



# บริษัทต่างชาติรุกขยาย การลงทุนในฮังการี หมวดอาหารสัตว์-วัสดุก่อสร้าง

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ WEEKLY NEWS

สคต. ณ กรุงบูดาเปสต์ 7 – 13 พฤศจิกายน 2564

<http://www.thaitradebudapest.hu> FB: @ThaiTradeBudapest



เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2564 สำนักงานส่งเสริมการลงทุนประเทศฮังการี (Hungarian Investment Promotion Agency) รายงานว่า บริษัท Nestlé Hungária ซึ่งเป็นบริษัทผลิตอาหารและเครื่องดื่มในเครือของบริษัท Nestlé ที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ประกาศแผนการลงทุนขยายโรงงานผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง ฌ เมืองบึค (Bük) ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของประเทศฮังการี ใกล้ชายแดนประเทศออสเตรีย เพิ่มไลน์การผลิตสินค้าโดยการเปิดโรงงานผลิตอาหารสัตว์ชนิดเปียกเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งแห่ง ขนาดพื้นที่ 16,000 ตารางเมตร

แผนการลงทุนดังกล่าวมีมูลค่ากว่า 3.5 หมื่นล้านโฟรินท์ (ประมาณ 3.6 พันล้านบาท) รวมถึงการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับระบบการผลิตบรรจุภัณฑ์ถุงอะลูมิเนียม และการนำหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยทุ่นแรงในขั้นตอนการผลิต ด้านการจ้างแรงงาน บริษัทฯ วางแผนจะจ้างแรงงานเพิ่มเติมในโรงงานประมาณ 120 คน โดยที่ทั้งพนักงานใหม่และพนักงานเดิมกว่า 2,000 ราย จะต้องผ่านการอบรมทักษะการใช้เทคโนโลยีการผลิตทันสมัยเพิ่มเติม





โรงงานผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง ณ เมืองบึค (Bük) เป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ของ Nestlé ในภูมิภาคยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก นอกจากนี้ บริษัท Nestlé Hungária ยังมีโรงงานผลิตสินค้าประเภทอื่นในฮังการีอีก 2 แห่ง ได้แก่

- โรงงานผลิตกาแฟและโกโก้ผง ณ เมืองเซอร์เรนซ์ (Szerencs) ตัวอย่างสินค้า ได้แก่ ช็อกโกแลตผงสำเร็จรูป ยี่ห้อ Nesquik และกาแฟผงสำเร็จรูป ยี่ห้อ Nescafé 3in1 รุ่นที่จำหน่ายในทวีปยุโรป ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศฮังการี

- โรงงานผลิตขนมที่ทำจากช็อกโกแลต หรือช็อกโกแลตขึ้นรูป ณ เมืองดีโอสเยอร์ (Diósgyőr) ตัวอย่างสินค้ายอดนิยม ได้แก่ ช็อกโกแลตรูปขานตาคลอส ไซอิส์เตอร์ และกระต่ายอิส์เตอร์ ยี่ห้อ Smarties, BOCI และ Nestlé ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศฮังการี

ซึ่งทั้งสองโรงงานล้วนแต่เป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าที่สำคัญในภูมิภาคยุโรปกลางและตะวันออกเช่นกัน

บริษัท Nestlé Hungária คาดการณ์ว่า ภายในไตรมาสที่ 4 ปี 2565 กำลังการผลิตสินค้าอาหารสัตว์ของโรงงานจะเพิ่มขึ้นอีก 50,000 ตันต่อปี ช่วยขยายกำลังการขนส่งสินค้าทางรถบรรทุกและการผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ของเครือ Nestlé ประเทศฮังการี ได้ราว 30% อีกทั้งจะเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าต่อการจำหน่ายในประเทศ จากอัตราส่วน 85:15 เป็น 90:10 ซึ่งหมายถึงฮังการีจะสามารถส่งออกสินค้าหมวดอาหารสัตว์ได้มากขึ้น

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของฮังการี Mr. Péter Szijjártó กล่าวว่า รัฐบาลฮังการีสนับสนุนการลงทุนของบริษัทด้วยงบประมาณ 363 ล้านฟอรินท์ (ประมาณ 37 ล้านบาท) ทั้งนี้ การขยายโรงงานดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจฮังการีได้มากขึ้น เนื่องจากจะช่วยให้พลเมืองฮังการีมีงานทำ เพิ่มคุณภาพชีวิตในการครองชีพแล้ว อีกทั้ง Supplier วัตถุดิบ เช่น เนื้อสัตว์ ดอกคาโนล่า ข้าวโพด ข้าวสาลี และข้าวบาร์เลย์ สำหรับการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงของโรงงาน ส่วนใหญ่มาจากเกษตรกรและผู้ผลิตในฮังการี

ก่อนหน้านี้ เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2564 รพ.กต. Szijjártó แถลงว่า บริษัทผู้ผลิตสินค้าวัสดุก่อสร้างสัญชาติสวิส Swiss Krono ประกาศแผนการลงทุนขยายโรงงานผลิตพื้นไม้ ณ เมืองวาซาโรชอนเมย์ (Vásárosnamény) ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศฮังการี ใกล้ชายแดนประเทศยูเครนและโรมาเนีย โดยแผนการลงทุนดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 1.7 พันล้านฟรินท์ (ประมาณ 1.7 ร้อยล้านบาท) คาดว่าจะจ้างแรงงานสำหรับไลน์การผลิตใหม่ได้เพิ่ม 28 ตำแหน่ง ทั้งนี้ รัฐบาลฮังการีจะอุดหนุนงบประมาณช่วยเหลือในวงเงิน 2.5 พันล้านฟรินท์ (ประมาณ 2.6 ร้อยล้านบาท) เพื่อสนับสนุนการลงทุนดังกล่าว

ปัจจุบัน สวิตเซอร์แลนด์เป็นประเทศที่มีมูลค่ากิจกรรมการลงทุนในฮังการีสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 11 และมีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศกับฮังการีกว่า 1.2 หมื่นล้านยูโร (ประมาณ 4.5 หมื่นล้านบาท) ในช่วงเดือนมกราคม - สิงหาคม 2564

## ข้อคิดเห็น/บทวิเคราะห์

บริษัทสัญชาติยุโรปจำนวนมากนิยมเลือกมาตั้งโรงงานผลิตสินค้าและศูนย์บริการธุรกิจร่วม Shared Service Center (SSC) ภายในภูมิภาคยุโรปกลาง เช่น โปแลนด์ ฮังการี สโลวาเกีย และเช็ก เนื่องจากมีต้นทุนราคาที่ดิน และค่าจ้างแรงงานที่มีฝีมือที่ถูกกว่าประเทศในยุโรปตะวันตก อีกทั้งยังได้สิทธิพิเศษทางภาษีอากรภายในเขตสหภาพยุโรป ที่มีต้องเสียภาษีนำเข้า และใช้เวลาขนส่งน้อย เนื่องจากระบบโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ทางหลวงระหว่างประเทศ เส้นทางรถไฟ และท่าอากาศยานนานาชาติ ในภูมิภาคยุโรปกลางค่อนข้างครอบคลุม ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าภายในภูมิภาค เมื่อเทียบกับการนำเข้าสินค้าจากนอกสหภาพยุโรปที่ใช้เวลานานมากขึ้น โดยเฉพาะหลังจากระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

สถานการณ์ดังกล่าวอาจเป็นได้ทั้งโอกาสและความท้าทายของนักลงทุนไทย กล่าวคือ หากเป็นสินค้าที่สามารถหาวัตถุดิบท้องถิ่นและผลิตได้ภายในสหภาพยุโรป ผู้จัดจำหน่ายมีแนวโน้มจะเลือกผู้ผลิตที่อยู่ใกล้กับตนมากกว่า สินค้าไทยจึงต้องพัฒนาคุณสมบัติให้โดดเด่นจากสินค้าในท้องถิ่น หากเป็นสินค้าอาหารและเครื่องสำอาง การใช้วัตถุดิบที่ไม่มีในพื้นที่ เช่น ผลไม้เมืองร้อน



และสมุนไพรไทย เป็นหนึ่งหนทางที่ผู้ส่งออกสินค้าอาจพิจารณาได้ นอกจากนี้ สินค้าทางการเกษตรบางประเภท เช่น ยางพารา อาหารทะเล ยังเป็นสินค้าที่ผู้นำเข้าในสหภาพยุโรปต้องการอยู่เสมอ ภาครัฐจึงควรส่งเสริมการส่งออก แปรรูป เพิ่มมูลค่าสินค้า และสนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในต่างประเทศ หรือเวทีเจรจาจับคู่ธุรกิจทางช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ส่งออกไทยแข่งขันกับต่างประเทศได้

คุณลักษณะที่น่าสนใจของระบบธุรกิจในฮังการี คือ มีการบูรณาการกฎหมายฮังการีกับกฎหมายภายในสหภาพยุโรป หรือเรียกว่าทำให้กฎหมายดังกล่าวสอดคล้องกัน (Legal Harmonization) ซึ่งเอื้อต่อการขยายธุรกิจไปยังประเทศสมาชิก สหภาพยุโรปอื่นๆ และขอรับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนสหภาพยุโรปในด้านต่างๆ เช่น การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม การขยายกรอบอัตราค่าจ้างแรงงาน และการลงทุนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีอัตราภาษีที่เอื้อต่อการลงทุนทำ ธุรกิจ เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคลเพียง 9% และไม่คิดภาษีจากกำไรจากทุน

นอกจากนี้ รัฐบาลฮังการีมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนหลายประการ เช่น สนับสนุนงบประมาณสำหรับการลงทุนในเมือง อื่นๆ ในภูมิภาค ที่มีใช้กรุงบูดาเปสต์และหัวเมืองใหญ่ เพื่อขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานในเขตชนบท รวมทั้งการสนับสนุนงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

ทว่าข้อจำกัดประการหนึ่งของระบบเศรษฐกิจฮังการี คือ มีอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มที่สูงที่สุดในสหภาพยุโรป (27%) โดยสินค้า อุปโภคบริโภคบางประการ มีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราต่ำลงที่ 5% (เช่น หนังสือ บริการอินเทอร์เน็ต ยารักษาโรค เนื้อสัตว์ ค่าสาธารณูปโภคเช่นแก๊สทำความอบอุ่น) และ 18% (เช่น นม ขนมปัง)

ปัจจุบัน บริษัทไทยที่มีการลงทุนในฮังการี คือ บริษัท Thai President Foods ที่มาลงทุนซื้อโรงงานผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เก่าและปรับปรุงเป็นโรงงานผลิตสินค้าแบรนด์ของตน (ยี่ห้อ Thai Chef) เพื่อส่งออกสินค้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปไปยังตลาด ภายในพื้นที่ทวีปยุโรป เมื่อปี 2558 ช่วยลดต้นทุนเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าโดยตรงมาจากประเทศไทยอย่างมาก

หน่วยงานที่เป็นผู้ประสานงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสการลงทุนในฮังการี และสิทธิประโยชน์ของนักลงทุน คือ Hungarian Investment Promotion Agency ([www.hipa.hu](http://www.hipa.hu)) โดยอุตสาหกรรมหลักที่มีการลงทุนจากต่างประเทศและเป็นที่ต้องการของรัฐบาลฮังการี ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ICT ศูนย์บริการธุรกิจ (Business Service Center หรือ Shared Service Center) พลังงานหมุนเวียน เทคโนโลยีทางการแพทย์และชีววิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมการผลิต อาหาร และโลจิสติกส์

แหล่งข้อมูล: Budapest Business Journal, Hungarian Investment Promotion Agency, Hungary Today, Napi.hu

\*\*\*\*\*

สศต. ณ กรุงบูดาเปสต์  
พฤศจิกายน 2564  
