОЛЕЗНО ЗА ФИРМИТЕ

- Ориентация към пазарните възможности в Словения.
- Проследяване на конкуренти и пазарни дялове.
- Фокус върху перспективни сектори и продуктови групи.
- Идентифициране на ниши и области, където България вече има сцепление.

ВАЖНО: Това е статистически прочит по НСИ.
Стойностите може да се различават от словенските данни поради различия в обхвати, методологии и класификации.

За огледалната перспектива по словенската статистика вижте стр. 57.

ГЛАВА 09

БЪЛГАРСКИ ИНВЕСТИЦИОНЕН ПРОФИЛ

В СЛОВЕНИЯ

Тази страница представя как българският капитал се проявява в Словения чрез инвестиционния поток, натрупания обем на присъствие, ключовите отрасли и регионалната концентрация.

Тази страница показва българското инвестиционно присъствие в Словения като практически профил, а не само като единична стойност.

Фокусът е върху потока, отрасловата насоченост и местата, където подобно присъствие е най-логично.

Този прочит е полезен за оценка на нишите, логиката на навлизане и възможностите за разширяване.

РЕГИОНАЛНА КАРТА НА БЪЛГАРСКОТО ПРИСЪСТВИЕ В СЛОВЕНИЯ*

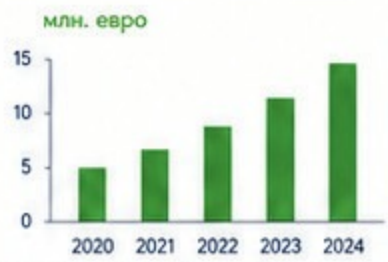


Картата е илюстративна и показва типични зони на интерес, а не официална класация.

ИНВЕСТИЦИОНЕН ПОТОК

Българските инвестиции в Словения са умерени, но устойчиви. Илюстративен поток (2020–2024):

36 млн. евро



НАЛИЧНОСТ / ПРИСЪСТВИЕ

Натрупаното присъствие показва стабилни позиции в няколко сектора. Илюстративен наличен обем:

128 млн. евро



ВОДЕЩИ СЕКТОРИ

Производство, търговия, логистика и бизнес услуги са основата на българското присъствие.



РЕГИОНАЛНА КОНЦЕНТРАЦИЯ

Присъствието е концентрирано в най-развитите и логистично значими региони.



Забележка: Данните са илюстративни и служат за ориентир.

КАК ДА ЧЕТЕТЕ ПРОФИЛА

- Потокът показва новите решения и последните тенденции.
- Натрупаният обем отразява дългосрочната стойност и устойчивост.
- Секторите показват къде българските фирми са конкурентни.
- Регионалната концентрация насочва към най-логичните локации.

КЪДЕ СЕ ВИЖДА БЪЛГАРСКО ПРИСЪСТВИЕ

- В централните и индустриално развити части на страната.
- В производствени предприятия и технологични вериги.
- В логистика, дистрибуция и складови операции.
- В услуги с висока добавена стойност и специализирани консултации.
- В нишови индустрии с дългосрочна перспектива.

КАКВО ОЗНАЧАВА ТОВА ЗА ФИРМИТЕ

- Има български референции, които улесняват доверието и контактите.
- Партньорства, клиенти и доставчици вече са активни на пазара.
- Логиката за разширяване е подкрепена от реални примери.
- Навлизането може да бъде по-бързо и по-реалистично планирано.

ВАЖНО: Тази страница е фокусирана върху българския инвестиционен профил в Словения – поток, присъствие, отрасли и концентрация.

За по-широката картина на инвестиционната среда вижте стр. 58.

ОГЛЕДАЛНА СТАТИСТИКА ПО SURS

Как Словения отчита двустранния обмен

Тази страница представя огледалната перспектива на двустранния стокообмен между Словения и България според официалната отчетност на Словенския статистически институт (SURS).

Разликите спрямо българската статистика са нормални и не означават противоречие. Те отразяват различия в методологията и гледната точка на отчитане.



КАКВО ВИЖДА СЛОВЕНСКИЯТ ПРОЧИТ

Износ на Словения към България
Стоките, които словенските компании продават на български клиенти или посредници.

Внос на Словения от България
Стоките, които словенските компании купуват от български доставчици.

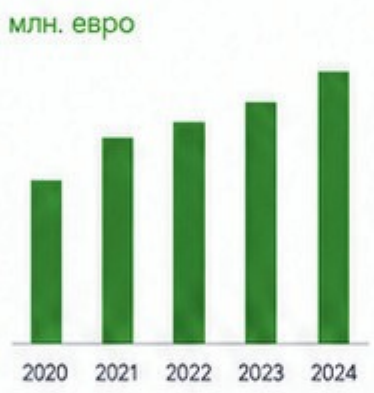
Баланс по словенската методология
Търговското салдо, изчислено според правилата на SURS.

Секторна структура
Разпределение на износа и вноса по важни групи стоки и икономически дейности.

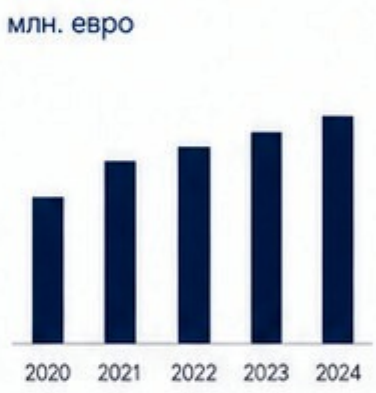
Времева динамика
Проследяване на текущите тенденции на месечна, тримесечна и годишна база.

ОГЛЕДАЛНА ПЕРСПЕКТИВА ПО SURS – КЛЮЧОВИ ПОКАЗАТЕЛИ

ИЗНОС НА СЛОВЕНИЯ КЪМ БЪЛГАРИЯ



ВНОС НА СЛОВЕНИЯ ОТ БЪЛГАРИЯ



САЛДО ПО SURS (ИЗНОС – ВНОС)



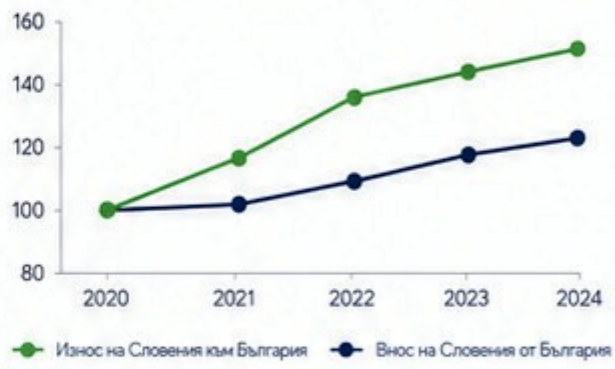
СТРУКТУРА ПО ГРУПИ СТОКИ (2024)

Дял в износа/вноса (SURS)



* Примерна структура

ТЕНДЕНЦИЯ (ИНДЕКС, 2020 = 100)



ЗАЩО СТОЙНОСТИТЕ СЕ РАЗЛИЧАВАТ

- **Страна на отчитане:** всяка статистика отразява износа от собствена гледна точка.
- **Реекспорт и посредничество:** стоките могат да бъдат декларирани по различен начин при преминаване през трети страни.
- **Логистична регистрация:** различни митнически пунктове и маршрути водят до различна атрибуция.
- **Статистически прагове:** минимални стойности и изключения (микропратки, ремонти, временни операции).
- **Методология:** SURS прилага правилата на ЕС, но с някои национални особености в обработката.
- **Класификация на стоките:** различно тълкуване на кодове и агрегиране на групи.

КАК ДА ПОЛЗВАТЕ ДВЕТЕ СТРАНИЦИ ЗАЕДНО

- Стр. 55 показва как България отчита обмена; стр. 57 – как го отчита Словения.
- Използвайте и двете гледни точки за пълна картина и по-добро планиране.
- Съгласувайте данните с вашите вътрешни отчети и партньори.
- Разликите са очаквани – фокусът е върху тенденциите, не върху една точка.

ПРАКТИЧЕСКИ ПОЛЗИ

- По-точна оценка на пазарния потенциал в двете държави.
- По-добро стратегическо планиране на доставки и продажби.
- По-добра подготовка при преговори, финансиране и застраховане.
- По-лежаво управление на веригата за доставки.

ВАЖНО: ОГЛЕДАЛНА СТАТИСТИКА ПО SURS

Тази страница представя огледалната перспектива според словенската отчетност. За пълна картина четете заедно със стр. 55.

Двете гледни точки се допълват и водят до по-информирани решения.

ГЛАВА 09

СЛОВЕНИЯ КАТО ИНВЕСТИЦИОННА СРЕДА

Какво търсят инвеститорите и къде е логиката на средата

Тази страница обяснява защо Словения привлича капитал: предвидима институционална рамка, достъп до пазара, квалифицирана работна сила, силна индустриална база и стратегическо позициониране в региона.



ЗАЩО ИНВЕСТИТОРИТЕ ИЗБИРАТ СЛОВЕНИЯ



СТАБИЛНА СРЕДА
Член на ЕС и еврозоната, предвидима правна, независима институции и последователна икономическа политика.

ДОСТЪП ДО ПАЗАРИ
В рамките на един работен ден – до Австрия, Италия, Хърватия и Унгария; бърз достъп до пазарите на ЕС и Западните Балкани.

КВАЛИФИЦИРАН ТРУД
Добро съотношение квалификация, силна STEM база, висока заетост и култура на професионално компетентност.

ИНДУСТРИАЛНА БАЗА
Развита производствена екосистема, инженерен традиции, мрежа от доставчици и ориентация към качество и иновации.

ОПЕРАТИВНА ПРЕДВИДИМОСТ
Ефективна администрация, дигитални услуги и ясни процедури ускоряват – по-малко несигурност и по-ниски разходи за планиране.

КАК ИЗГЛЕЖДА ИНВЕСТИЦИОННИЯТ ПРОФИЛ

ВОДЕЩИ ИЗТОЧНИЦИ НА ПЧИ
Основни инвеститори са компаните от ЕС – Германия, Австрия, Италия, Нидерландия и Франция – както и инвеститори от САЩ и Азия.

Потокът е устойчив и диверсифициран, с акцент върху дългосрочни производствени и технологични проекти.

СЕКТОРИ С КОНЦЕНТРАЦИЯ
Производството на машини и оборудване, автомобилни компоненти, фармация и биотехнологии, електроника, логистика и дигитални услуги.

Силна екосистема от доставчици, инженерни центрове и ориентация към виско с висока добавена стойност.

РЕГИОНАЛНА ЛОГИКА
Словения комбинира централноевропейски пазарен достъп с адриатическо излазно предимство.

Това позволява ефективно обслужване на Централна Европа, Австрия, Северна Италия, Хърватия и пазарите на Западните Балкани.

ВОДЕЩИ СЕКТОРИ
- Машини и индустриално оборудване
- Автомобилни компоненти и системи
- Фармация и медицина
- Логистика и транспорт
- Направление производство и електроника
- Бизнес услуги и ИТ

КАКВО СМЯТА ИНВЕСТИТОРЪТ
- Наличност и качество на работната сила
- Енергийна надеждност и разходи
- Достъп до пазарате и индустриални зони
- Стабилност на веригата на доставки
- Скорост на създаване и разширяване
- Мрежа от доставчици и партньори

КЪДЕ Е РЕГИОНАЛНАТА СТОЙНОСТ
- Централноевропейски хъб с бърз достъп до 180 млн.+ потребители
- Адриатически коридор за морска логистика
- Естетсвен мост между Австрия, Северна Италия, Хърватия и Западните Балкани
- По-ниска логистика, по-ниски разходи, по-бързи доставки

КАКЪВ РИСК ДА НЕ СЕ ПОДЦЕНЯВА
- По-висока ценова база спрямо региона в някои дейности
- Конкуренция за квалифицирани кадри в ключови сектори
- Ограничения в мащаба – нужда от интернационализация
- Регулаторни и екологични изисквания – изискват ранно планиране

ОТ ИНТЕРЕС КЪМ РЕАЛНА ИНВЕСТИЦИЯ

1 ПЪРВИЧЕН АНАЛИЗ
Оценка на стратегическото съответствие и пазарни плюсове.

2 ПРОВЕРКА НА СЕКТОРА
Детайли за търсене, конкуренция, регулации и трудова пазара.

3 ЛОКАЦИЯ / ПАРТНЬОР
Избор на региони, локации и ключови партньори.

4 ФИНАНСОВ МОДЕЛ
Инвестиция, разходи, потокове и сценарии на възвръщаемост.

5 РЕШЕНИЕ
Одобрение, структура на проекта и старт на реализация.

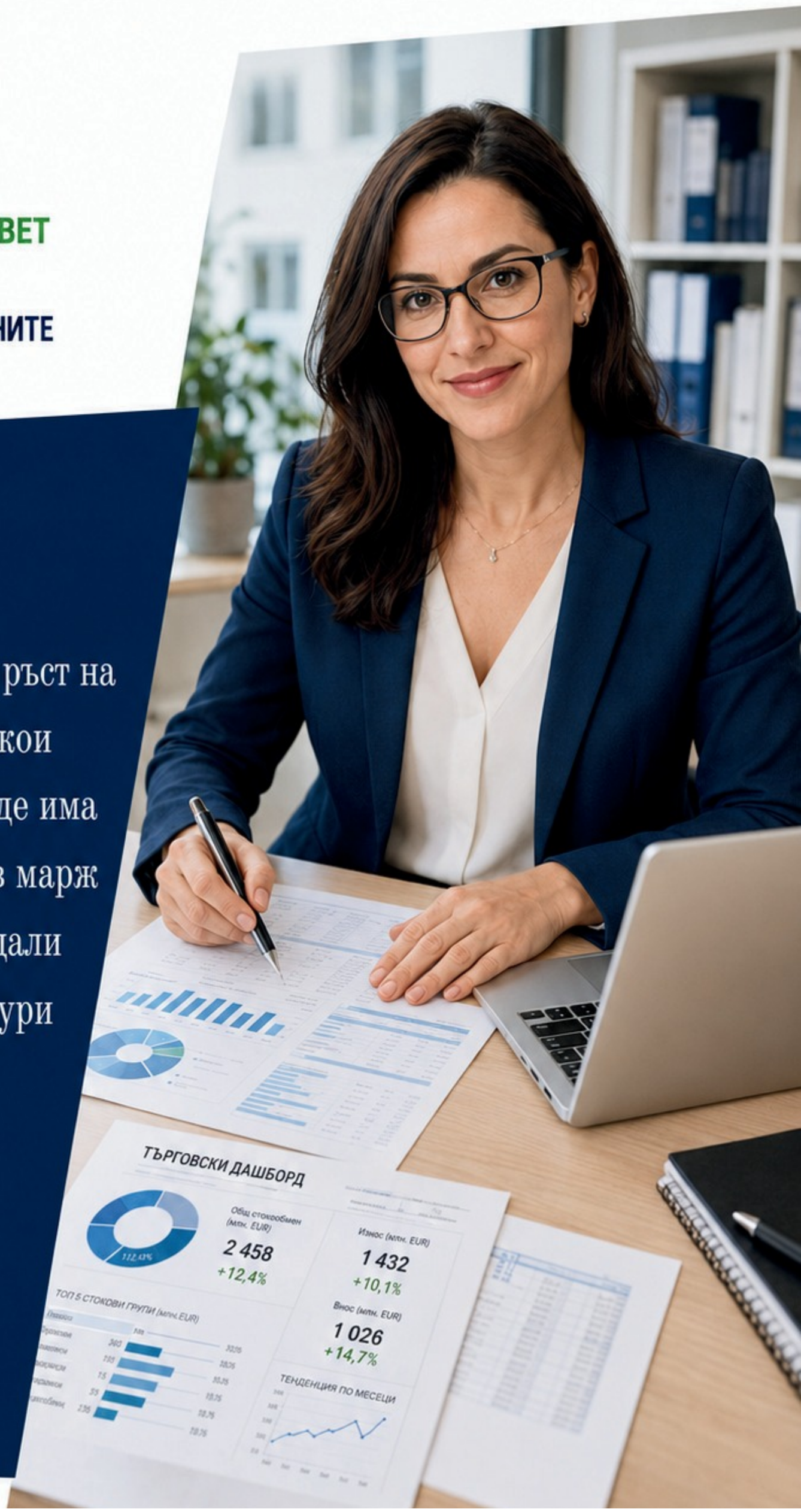
Тази страница показва Словения като инвестиционна среда.
За конкретен пример на българска инвестиционна присъствие вижте стр. 56.

Продължете към стр. 59, където ще намерите практическите стъпки за инвеститора.

ГЛАВА 09

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

КАК ДА ЧЕТЕМ ДАННИТЕ



“

Не гледайте само общия ръст на стокообмена. Проверете кои стокови групи растат, къде има устойчиво търсене, какъв марж остава след логистика и дали партньорът може да осигури повторяеми поръчки.

Данните са полезни само когато водят до конкретно решение.

ГЛАВА 10

КОНТАКТИ И ИНСТИТУЦИОНАЛНА ПОДКРЕПА

Към кого да се обърнат българските компании в Словения и как най-ефективно да използват институционалната подкрепа.

> Добрата институционална подкрепа спестява време, намалява риска и ускорява навлизането на пазара.

- Къде започва първият институционален контакт
- Каква подкрепа да очаквате от Посолството и СТИВ
- Кои словенски институции са ключови за бизнеса
- Как да структурирате комуникацията си ефективно



ПОСОЛСТВО

Дипломатическа подкрепа, връзки с институции и съдействие за бизнеса.

СТИВ

Служба по търговско-икономически въпроси в Любляна.

КОНТАКТИ И КООРДИНАЦИЯ

Практични съвети за ефективна комуникация и институционална координация.

ГЛАВА 10

ПОСОЛСТВО НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ В СЛОВЕНИЯ

Дипломатическо представителство, институционални контакти и подкрепа за официални и бизнес инициативи.



Посолство на Република България в Словения

1. КАКВО ПРАВИ ПОСОЛСТВОТО

- представлява България в Словения
- подкрепя политически и институционални контакти
- съдейства за официални визити и двустранни инициативи
- подпомага комуникацията с местни институции
- консулската служба обслужва български граждани

2. КОГА ДА СЕ ОБЪРНЕТЕ КЪМ ПОСОЛСТВОТО

- официални контакти и институционални въпроси
- съдействие при посещения на делегации и срещи
- връзка с държавни органи и организации
- институционална координация и партньорства
- консулска тематика и съдействие на граждани

Посланик
Красимир Божанов



Извънреден и пълномощен посланик на Република България в Република Словения. Ръководи дипломатическата мисия и отговаря за цялостното представителство на България, политическия диалог и институционалната координация.



КОНТАКТИ

Адрес:	Stara Ježica 9a, 1000 Ljubljana
Тел.:	+386 1 28 32 899; +386 1 28 32 900
E-mail:	Embassy.Ljubljana@mfa.bg
Работно време:	8:30–16:00
Консулска служба:	9:00–13:00
Спешен телефон:	+386 41 722 238

ГЛАВА 10

СЛУЖБА ПО ТЪРГОВСКО-ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ВЪПРОСИ

Практическа подкрепа за български компании на словенския пазар.



Светослав Стойнев

Ръководител на СТИВ – Любляна

Министерство на икономиката, инвестициите и индустрията

E-mail:
s.stoynev@mi.government.bg

Тел.:
+386 1 28 32 899

Адрес за кореспонденция:
Stara Ježica 9a, 1000 Ljubljana

1. КАКВО ПРАВИ СТИВ

- Подготвя пазарна и секторна информация за Словения.
- Идентифицира потенциални партньори и институции.
- Съдейства при бизнес срещи и делегации.
- Ориентира относно местната бизнес среда и събития.
- Свързва фирмите с релевантни словенски организации.

2. КАКВО СТИВ НЕ ПРАВИ

- Не замества адвокат, счетоводител или данъчен консултант.
- Не действа като търговски представител за комисиона.
- Не гарантира сключване на договори, плащания или търговски резултати.

3. КОГА ДА ПОТЪРСИТЕ СЪДЕЙСТВИЕ

- Преди първо посещение на пазара.
- Когато избирате сектори или целеви партньори.
- Преди бизнес форуми или срещи.
- Когато имате нужда от институционална ориентация.

4. КАК ДА ПОДГОТВИТЕ ПЪРВИЯ КОНТАКТ

- Кратко представяне на фирмата.
- Продукт/услуга – какво предлагате.
- Цел за словенския пазар (партньорство, дистрибуция, инвестиция и др.).
- Искан тип съдействие от СТИВ.
- Предпочитан период за срещи.

ПРОЦЕС НА СЪДЕЙСТВИЕ

1. ПЪРВИ КОНТАКТ
Изпращане на запитване с основна информация.

2. АНАЛИЗ
СТИВ оценява нуждите и възможностите.

3. СЪДЕЙСТВИЕ
Предоставяне на информация, контакти и организиране на срещи.

4. СВЪРЗВАНЕ
Представяне с релевантни словенски институции и партньори.

5. ПРОСЛЕДЯВАНЕ
Подкрепа и проследяване на следващите стъпки.

ГЛАВА 10

КАК ДА ИЗПОЛЗВАТЕ ПОДКРЕПАТА ЕФЕКТИВНО

Практически модел за комуникация, проверки и следващи стъпки.



ПЪТ НА ФИРМАТА

1. **ПОДГОТОВКА**
   Проучете пазара, сектора и партньорите. Подгответе ясни цели и материали.
2. **ПЪРВИ КОНТАКТ**
   Изпратете кратък и структуриран имейл с конкретно искане. Очаквайте потвърждение.
3. **СРЕЩИ**
   Участвайте активно, задавайте въпроси и уточнявайте следващи стъпки.
4. **ПРОВЕРКИ**
   Проверете изисквания, регулации, субсидии и партньори чрез надеждни източници.
5. **УСТАНОВЯВАНЕ**
   Подгответе план за навлизане и изпълнете следващите стъпки заедно с партньорите.

КЪМ КОГО ЗА КАКВО

ПОСОЛСТВО	СТИВ	СЛОВЕНСКИ ИНСТИТУЦИИ	ВЪНШНИ ЕКСПЕРТИ
✓ Първоначална ориентация и насоки за пазара	✓ Търговско-икономически данни и пазарна информация	✓ Регулации, лицензи и административни процедури	✓ Пазарни проучвания и анализи
✓ Свързване с ключови институции и контакти	✓ Подбор на партньори и контактни листи	✓ Данъци, трудово право и стимули	✓ Правни и счетоводни услуги
✓ Подкрепа при институционални въпроси и посещения	✓ Организиране на срещи и бизнес мисии	✓ Програми за финансиране и публични поръчки	✓ Сертифициране, стандарти и технически въпроси

КАКВО ДА ИЗПРАТИТЕ ОЩЕ В ПЪРВИЯ ИМЕЙЛ

- Кратко представяне на компанията
- Продукт/услуга и ключови предимства
- Цел на контакта (информация, партньорство, пазар, среща и др.)
- Желан тип партньор или институция
- Предпочитан срок за отговор/среща
- Линк към фирмения уебсайт
- Език на комуникация

ИЗБЯГВАЙТЕ

- ✗ Прекалено общи запитвания без конкретна цел.
- ✗ Непълна фирмена информация и липса на контекст.
- ✗ Липса на ясен follow-up и напомняне.
- ✗ Смесване на институционални и чисто търговски искания.
- ✗ Очакване на директни препоръки без предварителна подготовка.

ПРАКТИЧЕСКИ ИЗВОД

Добрата подготовка, ясните и конкретни запитвания и последователното проследяване повишават качеството и скоростта на отговор и водят до устойчиви бизнес резултати.

ГЛАВА 10

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТ

ПОДГОТОВКА / ПЪРВА ПРОВЕРКА И КОНКРЕТНО ПРЕДЛОЖЕНИЕ



“Преди да предприемете конкретни действия на словенския пазар, потърсете предварителна информация, проверете партньорите и подгответе ясно предложение. Добрата подготовка спестява време, разходи и грешни очаквания.

Ранната и добра подготовка ускорява процеса и намалява риска от излишни разходи и забавяния.



DOING BUSINESS IN SLOVENIA

ПРАКТИЧЕСКИ НАРЪЧНИК ЗА БЪЛГАРСКИ КОМПАНИИ

Настоящият наръчник е изготвен като практическа отправна точка за българските компании, които проучват възможности за пазарно присъствие, партньорства и развитие на стопанска дейност в Словения.

СТИВ – Любляна

подпомага българския бизнес чрез информация, насочване и съдействие при първи институционални и делови контакти.

СЛУЖБА ПО ТЪРГОВСКО-ИКОНОМИЧЕСКИ ВЪПРОСИ В ЛЮБЛЯНА
ПОСОЛСТВО НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ В СЛОВЕНИЯ

BGOSI



2026