



Charakterystyka rynku

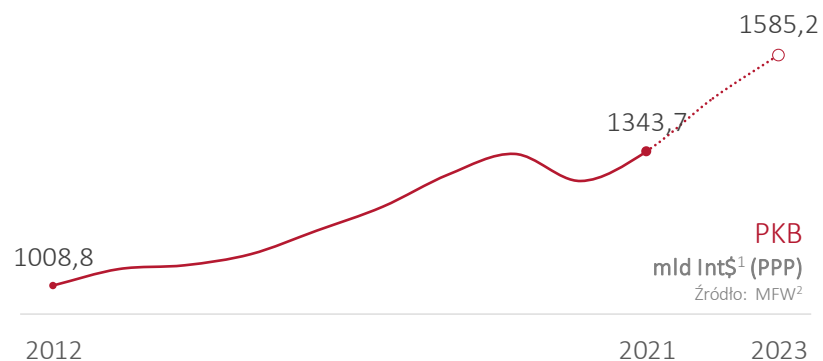
INFORMACJE GOSPODARCZE

UWARUNKOWANIA RYNKOWE



Bezrobocie (2021, prog. MFW)	1,50%
Inflacja (2021, MFW)	1,23%
Populacja (2021, Bank Światowy)	69,80 mln
Przeciętna płaca (mc) (2020, ILOStat)	490,27 USD

UDZIAŁ SEKTORÓW W GOSPODARCE (wg CIA Factbook)

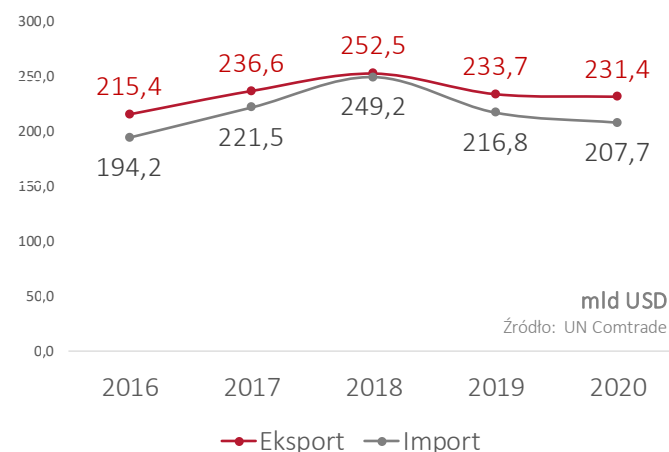
SKUMULOWANA ZMIANA
2012-2021: 33,2%PROGNOZOWANA ZMIANA
2021-2023: 18,0%PKB per capita PPP (2021, prog. MFW)² -6,33% r/r¹dolar międzynarodowy | ²dla wybranych krajów wartości za rok 2020 wg prognozy MFWPozycja Doing
Busines 2020

Kategoria:	Pozycja kraju	Polska
Rozpoczęcie działalności	47	128
Rejestracja własności	67	92
Rozwiązywanie sporów handlowych	37	55

Import z Polski (2020)

	Metale nieżelazne 38,16 mln USD
	Urządzenia elektryczne 37,16 mln USD
	Pojazdy drogowe 27,69 mln USD
	Wyroby z kauczuku 26,03 mln USD
	Maszyny ogólnego zastosowania przemysłowego 22,85 mln USD

Wymiana handlowa



Źródło danych handlowych: UN Comtrade.



Import ogółem (2020)

	Urządzenia elektryczne 29 401,75 mln USD
	Ropa naftowa, produkty naftowe 21 542,61 mln USD
	Różne wyroby przemysłowe 10 221,54 mln USD
	Żeliwo i stal 9 976,62 mln USD
	Maszyny ogólnego zastosowania przemysłowego 9 896,73 mln USD






Tajlandia to druga największa gospodarka w ASEAN, a także destynacja turystyczna ciesząca się coraz większą popularnością wśród Polaków (ponad 100 tys. turystów z Polski w 2019 r.). Najważniejszymi sektorami gospodarki tajskiej są: motoryzacja, przemysł przetwórczy i rolnictwo. Eksport z Polski do Tajlandii w I kwartale 2020 r. wzrósł o 18,4% i wyniósł 55 mln. USD.



ELEMENTY KULTURY BIZNESU

-  Podczas spotkań należy okazywać spokój i szacunek do rozmówców. Nie należy okazywać zniecierpliwienia, wywierać presji. Kluczowym jest nieokazywanie negatywnych emocji.
-  Istotne jest znalezienie tajskiego partnera biznesowego, który mógłby być lokalnym wsparciem jako konsultant.
-  Należy okazywać urzędującemu Królowi należyty szacunek.
-  Wiadomości e-mail nie są skuteczną formą inicjowania kontaktu. Warto zapoznać się z popularnymi komunikatorami internetowymi np. LINE.

MOCNE I SŁABE STRONY

-  Ok 69 mln. mieszkańców i dodatkowe ok 40 mln. turystów rocznie (przed pandemią COVID-19) jako grupa potencjalnych nabywców polskich produktów.
-  Tajlandia ze względu na strategiczne położenie i logistykę jest bramą do całego rynku ASEAN.
-  Wysokie cła na większość produktów z UE.

PERSPEKTYWY DLA BRANŻ

-  Tajlandia jest regionalnym hubem medycznym w Regionie ASEAN. Importuje się głównie zaawansowany sprzęt medyczny a potencjalnymi odbiorcami jest ok. 1,500 szpitali funkcjonujących na terenie kraju. Jest też duży popyt na rozwiązania telemedyczne, IoMT (Internet of Medical Things), usługi zbierania, analizy i przechowywania danych o pacjentach.
-  Tajlandia jest liczącym się producentem żywności, które eksportuje na cały świat, jednak istnieje duży potencjał eksportowy dla zdrowej polskiej żywności, w tym m.in. dla zdrowych przekąsek i produktów opartych na białku roślinnym

PRZYDATNE LINKI:

Thailand Board of Investment - <https://www.boi.go.th/en/index/>

Department of International Trade Promotion - https://ditp.go.th/ditp_web61/index_en.php

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.