



KULTURA BIZNESU

TAJLANDIA

© PAIH S.A.

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

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Dodatkowe informacje: redakcja@trade.gov.pl

Warszawa, październik, 2025

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z tajskimi partnerami.....	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z tajskimi partnerami	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli tajska etykieta w praktyce.....	4
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój	5
Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych	6
Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu	7
Upominek czy niezręczność? O prezentach w tajskim biznesie	8
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji.....	9
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Tajlandii	9
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać tajskim partnerom	10

Kultura biznesu w Tajlandii

Tajlandia, znana jako “kraina uśmiechu”, to nie tylko popularny kierunek turystyczny, ale również dynamicznie rozwijający się rynek o ogromnym potencjale dla przedsiębiorców z całego świata. Jednak skuteczne nawiązanie i rozwijanie relacji biznesowych w Tajlandii wymaga zrozumienia lokalnych norm, wartości oraz subtelnych zasad etykiety, które różnią się od europejskich standardów.

Budowanie zaufania, cierpliwość w negocjacjach, szacunek dla hierarchii i umiejętność odczytywania niewerbalnych sygnałów – to tylko niektóre z elementów, które odgrywają kluczową rolę w tajskim świecie biznesu. Zrozumienie tych niuansów nie tylko ułatwia współpracę, ale także otwiera drzwi do trwałych partnerstw i efektywnej wymiany handlowej w regionie ASEAN.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z tajskimi partnerami

W kontaktach z tajskimi partnerami warto pamiętać o kilku istotnych zasadach, które pomogą budować zaufanie i okazywać szacunek dla lokalnej kultury. Oficjalnym językiem w Tajlandii jest tajski, dlatego w miarę możliwości dobrze jest znać podstawowe zwroty lub korzystać z tłumacza. Należy również pamiętać, że w tajskiej kulturze głowa uznawana jest za siedzibę duszy człowieka, dlatego nie wolno jej dotykać – nawet w geście sympatii czy żartu. W kontaktach z osobami duchownymi, zwłaszcza mnichami, należy zachować szczególną uprzejmość i ostrożność. W środkach transportu publicznego, takich jak autobusy czy pociągi, dobrym zwyczajem jest ustąpić miejsca stojącemu mnichowi. Należy również unikać dotykania jego szat, gdyż może to zostać uznane za brak szacunku.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z tajskimi partnerami

Planując spotkania z tajskimi partnerami biznesowymi, warto odpowiednio przygotować kalendarz, uwzględniając lokalne realia i zwyczaje. Przede wszystkim należy pamiętać o dużych korkach, zwłaszcza w Bangkoku. Miasto to słynie z intensywnego ruchu ulicznego, dlatego zawsze trzeba zarezerwować dodatkowy czas na dojazd na umówione spotkania. Istotnym aspektem planowania wizyty w Tajlandii jest także wybór odpowiedniego terminu. Kwiecień nie jest najlepszym miesiącem na organizowanie podróży biznesowych, ponieważ wtedy przypada tajlandzkie Święto Wody (Songkran). W tym okresie większość biur jest zamknięta, a mieszkańcy celebrują święto w gronie rodziny i przyjaciół.

W nawiązywaniu kontaktów biznesowych z Tajami pomocne jest zrozumienie, że rzadko podejmują oni rozmowy handlowe z osobami, których nie znają. Z tego względu kluczowe może być posiadanie listu polecającego lub skorzystanie z pośrednika, który ułatwi nawiązanie relacji i zbuduje zaufanie. Warto w tym celu korzystać z pomocy Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu (PAIH) oraz Ambasady RP w Bangkoku, które dysponują odpowiednimi kontaktami i doświadczeniem w zakresie wspierania polskich przedsiębiorców na rynku tajskim.

Powitania, tytuły i zasady – czyli tajska etykieta w praktyce

Podczas spotkań z tajskimi partnerami warto zwrócić uwagę na lokalne formy powitania oraz etykietę biznesową. Tradycyjnym sposobem powitania w Tajlandii jest tzw. "Wai" – gest polegający na złożeniu dłoni jak do modlitwy, trzymaniu ich blisko ciała oraz pochylaniu głowy aż do momentu dotknięcia palców. "Wai" stosuje się zarówno podczas powitania, jak i pożegnania, a głębokość ukłonu świadczy o stopniu okazywanego szacunku – im niższy ukłon, tym większy wyraz uznania dla rozmówcy.

Jeśli spotkanie obejmuje kontakt z mnichem, należy pamiętać o tym, że nie wolno go dotykać ani podawać mu ręki. Wystarczy uprzejme powitanie słowne, bez gestów fizycznych. Innym ważnym elementem tajskiej etykiety biznesowej jest sposób wręczania wizytówek. W Tajlandii wizytówki przekazuje się obiema rękami, co jest oznaką szacunku dla osoby, której ją wręczamy.

W komunikacji warto również znać podstawowe zasady językowe. W języku tajskim odpowiednikiem zwrotów grzecznościowych Pan/Pani jest słowo "Khun", używane przed imieniem rozmówcy. Warto także pamiętać, że w Tajlandii dużą wagę przykładają się do tytułów i stanowisk, które są ważnym elementem tożsamości zawodowej i społecznej. Co ciekawe, Tajowie bardzo często posługują się przydomkami – krótkimi, łatwymi do zapamiętania imionami, które znacznie ułatwiają komunikację, zwłaszcza że pełne imiona Tajów bywają dla obcokrajowców trudne do wymówienia.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W Tajlandii strój odgrywa ważną rolę w budowaniu profesjonalnego wizerunku. Zarówno mężczyźni, jak i kobiety powinni wybierać ubrania konserwatywne, schludne i dostosowane do tropikalnego klimatu tego kraju.

Dla mężczyzn rekomendowany jest klasyczny garnitur w stonowanych kolorach, takich jak granat, szarość czy ciemny brąz, który podkreśla powagę i profesjonalizm, a jednocześnie jest odpowiedni na formalne okazje w kulturze tajskiej. Kobiety natomiast powinny zdecydować się na konserwatywny strój biznesowy, którym może być garnitur, sukienka lub spódnica zestawiona z elegancką bluzką. Ważnym elementem kobiecego ubioru jest długość spódnic i sukienek – powinny one sięgać co najmniej do kolan, co jest oznaką szacunku dla lokalnych norm kulturowych i standardów dress code'u.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

Podczas wydarzeń biznesowych i spotkań towarzyskich w Tajlandii obowiązuje etykieta, której znajomość znacząco ułatwia budowanie relacji z lokalnymi partnerami. W środowisku biznesowym preferowane są lunche, sprzyjające rozmowom zawodowym w swobodnej, lecz wciąż profesjonalnej atmosferze. Kolacje biznesowe również są dopuszczalne, pod warunkiem, że nie przeciągają się do późnych godzin. Tajowie cenią równowagę między życiem zawodowym a prywatnym, dlatego spotkania po pracy powinny mieć raczej lekki, towarzyski charakter niż formalny ton.

Podczas posiłków zwykle zamawia się wiele różnych potraw, którymi wszyscy uczestnicy wspólnie się dzielą – to podkreśla znaczenie wspólnoty i gościnności w tajskiej kulturze. Rzadko zdarza się, by każdy wybierał danie wyłącznie dla siebie. Jeśli chodzi o nakrycie stołowe, w Tajlandii najczęściej używa się łyżki i widelca, natomiast pałeczki, popularne w innych krajach Azji, są tu stosowane znacznie rzadziej.

Zgodnie z lokalnymi zwyczajami rachunek płaci osoba zapraszająca, co jest postrzegane jako element gościnności i uprzejmości. Warto również wiedzieć, że wiele restauracji automatycznie dolicza 10-procentową opłatę za obsługę, dlatego nie zawsze konieczne jest dodatkowe zostawianie napiwków.

W przypadku korzystania z usług taksówkarskich napiwki nie są oczekiwane, jednak przed rozpoczęciem kursu warto uzgodnić cenę przewozu lub dopilnować, aby kierowca włączył licznik. To pozwala uniknąć nieporozumień co do opłaty za przejazd i jest standardową praktyką w codziennym funkcjonowaniu w tajskich miastach.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

Rozpoczynając rozmowy biznesowe z tajskimi partnerami, warto przygotować się na odmienne podejście do negocjacji i budowania relacji. Pierwsze spotkania z lokalnymi przedsiębiorcami najczęściej przebiegają w swobodnej, niezobowiązującej atmosferze, w której tematy stricte biznesowe poruszane są jedynie w ograniczonym zakresie. Może to budzić zdziwienie u przedstawicieli polskich firm, przyzwyczajonych do szybszego przechodzenia do konkretów. Dla Tajów poznanie potencjalnego partnera i zbudowanie zaufania jest znacznie ważniejsze niż szybkie podpisanie umowy. Dlatego warto wykazać się cierpliwością i elastycznością w podejściu do rozmów.

Wysyłanie ofert handlowych na ogólne adresy e-mail firm w Tajlandii rzadko przynosi oczekiwane rezultaty – takie zapytania często pozostają bez odpowiedzi. Zdecydowanie lepszym rozwiązaniem jest nawiązanie kontaktu za pośrednictwem Ambasady RP lub biura Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu (PAIH) w Bangkoku, które mogą przedstawić partnerów biznesowych, zwiększając tym samym szanse na uzyskanie odpowiedzi.

Tajowie przykładają dużą wagę do hierarchii i autorytetu, dlatego wszelka korespondencja i zapytania kierowane do wyższej kadry zarządzającej muszą przejść przez wiele szczebli organizacyjnych. Proces ten bywa długotrwały, dlatego kluczowe jest zachowanie cierpliwości.

Podczas prowadzenia rozmów biznesowych i towarzyskich w Tajlandii warto okazywać tolerancję, zrozumienie, cierpliwość oraz poczucie humoru. Jednym z najbardziej charakterystycznych elementów tajskiej kultury jest uśmiech, który pełni rolę uniwersalnego gestu – tak samo ważnego jak powitanie, podziękowanie czy przeprosiny. Tajowie uśmiechają się często, niezależnie od tego, czy są zadowoleni, czy zakłopotani, dlatego warto odczytywać ten gest w kontekście sytuacyjnym.

Cynizm, sarkazm, brak cierpliwości czy otwarte okazywanie negatywnych emocji są w Tajlandii źle odbierane i mogą znacząco obniżyć szanse na

nawiązanie lub utrzymanie relacji biznesowej. Tajowie nie pozwalają sobie na utratę kontroli nad emocjami i tego samego oczekują od swoich rozmówców, zarówno w relacjach zawodowych, jak i towarzyskich.

Tajowie unikają bezpośredniego przekazywania negatywnych informacji. Często posługują się wymijającymi odpowiedziami, co może prowadzić do nieporozumień w trakcie negocjacji. Polscy przedsiębiorcy mogą mieć wrażenie, że rozmowy przebiegają pomyślnie, podczas gdy w rzeczywistości sytuacja może wyglądać inaczej. Dlatego dobrze jest zwracać uwagę na subtelne sygnały i zadawać pytania w sposób umożliwiający otwartą komunikację.

Proces podejmowania decyzji w Tajlandii trwa zazwyczaj znacznie dłużej niż w Polsce, co wiąże się z koniecznością uzyskania zgód na różnych szczeblach organizacyjnych oraz z lokalnymi przekonaniami. Często moment finalizacji kontraktu czy podpisania umowy uzależniany jest od analizy astrologicznej lub numerologicznej, obejmującej takie aspekty jak data urodzin, numer telefonu czy inne ciągi liczbowe.

Dobre tematy do konwersacji to kultura, historia czy miejscowa kuchnia. Jednocześnie należy unikać jakichkolwiek negatywnych wypowiedzi na temat rodziny królewskiej, co jest w Tajlandii nie tylko źle widziane, ale może prowadzić do poważnych konsekwencji prawnych.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w tajskim biznesie

W tajskiej kulturze biznesowej wręczanie prezentów jest mile widzianym gestem uprzejmości, który może pomóc w budowaniu relacji i wyrażeniu szacunku wobec partnerów. Wybór odpowiedniego upominku ma jednak duże znaczenie – powinien być symboliczny, elegancki i nienachalny. Wśród prezentów, które dobrze sprawdzą się podczas spotkań z tajskimi przedsiębiorcami, znajdują się słodkie, takie jak czekolada czy bombonierka, a także ilustrowane albumy o Polsce, które przybliżą tajskim

partnerom kulturę i historię naszego kraju. Bardzo cenione są również upominki z bursztynem, które stanowią unikalny element polskiego dziedzictwa i mogą być odebrane jako wyraz dbałości o szczegóły i chęć podzielenia się częścią rodzimej tradycji.

Warto pamiętać, że w Tajlandii prezentów domyślnie nie rozpakowuje się w obecności darczyńcy, co wynika z zasady skromności i szacunku. Wyjątkiem jest sytuacja, gdy osoba wręczająca upominek wyraźnie nalega na jego otwarcie – wówczas można zrobić to od razu. W przeciwnym razie prezent rozpakowywany jest później, już w prywatnej atmosferze.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W komunikacji pisemnej z tajskimi partnerami biznesowymi najważniejsze jest stosowanie jasnego i nieskomplikowanego języka. Wiadomości powinny być zwięzłe, konkretne i łatwe do zrozumienia, bez nadmiernego zagłębiania się w złożone struktury czy formalizmy, które mogą utrudniać odbiór treści. Tajowie cenią sobie przejrzystość przekazu, dlatego najlepiej unikać skomplikowanych sformułowań oraz zbyt długich akapitów.

Ważnym elementem skutecznej korespondencji jest również użycie grafik, wizualizacji i wykresów, szczególnie w sytuacjach, gdy przekazywane informacje dotyczą liczb, danych czy procesów. Obrazowe przedstawienie treści zwiększa szansę na efektywne dotarcie do odbiorcy, ułatwiając zrozumienie przekazu i wspierając proces decyzyjny.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Tajlandii

W Tajlandii proces nawiązywania kontaktów biznesowych często różni się od standardów znanych z Europy. Powszechnie wykorzystywane są komunikatory internetowe, które stanowią istotny element codziennej komunikacji, zarówno prywatnej, jak i zawodowej. Najbardziej popularną

aplikacją w Tajlandii jest LINE, która pełni funkcję nie tylko komunikatora, ale także platformy do wymiany informacji biznesowych.

Bardzo często zamiast tradycyjnej wymiany wizytówek partnerzy biznesowi decydują się na wymianę kontaktów właśnie poprzez LINE. Umożliwia to szybsze i bardziej bezpośrednie utrzymywanie relacji. Dlatego warto zainstalować tę aplikację i korzystać z niej jako podstawowego narzędzia do budowania sieci kontaktów.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać tajskim partnerom

Przygotowując prezentację dla tajskich partnerów biznesowych, najistotniejsze jest zadbanie o przejrzystość i estetykę przekazu. Należy unikać nadmiaru tekstu, który może przytłaczać odbiorców i odciągać uwagę od głównych wątków. Zamiast tego warto postawić na jasne, czytelne grafiki, wykresy i infografiki, które w przejrzysty sposób ilustrują najważniejsze dane i założenia. Tego typu wizualizacje nie tylko zwiększają efektywność przekazu, ale także pomagają lepiej zrozumieć prezentowane treści, co jest szczególnie cenione przez tajskich partnerów.

Dodatkowym atutem, który warto podkreślić w trakcie prezentacji, jest doświadczenie w prowadzeniu działalności na rynkach azjatyckich lub w krajach ASEAN. Informacja o obecności firmy w tym regionie może znacząco zwiększyć wiarygodność w oczach tajskich rozmówców, świadcząc o zrozumieniu lokalnych realiów biznesowych i kulturze współpracy.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Bangkoku

Opracowanie: Redakcja portalu Trade.gov.pl

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 (tj. 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.

www.trade.gov.pl



**Polska Agencja
Inwestycji i Handlu**
Grupa PFR