

Charakterystyka rynku

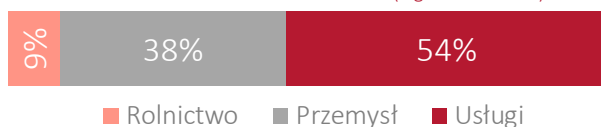
INFORMACJE GOSPODARCZE

UWARUNKOWANIA RYNKOWE



Bezrobocie (2021, prog. MFW)	4,65%
Inflacja (2021, MFW)	2,48%
Populacja (2021, Bank Światowy)	32,37 mln
Przeciętna płaca (mc) (2020, ILOStat)	697,75 USD

UDZIAŁ SEKTORÓW W GOSPODARCE (wg CIA Factbook)

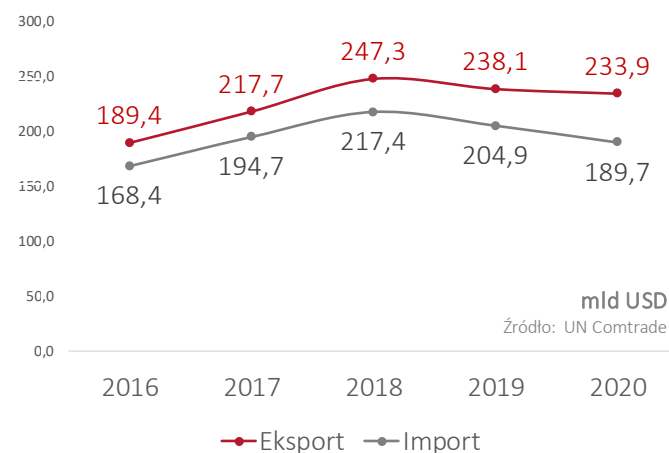
SKUMULOWANA ZMIANA
2012-2021: 43,3%PROGNOZOWANA ZMIANA
2021-2023: 22,0%PKB per capita PPP (2021, MFW)² -6,84% r/r¹dolar międzynarodowy | ²dla wybranych krajów wartości za rok 2020 wg prognozy MFWPozycja Doing
Busines 2020

Kategoria:	Pozycja kraju	Polska
Rozpoczęcie działalności	126	128
Rejestracja własności	33	92
Rozwiązywanie sporów handlowych	35	55

Import z Polski (2020)

	Urządzenia telekomunikacyjne i audio-wideo 31,09 mln USD
	Urządzenia elektryczne 20,91 mln USD
	Metale nieżelazne 13,23 mln USD
	Urządzenia biurowe i komputery 13,06 mln USD
	Produkty mleczarskie i jaja ptasie 11,47 mln USD

Wymiana handlowa



Źródło danych handlowych: UN Comtrade.

Import ogółem (2020)

	Urządzenia elektryczne 48 831,21 mln USD
	Ropa naftowa, produkty naftowe 18 544,70 mln USD
	Metale nieżelazne 6 760,75 mln USD
	Urządzenia telekomunikacyjne i audio-wideo 6 449,44 mln USD
	Maszyny ogólnego zastosowania przemysłowego 6 249,89 mln USD







Malezja to centrum szeroko pojętego przemysłu *halal* w Azji Południowo-Wschodniej ze względu na kompleksowy i nowoczesny system certyfikacji *halal*. Stabilna gospodarka z wysoko rozwiniętą infrastrukturą handlu e-Commerce i m-Commerce. Polskim eksporterom oferuje możliwości rozwoju w różnych branżach z naciskiem na: kosmetyczną, spożywczą, FinTech (nowoczesne rozwiązania IT w bankowości, finansach, ubezpieczeniach, e-Commerce) oraz odnawialne źródła energii.




ELEMENTY KULTURY BIZNESU

-  Społeczeństwo wielokulturowe: wpływ na Malezjczyków mają rozmaite wartości, wierzenia, przekonania i style życia. Dominująca religia to islam.
-  Uprzejmość, szacunek i opanowanie to podstawa w relacjach biznesowych i kontaktach codziennych. Malezjczycy są przede wszystkim łagodni i opierają biznes na relacjach interpersonalnych.
-  Powściągliwość w zachowaniu, ubiorze i wyrażanych poglądach to konieczność. Najgorsze co może się przytrafić to tzw. „utrata twarzy”. Drobne upominki z Polski są mile widziane.

MOCNE I SŁABE STRONY

-  3. najbogatszy kraj ASEAN (PKB wg parytetu siły nabywczej). Spore zainteresowanie produktami dobrej jakości, o innowacyjnych i nowatorskich cechach.
-  Świetnie rozwinięta infrastruktura, np.: drogowa, centra logistyczne oraz infrastruktura e-Commerce i m-Commerce wraz ze stosunkowo niskimi kosztami operacyjnymi (co pozwala na ekspansję do pozostałych krajów regionu z obszaru Malezji).
-  Podpisane umowy o wolnym handlu m.in. z Australią czy Nową Zelandią. Konkurencja z pozostałych krajów ASEAN oraz przywiązanie do marek z Europy Zachodniej.
-  Niektóre procedury zajmują sporo czasu: biurokracja i utrudnienia imigracyjne.

PERSPEKTYWY DLA BRANŻ

-  Produkty FMCG: kosmetyki (np. SPA, ekologiczne, do twarzy), żywność: nabiał (np. mleko w proszku), żywność organiczna, zdrowe przekąski, witaminy i suplementy diety.
-  OZE czyli przemysł energii ze źródeł odnawialnych: energetyka słoneczna, fotowoltaika, biomasa oraz biogas.
-  Produkty *halal*: żywność i kosmetyki. Usługi finansowe: bankowość i ubezpieczenia oparte na prawie szariatu. Rozwiązania m-Commerce i e-Commerce na rynku bankowości islamskiej oraz usługi sektora ITC.

PRZYDATNE LINKI:

Doing Business Malaysia - <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/m/malaysia/MYS.pdf>

Formularz kontaktowy PAIH: <https://www.paih.gov.pl/kontakt>

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

tel.: [22 334 99 55](tel:223349955)

paih24@paih.gov.pl

www.paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR



RYNKI ZAGRANICZNE

Przegląd wybranych gospodarek

Przygotowanie:

Departament Strategii i Promocji Gospodarczej
Centrum Eksportu oraz Zagraniczne Biura Handlowe PAIH

Materiał zawiera grafiki pochodzące z serwisu flaticon.com.

Zastrzeżenie:

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.