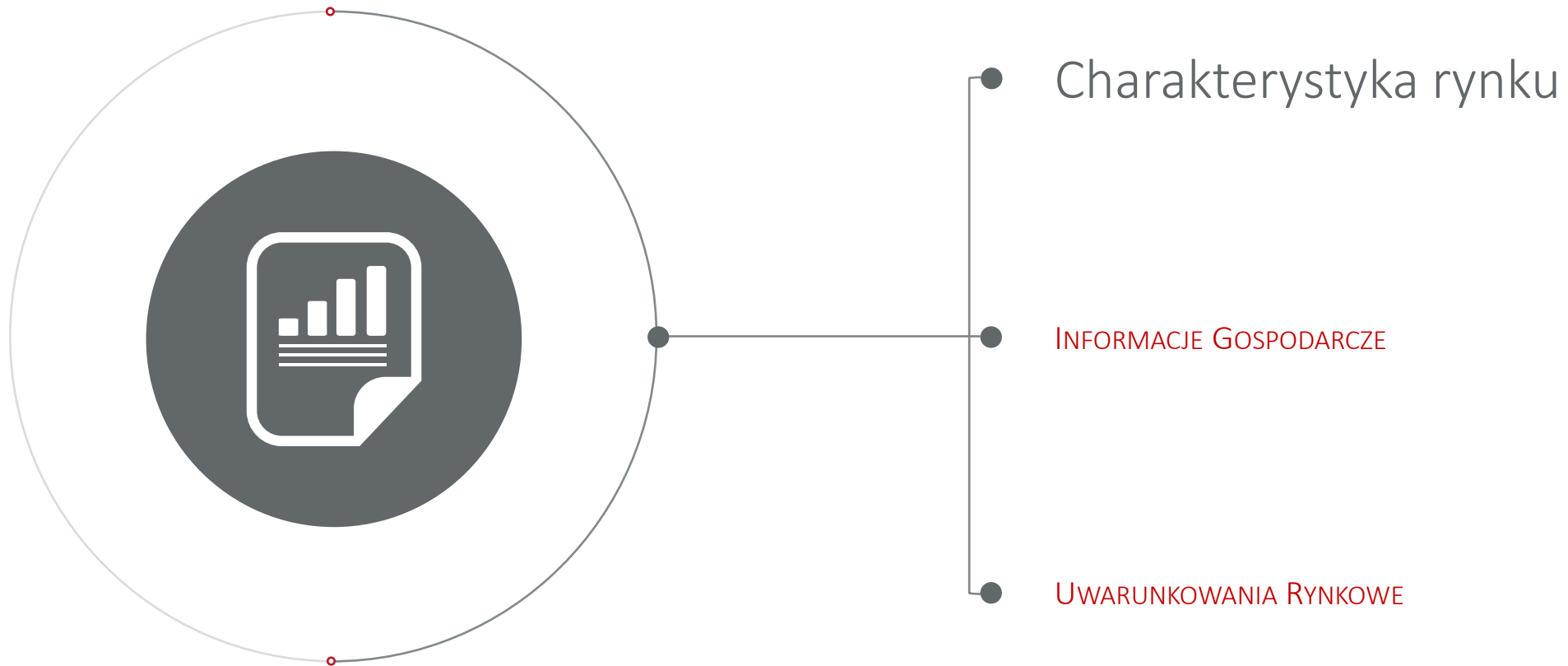
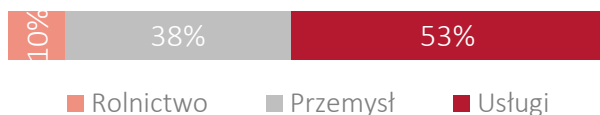
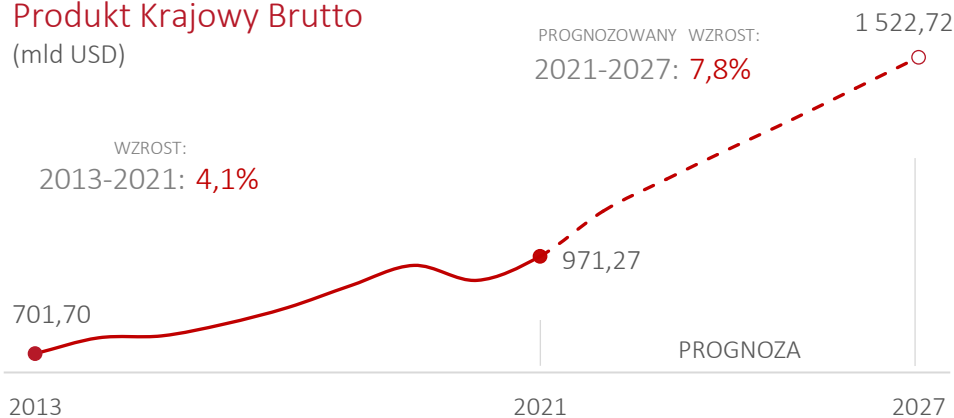






Bezrobocie (2020, ILOStat)	4,54%
Inflacja (2021, MFW)	2,48%
Populacja (2021, MFW)	32,7 mln
Przeciętna płaca (mc) (2020, ILOStat)	697,75 USD

UDZIAŁ SEKTORÓW W GOSPODARCE (Bank Światowy*)

Produkt Krajowy Brutto
(mld USD)

PKB per capita PPP (2021, MFW): 29 702,36 Int\$

Źródło: MFW | Wzrosty CAGR | Int\$ - dolar międzynarodowy (PPP)

Index of Economic
Freedom 2022

The Heritage Foundation

Pozycja
kraj
42Pozycja
Polski
39

Kategoria:

Wynik kraju

Polska

Wolność
handlu

82,2

79,2

Wolność
inwestycji

60

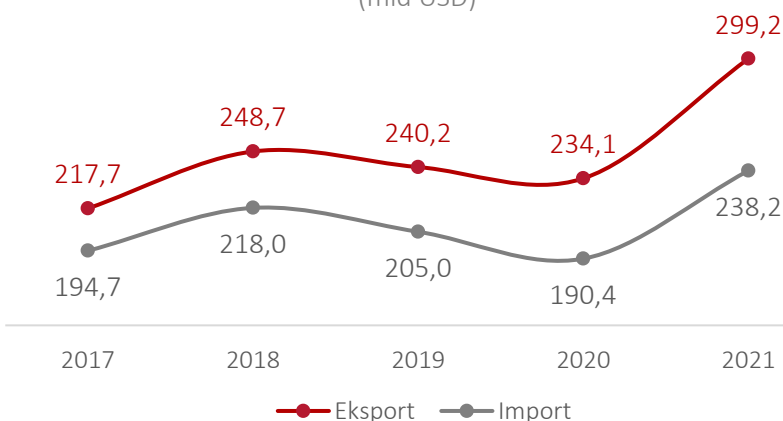
80

Wolność
prowadzenia
biznesu

67,1

78,7

Index of Economic Freedom

Eksport kraju – TOP 5 (2021)
(w tym eksport do Polski)Urządzenia elektryczne
84,23 mld USD (0,19% do Polski)Ropa naftowa, produkty naftowe
27,21 mld USD (0,00% do Polski)Oleje i tłuszcze roślinne
16,04 mld USD (0,00% do Polski)Odzież i dodatki odzieżowe
14,54 mld USD (1,53% do Polski)Urządzenia biurowe i komputery
13,11 mld USD (0,64% do Polski)Wymiana handlowa kraju ogółem
(mld USD)

Źródło: UN Comtrade

Import kraju – TOP 5 (2021)
(w tym import z Polski)Urządzenia elektryczne
62,1 mld USD (0,04% z Polski)Ropa naftowa, produkty naftowe
24,62 mld USD (0,00% z Polski)Urządzenia telekomunikacyjne i audio-wideo
7,5 mld USD (0,47% z Polski)Metale nieżelazne
7,19 mld USD (0,26% z Polski)Maszyny ogólnego zastosowania przemysłowego
7,11 mld USD (0,30% z Polski)



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 Malezyjczyków mają rozmaite wartości, wierzenia, przekonania i style życia. Dominująca religia to islam.
-  Uprzejmość, szacunek i opanowanie to podstawa w relacjach biznesowych i kontaktach codziennych. Malezyjczycy 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

paih24@paih.gov.pl

paih.gov.pl/kontakt



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.