



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Raport Sektorowy
**Sektor spożywczy
na Węgrzech**



**SEKTOR SPOŻYWCZY
NA WĘGRZECH**

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny.
Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne
i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

PAIH S.A. nie ponosi odpowiedzialności za sposób wykorzystania
zamieszczonych w niniejszej publikacji informacji oraz za możliwe
konsekwencje jakichkolwiek działań podjętych w oparciu o te informacje.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Warszawa, październik 2018 r.

Spis treści

1.	Produkcja sektora spożywczego	4
2.	Krajowa sprzedaż sektora spożywczego	6
3.	Rozwój sprzedaży eksportowej sektora spożywczego	8
4.	Rynek pracy w sektorze spożywczym.	9
5.	Podstawowe informacje o przedsiębiorstwach spożywczych	12
6.	Kanały sprzedaży na Węgrzech - prognozy	15
7.	Perspektywy dla sektora spożywczego	18
8.	Kontakty	22



1. Produkcja sektora spożywczego

Wydajność węgierskiego przemysłu spożywczego w ostatnich czterech latach stabilnie rosła, w tym zarówno wartość produkcji, jak i sprzedaży. Wpływ na pozytywne wyniki sektora spożywczego miał na pewno rosnący eksport, ale również zwiększony popyt wewnętrzny. W omawianym okresie większość podsektorów wzrosła o ponad jedną czwartą, pozostałe osiągnęły zbliżone wyniki. Wyjątek stanowią jedynie produkty przetwórstwa zbóż i skrobi, gdzie spadek wynika ze zmiany w klasyfikacji TEÁOR, co doprowadziło do nadwyżki w produkcji pasz.

Na Węgrzech konsumencki koszyk dóbr i usług zawiera wyższy, bo 24 – procentowy udział produktów spożywczych, w porównaniu ze średnią UE wynoszącą 13%.

Wartość produkcji całego sektora wyniosła w 2016 roku 2 880,1 mld HUF – co daje 16 miejsce wśród państw członkowskich UE i 1% produkcji UE – wzrost o 1,4% w porównaniu do roku poprzedniego.

Wartość produkcji spożywczej z podziałem na podsektory

	2013	2014	2015	2016	2017
Razem w mld HUF	1612	1678	1681	1712	1825
Produkcja i przetwórstwo wyrobów mięsnych	419	411	407	409	457
Przetwórstwo owoców	72	74	70	86	87
Produkcja olejów roślinnych i zwierzęcych	55	61	78	83	84
Przetwórstwo mleka	196	220	202	205	228
Produkty zbożowe, skrobia	117	107	103	96	98
Produkcja wyrobów piekarniczych i makaronów	170	182	177	185	192
Produkcja innych art. spożywczych	129	126	135	121	122

Produkcja pasz	145	161	154	176	181
Produkcja napojów	295	321	340	337	361
Produkcja art. tytoniowych	10	9	9	9	12

Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018

Udział sprzedaży eksportowej przemysłu spożywczego w całkowitej sprzedaży sektora

W mld HUF	2013	2014	2015	2016	2017
Sprzedaż eksportowa	1012	1046	1147	1159	1212
Całkowita wartość sprzedaży	2624	2725	2828	2872	3038
%	38	38	40	40	39

Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018



2. Krajowa sprzedaż sektora spożywczego

Sprzedaż krajowa sektora w ciągu ostatnich pięciu lat wzrosła łącznie o 13,2%. Wzrosty produkcji zauważalne są we wszystkich podsektorach, ale szczególnie dynamicznie rosła produkcja oleju roślinnego i tłuszczu zwierzęcego, których wartość sprzed 5 lat wzrosła aż o 150%.

Produkcja tytoniu, pasz i napojów wzrosła o około 25%, zaś przetwórstwo i konserwowanie owoców i warzyw niemal o 20%.

Produkty przetwórstwa zbóż, produkcja skrobi systematycznie spadała. Podobnie jak w przypadku spadków produkcji niektórych innych podsektorów i spektakularnych wzrostów poziomu produkcji np. pasz, wynikają one ze zmiany klasyfikacji TEÁOR pomiędzy 2015 a 2016 r., kiedy to duże firmy, dotychczas uznawane jako producentów żywności, zaklasyfikowano do kategorii producentów pasz.

Sprzedaż krajowa z podziałem na podsektory (w cenach bieżących)

	2013	2014	2015	2016	2017
Razem w mld HUF	1612	1678	1681	1712	1825
Produkcja i przetwórstwo wyrobów mięsnych	419	411	407	409	457
Przetwórstwo owoców	72	74	70	86	87
Produkcja olejów roślinnych i zwierzęcych	55	61	78	83	84
Przetwórstwo mleka	196	220	202	205	228
Produkty zbożowe, skrobia	117	107	103	96	98
Produkcja wyrobów piekarniczych i makaronów	170	182	177	185	192
Produkcja innych art. spożywczych	129	126	135	121	122

Produkcja pasz	145	161	154	176	181
Produkcja napojów	295	321	340	337	361
Produkcja art. tytoniowych	10	9	9	9	12

Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018

Sprzedaż krajowa sektora spożywczego wzorem lat ubiegłych rosła również w 2017 r. Zdecydowana większość podsektorów spożywczych za ubiegły rok wykazała wzrosty produkcji i sprzedaży. Wyjątek stanowiło przetwórstwo owoców i warzyw oraz ich konserwowanie, produkty przetwórstwa zbóż, produkcja skrobi i inne, które wykazało obniżkę produkcji. Wielkość produkcji napojów i pasz wzrosła prawie o 25%, (doskonałe wyniki tej ostatniej branży spowodowane zostały ww. zmianą systemu klasyfikacji działalności TEAOR).

Zmiana wolumenu sprzedaży krajowej z podziałem na podsektory

	2013	2014	2015	2016	2017	2012-2017
Razem w mld HUF	-2,8	4,5	1,1	1,6	1,9	6,3
Produkcja i przetwórstwo wyrobów mięsnych	-3,2	-2,2	1,7	1,6	4,6	2,3
Przetwórstwo owoców	-8	-1,5	-9,3	16,7	-1,1	-5,1
Produkcja olejów roślinnych i zwierzęcych	-23,1	11,9	17,8	1,8	0,4	3,6
Przetwórstwo mleka	-1,1	5,4	-1,4	5,2	-0,9	7,2
Produkty zbożowe, skrobia	-4,7	0	-0,4	-6,3	4,5	-7,1
Produkcja wyrobów piekarniczych i makaronów	-4,7	9,2	-2,1	3,8	-0,2	5,5
Produkcja innych art. spożywczych	6,7	0,4	6,3	-13,9	-3,7	-5,6
Produkcja pasz	-9,2	17,4	-2,4	13,7	0,8	19,2
Produkcja napojów	4,8	8,6	3,5	-1,9	3,8	19,9
Produkcja art. tytoniowych	2,8	-3,3	-13	4,6	24,5	12,6

Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018



3. Rozwój sprzedaży eksportowej sektora spożywczego

W latach 2013-2017 eksport sektora spożywczego wzrósł prawie o jedną piątą (19,8%). Na szczególną uwagę zasługuje wzrost wartości sprzedaży przetwórstwa owoców i warzyw oraz produkcja paszy oraz przetwórstwo mleka, z wyjątkowymi wynikami w 2015, 2016 i 2017 roku.

Eksport z podziałem na podsektory (w cenach bieżących)

	2013	2014	2015	2016	2017
Razem w mld HUF	1012,2	1046,8	1147,6	1159,8	1212,3
Produkcja i przetwórstwo wyrobów mięsnych	254,2	253,5	283,8	305,1	292,3
Przetwórstwo owoców	131,4	148,3	143,1	163,7	168,2
Produkcja olejów roślinnych i zwierzęcych	117,7	106,3	102,1	87,7	116,8
Przetwórstwo mleka	34,0	35,7	40,9	47,2	65,3
Produkty zbożowe, skrobia	85,4	72,5	85,5	82,7	84,8
Produkcja wyrobów piekarniczych i makaronów	35,2	36,6	40,8	38,0	40,0
Produkcja innych art. spożywczych	171,8	199,2	228,5	155,1	156,9
Produkcja pasz	95,8	106,2	130,6	190,3	191,1
Produkcja napojów	68,8	67,9	74,1	68,3	76,6
Produkcja art. tytoniowych	18,0	20,4	18,1	21,8	20,3

Źródło: özponti Statisztikai Hivatal, 2018



4. Rynek pracy w sektorze spożywczym

Przemysł spożywczy jest drugim co do wielkości pracodawcą na Węgrzech.

Liczba osób zatrudnionych w przemyśle spożywczym wzrosła o prawie 20 procent od 2012 roku.

	2012	2013	2014	2015	2016
Liczba pracowników	121000	130200	143031	140335	143754
Liczba zatrudnionych	94208	94018	96902	98225	94627
Średnia statystyczna zatrudnionych	95917	95944	98558	96712	95720

Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018

Jednym z głównych ograniczeń dalszego rozwoju przedsiębiorstw w branży spożywczej jest brak wykwalifikowanej siły roboczej. Brak fachowej wiedzy jest problemem nie tylko pracowników, ale także znacznej części kadry menedżerskiej: w przeważającej części istnieją merytoryczne lub praktyczne braki wiedzy technicznej, na przykład w zakresie środków ochrony roślin i zaopatrzenia w składniki odżywcze. Obecnie w branży znajomość języków obcych, umiejętności informatyczne, a także wiedza z zakresu zarządzania oraz regulacji prawnych są najbardziej pożądanymi na stanowiskach średniego szczebla.

Przedsiębiorstwa sektora spożywczego zaangażowane w kształcenie zawodowe zatrudniają z roku na rok coraz więcej studentów. Coraz więcej firm chce się zaangażować w praktyczne szkolenia ukierunkowane pod kątem rynku pracy.

Prawie jedna trzecia przedsiębiorstw z branży spożywczej chciałyby zatrudnić nowych pracowników:

- 51% wykwalifikowanych pracowników,
- 18% absolwentów po maturze,
- 7% z wyższym wykształceniem,
- 24% przeszkolonych pracowników.

Szczególnie duże zapotrzebowanie na pracowników jest w grupie przetwórców mięsa, hodowców zwierząt, operatorów maszyn i specjalistów w dziedzinie mechaniki.

Według przedsiębiorców, wśród osób rozpoczynających karierę brakuje umiejętności zawodowych, umiejętności myślenia systemowego oraz wiedzy ekonomicznej.

Większość liderów na rynku krajowych przedsiębiorstw spożywczych ma świadomość roli rozwoju kapitału ludzkiego. W znacznej większości rozwój wiedzy jest planowanym procesem równoległym do modernizacji technologii produkcji w firmach.

Prawie trzy czwarte (73%) firm inwestuje w szkolenia swoich pracowników. W szczególności, istnieje silna potrzeba pozyskania praktycznej wiedzy bezpośrednio wykorzystywanej w procesie produkcyjnym, która w oparciu o ocenę podmiotów sektorowych jest zapewniana głównie przez szkolenia wewnętrzne i szkolenia poza systemem szkoleniowym, oferowanym przez podmioty gospodarcze i organizacje zawodowe.

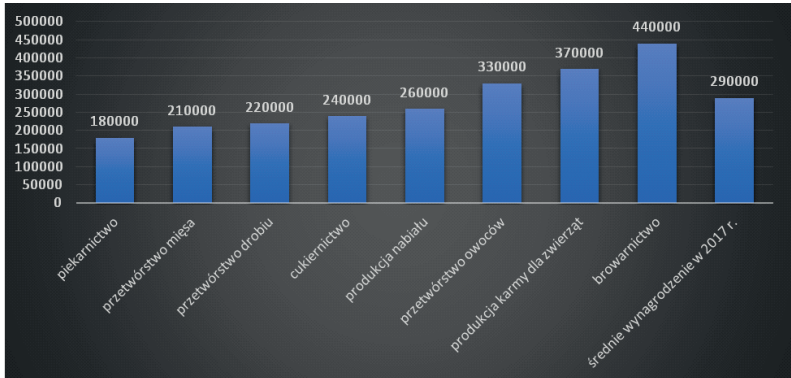
Wynagrodzenia w branży

Średnie miesięczne wynagrodzenie brutto w przemyśle spożywczym wzrosło w 2017 r. o 12% w porównaniu do 2016 r., czyli nieco poniżej średniej krajowej.

Płace wyższe od przeciętnego wynagrodzenia płacono w sektorze brodawnictwa, produkcji karmy dla zwierząt oraz produkcji nabiału.

Nieco niższy poziom osiągnęły wynagrodzenia w sektorze przetwórstwa mięsa i przetwórstwa owoców. Najślabiej wynagradzani są pracownicy w sektorze piekarnictwa.

Miesięczne wynagrodzenia brutto w 2017 roku w podziale na sektory

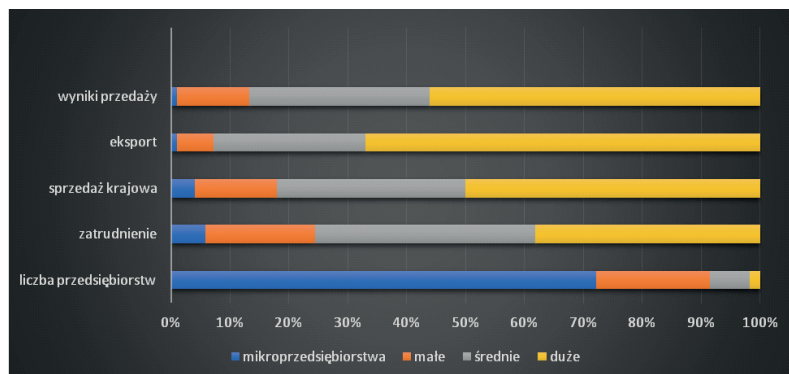


Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018



5. Podstawowe informacje o przedsiębiorstwach spożywczych

Statystycznie, w 2016 r. aż 74,9% firm spożywczych było mikroprzedsiębiorstwami, a ich sprzedaż wyniosła tylko 113,7 mld HUF. Łączny obrót 1292 małych i średnich przedsiębiorstw jedynie zbliżył się do prawie 1300 mld HUF obrotu 65 dużych firm.



Źródło: Nemzeti Adó- és Vámhivatal 2018

Udział krajowych i zagranicznych przedsiębiorstw spożywczych w rynku

Ponad 90 procent firm spożywczych znajduje się w pełni w rękach krajowych właścicieli. Generują one około 55 procent przychodów sektora.

**Porównanie udziału w rynku firm z kapitałem węgierskim i zagranicznym
ilustruje poniższa tabela:**

Udział (%)	100% firmy węgierskie		100% firmy zagraniczne	Udział (%)
90,8	4 898	Liczba przedsiębiorstw	363	6,7
66,8	63 914	Średnie zatrudnienie	21 169	22,1
54,7	1 379	Sprzedaż krajowa w mld HUF	776	30,8
32,3	419	Eksport w mld HUF	713	55,0
41,1	64	Zysk operacyjny w mld HUF	63	40,5
34,3	6	CIT w mld HUF	8	46,3
50,2	1 457	Suma bilansowa w mld HUF	1 097	37,8

Źródło: Nemzeti Adó- és Vámhivatal 2018

Przychody z przedsiębiorstw z branży spożywczej stabilnie wzrastają od trzech lat. Podstawowe wskaźniki dla sektora ilustruje poniższa tabela:

	2012	2013	2014	2015	2016
Przychody ze sprzedaży w mln HUF	1 361 582,0	1 256 314,0	1 193 319,0	1 440 429,0	1 489 239,0
Eksport % w mln HUF	45,4	46,8	52,1	45,9	47,9
Zysk operacyjny w mln HUF	15 213,0	22 697,0	38 446,0	48 416,0	63 141,0
Zysk przed opodatkowaniem w mln HUF	7924,0	6 568,0	22 238,0	46 173,0	72 200,0
Średnia liczba pracowników	19 883,0	19 944,0	19 947,0	21 667,0	21 169,0
Liczba pracowników	361,0	395,0	388,0	376,0	363,0
Kapitał akcyjny w mln HUF	114 206,0	117 016,0	112 448,0	127 773,0	129 798,0
Średnie wynagrodzenie w mln HUF/osobę	3,4	3,6	3,6	3,8	3,9
Zobowiązania podatkowe w mln HUF	3 736,0	4 511,0	5 037,0	6 688,0	7 786,0
Stopa zadłużenia w %	65,5	61,7	63,6	62,8	54,8
Obrót na pracownika w mln HUF	68,5	63,0	59,8	66,5	70,3
Zysk po opodatkowaniu w %	0,3	0,2	1,4	2,7	4,3

Źródło: Nemzeti Adó- és Vámhivatal 2018

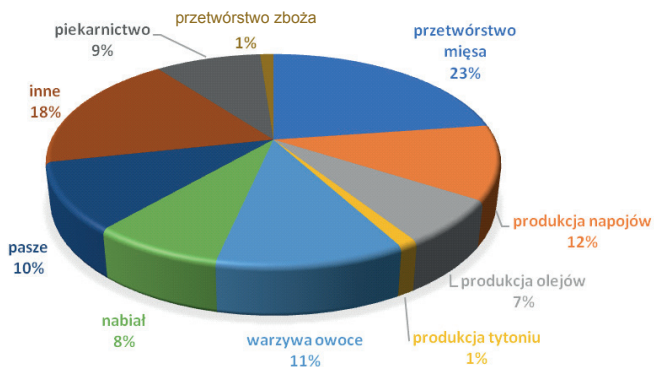
Główne wskaźniki podsektorów przemysłu spożywczego:

Proporcje zatrudnienia w przemyśle spożywczym w podziale na branże



Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018

Zysk operacyjny przed opodatkowaniem przedsiębiorstw w podziale na branże



Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018



6. Kanały sprzedaży na Węgrzech - prognozy

Utrzymujące się niskie ceny paliwa przyczyniły się w 2016 r. do znacznego wzrostu zakupów własnym transportem samochodowym. Zakupy z wykorzystaniem własnego samochodu nadal odgrywają szczególnie ważną rolę w kanale C&C. Ze względu na charakter zakupów sklepy C&C prawie wyłącznie znajdują się na obrzeżach miast lub poza nimi, gdzie 92% całkowitego obrotu generowane jest przez tego rodzaju zakupy. W hipermarketach wskaźnik ten wynosi 76%, natomiast w przypadku dyskontów 62%.

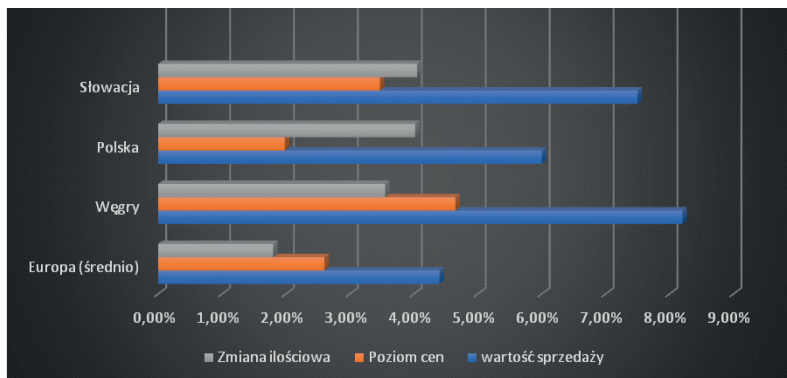
Udział płatności bezgotówkowych w transakcjach rośnie z roku na rok, osiągając w 2016 r. 36% całkowitego wolumenu płatności. Choć ich wartość znacznie różni się w zależności od kanału, liczba transakcji kartami płatniczymi stabilnie rośnie - w najszybszym tempie w drogeriach, gdzie ich wartość wzrosła o 8 punktów procentowych.

W krajowych sieciach sklepów jednorazowe, szybkie zakupy ograniczające się do 1 do 3 kategorii produktów miały niewielki udział, generując za to największą sprzedaż w dyskontach (48%). Równolegle, jednorazowe zakupy od 4 do 11 kategorii produktów stanowiły 2016 roku w hiper- i supermarketach odpowiednio 43% i 40% wartości sprzedaży.

Obroty węgierskich detalistów znajdują się w czołówce Europy.

Wartość sprzedaży detalicznej na Węgrzech wzrosła w ostatnim kwartale 2017 roku o 8,2% w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Jest to prawie dwukrotność średniej europejskiej, która w analizowanym okresie wykazała wzrost o 4,4%. Sprzedaż ilościowa wzrosła o 3,6%, podczas gdy w Europie wskaźnik ten wyniósł 1,8%.

Wzrost wartości sprzedaży detalicznej w niektórych krajach europejskich



Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018

Przychody ze sprzedaży w 2016 r. w międzynarodowych i krajowych sieciach detalicznych działających na Węgrzech (mln EUR)



Źródło: Nemzeti Adó- és Vámhivatal 2018

Perspektywy dla czołowych graczy sprzedaży detalicznej na 2018 r.:

- dla całej branży spodziewany jest dalszy, stabilny wzrost o 2,5%,
- nadal w handlu detalicznym dominować będą międzynarodowe sieci,
- pozycja lidera zostanie utrzymana przez Tesco,
- przewidywana jest dalsza ekspansja: niemieckich sieci dyskontowych,

- sieć COOP utrzyma drugą, po Tesco, pozycję pod względem udziału w rynku,
- mało prawdopodobne jest pojawienie się w branży nowego, istotnego gracza,
- w dalszym ciągu będzie malała sieć sklepów CBA, sprzedawanych na rzecz konkurentów.



7. Perspektywy dla sektora spożywczego

Dzięki rosnącym na Węgrzech płacom, obecnej niskiej inflacji i obniżeniu podatku VAT na niektóre artykuły spożywcze z 27% na 5% (nabiał, jaja, wieprzowina, ryby), przewiduje się, że przemysł spożywczy będzie w dalszym ciągu stabilnie rosnać. Według prognoz branżowych wyniki sektora mogą trwale rosnać nawet o 3-4% z r/r.

Bardziej dynamiczny wzrost branży spożywczej jest jednak ograniczony pewnymi niekorzystnymi czynnikami. Przede wszystkim węgierski przemysł spożywczy w dalszym ciągu dotyka niska wydajność i słaba rentowność przedsiębiorstw.

Należy przy tym zauważyć, że węgierski rząd przeznaczył 300 mld HUF, pochodzących w głównej mierze ze środków UE, na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw z branży spożywczej.

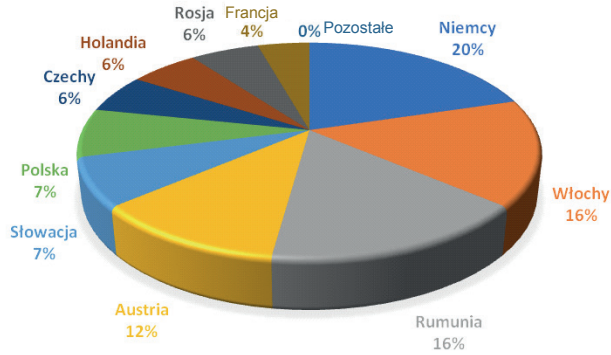
Podobnie można zakładać, że ulgi dostępne w programach rozwoju obszarów wiejskich i rozwoju gospodarczego mogą przyczynić się do poprawy konkurencyjności produkcji.

Wyniki branży za pierwszy kwartał 2018 r.

Wartość eksportu produktów rolnych i produktów żywnościowych w pierwszym kwartale br. wyniosła 2 191 mln EUR (wzrost o 1,6%), natomiast wartość importu określana jest na 1 483 mln EUR (wzrost o 9,3%). Węgierska nadwyżka w obrotach produktami rolno-spożywczymi stopniała do 708 mln EUR, 93 mln EUR mniej niż w pierwszym kwartale 2017 r.

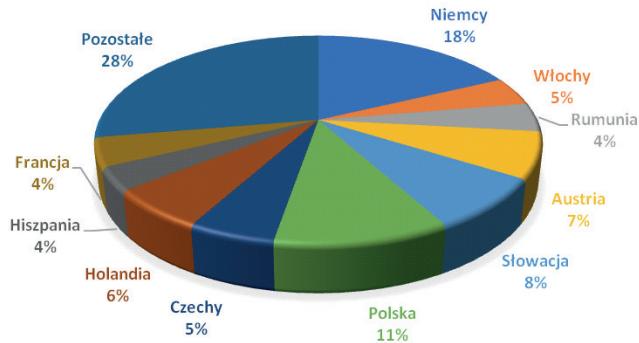
Produkty rolne i spożywcze stanowiły 8,4 procent całkowitej wartości eksportu w pierwszym kwartale 2018 r.

Główne rynki eksportowe węgierskiego przemysłu rolno-spożywczego w I kw. 2018 r.



Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018

Główni dostawcy produktów rolno-spożywczych w I kw. 2018 r.



Źródło: Központi Statisztikai Hivatal, 2018

Żywność ekologiczna

Zdecydowanie dobrze zaczęła rozwijać się branża certyfikowanej żywności BIO oraz żywności ekologicznej. Wynika to nie tylko z powiększającej się oferty sieci handlowych w przedmiotowym zakresie, ale przede wszystkim z rosnącej świadomości węgierskich konsumentów, gotowych płacić więcej za produkty organiczne.

Statystycznie, od 15 000 do 20 000 produktów jest sprzedawanych przez hurtowników specjalizujących się w produktach ekologicznych (najwięksi gracze to: Herbaház, Mediline, Bijo Kft, Varga Reform House). Co ciekawe, każdego miesiąca co najmniej 30-40 nowych produktów jest indeksowanych w ww. sieciach – coraz mniej pojawia się jednak nowych artykułów, a walka pomiędzy producentami/dystrybutorami odbywa się w zakresie istniejących już kategorii.

Również duże sieci detaliczne dostrzegły rosnące zainteresowanie żywnością ekologiczną. W ostatnim okresie sieć Auchan rozpoczęła poszukiwania producenta żywności bezglutenowej, który mógłby produkować pod marką własną sieci na rynek węgierski.

Węgierscy producenci

Jak wspomniano powyżej, węgierscy producenci są mało innowacyjni i w dalszym ciągu mało wydajni. Stwarza to wyjątkowe możliwości dla zagranicznych producentów, którzy są silnie reprezentowani na węgierskich półkach sklepowych.

Uderzająca jest rosnąca w dalszym ciągu obecność na Węgrzech produktów zagranicznych. Bardzo duża ilość produktów spożywczych z Polski, Słowacji i Hiszpanii dostępnych w węgierskich sklepach będzie dodatkowym utrudnieniem dla tutejszych producentów w ich powrocie na rynek. Coraz częściej pojawiają się prasowe informacje o rosnącym niezadowoleniu węgierskich rolników i producentów żywności z powodu zalewania rynku tańszymi zagranicznymi produktami. Szczególnie silnie oponują środowiska producentów owoców i jaj.

Możliwości dla polskich firm

Dla polskich podmiotów, rynek węgierski, pomimo iż dogłębnie spenetrowany przez największe polskie spółki jak Maspex i Mokate, nadal stanowi atrakcyjny cel do eksportowej ekspansji. Pomimo, iż w niektórych segmentach nasi krajowi producenci toczą tu bratobójczą rywalizację, węgierscy dystrybutorzy w dalszym ciągu dopytują o produkty z Polski,

widząc w nich gwarancję dobrej jakości i tańszą alternatywę dla zachodnich marek.

Z perspektywy ZBH w Budapeszcie, na węgierskim rynku w dalszym ciągu istnieją nisze, stwarzające szanse dla polskich producentów. Jednym z przykładów może być żywność ekologiczna, bezglutenowa oraz produkty z obniżoną zawartością cukru.

Realizowane przez ZBH od dłuższego czasu przedsięwzięcia promocyjne w supermarketach oraz mniejszych sieciach sklepów w postaci Polskich Dni są w naszej ocenie jedną z najlepszych form pozyskiwania klientów i partnerów dla polskich produktów. Dzięki m.in. tego typu działalności marketingowej, realizowanej w sieciach CBA Prima, Real oraz HerbaHaz, udało nam się wprowadzić na rynek kilkanaście nowych podmiotów.

Do końca 2018 r. planowana jest realizacja trzech kolejnych akcji promocyjnych, m.in. w sieci węgierskich drogerii oraz hurtowni ze zdrową żywnością.



8. Kontakty

PAIH Zagraniczne Biuro Handlowe w Budapeszcie
1027 Budapest, Horvát utca 14-24
Tel. +36 1800 1020, e-mail: budapest@paih.gov.pl

Narodowy Instytut Farmacji i Żywnienia
1051 Budapest, Zrínyi utca 3.
Tel: +36 1886 93 00
e-mail: ogyei@ogyei.gov.hu, www.ogyei.gov.hu

Węgierska Izba Handlowo-Przemysłowa
1054 Budapest, Szabadsag Ter 7
Tel: +36 1474 51 41
e-mail: mkik@mkik.hu, www.mkik.hu

Krajowy Związek Pracodawców i Przemysłowców
1054 Budapest, Széchenyi rakpart 3
Tel: +36 1 474 2041, www.mgyosz.hu

Krajowy Związek Przedsiębiorców i Pracodawców
1054 Budapest, Hold u. 21
Tel: +36 1414 2181, www.vosz.hu

Centralny Urząd Statystyczny
(Központi Statisztikai Hivatal) - www.ksh.hu

Węgierski Bank Narodowy
(Magyar Nemzeti Bank) - www.mnb.hu

Węgierska Agencja ds. Promocji Inwestycji - www.hipa.hu

KRS przy Sądzie Stołecznym
(Fővárosi Bíróság Cégbírósága) - www.fovarositorvenyszek.hu

Narodowy Urząd ds. Podatków i Ceł
(Nemzeti Adó és Vám Hivatal) - www.nav.gov.hu



I Forum Wsparcia
Polskiego Biznesu za Granicą

www.paih.gov.pl