

PORADNIK BIZNESMENA

W i e t n a m



OPRACOWANIE

Biuro Podróży
ASIA CITY CENTER Sp. z o.o.
01-202 Warszawa, ul. Jaktorowska 4 lok. 8
tel.: +48 22 862-74-48 / 49, fax: +48 22 862-47-14
www.acctravel.net, e-mail: wawoffice@acctravel.net

PODSTAWOWE DANE

Oficjalna nazwa	Socjalistyczna Republika Wietnamu
Położenie	Wschodnia część Półwyspu Indochińskiego
Ustrój	państwo komunistyczne
Stolica	Hanoi
Język urzędowy	Wietnamski; używane również: chiński, angielski, francuski
Święta narodowe	Dzień Niepodległości, 2 września (1945)
Powierzchnia	331,7 tys. km ²
Podział administracyjny	58 prowincji, 3 miasta wydzielone (Hanoi, Ho Chi Minh, Hajfong)
Ludność	78 773 873
Grupy etniczne	Wietnamczycy 85-90%, Chińczycy 3%, Muong, Tajowie, Meo, Khmerowie, Man, Cham
Grupy wyznaniowe	buddyści, taoiści, wierzenia lokalne, muzułmanie, protestanci, Cao Dai, Hoa Hao
Waluta	1 nowy dong (D) = 100 xu
Klimat	Duża rozciągłość południkowa implikuje znaczne zróżnicowanie klimatu. Północna część Wietnamu znajduje się w strefie klimatu zwrotnikowego, południowa – podrównikowego. Całe terytorium charakteryzuje klimat monsunowy. Średnie temperatury w najchłodniejszych miesiącach (I na PN., XII na pd.) wynoszą 13–14°C na pn. do 21–23°C na pd., rozciągłość najcieplejszych (VII na pn., V-VI na pd.): 28°C na pn., 29–30°C na pd. (maks. ponad 40°C). Pora deszczowa trwa od października do listopada.
Czas	Należy dodać 7 godzin do GMT

Polskie placówki dyplomatyczne w Wietnamie**Ambasada RP**

3 Chua Mot Cot, Hanoi, SRW
tel. (0-084 4) 845 2027, 0084 4 845 3728
fax. 823 69 14
e-mail: polamb@hn.vnn.vn

Konsulat RP w Ho Chi Minh

Saigon Centre, 65 Le Loi Blvd,
Ho Chi Minh
tel. (00-84 8) 914 28 83
fax. (0-084 8) 9142884
e-mail: kgrphcm@hcm.vnn.vn

Placówki dyplomatyczne Wietnamu w Polsce**Ambasada Socjalistycznej Republiki Wietnamu**

ul. Kazimierzowska 14

02-589 Warszawa
tel. 844 60 21, 844 37 80, , 844 14 93
fax 844 67 23
e-mail: vso@warman.com.pl

Wydział Konsularny

tel. 646 53 32
fax 844 67 23, 844 67 40

Wydział Handlowy

ul. Polna 48 m. 17, 00-644 Warszawa
tel. 825 81 63, 825 12 11
fax 825 81 06

Wietnam jest dosyć nietypowym państwem zwłaszcza dla przybyszy z Europy. Rdzenna kultura rodzima, wpływy państw sąsiednich, a zwłaszcza Chin oraz zainteresowanie specyfiką Zachodu, doprowadziło do powstania niezwyklej kultury, która zasymilowała w sobie wszystkie te czynniki. To, co dziwi, ale także zachwyca obcokrajowców, to fakt, że życie w tym kraju toczy się zgodnie z pewnymi zasadami, jakie zostały wypracowane w toku rozwoju państwa, a mianowicie zgodnie z ustaloną wewnętrzną organizacją całej struktury społeczeństwa. W Wietnamie podobnie jak i w innych krajach regionu azjatyckiego dużą rolę wciąż odgrywa wspólnota wokół której obracają się sprawy codzienne. Z tego też względu rodzinne interesy czy prowadzone przez wiele pokoleń firmy nikogo nie dziwią, a raczej stanowią normalny element tamtejszego regionu i sposobu myślenia. Dosyć ciekawym zjawiskiem są także liczne święta obchodzone niemalże przez cały rok, z tego względu, że każdy region posiada tutaj swoje obyczaje i czci świętych związanych ze swoją okolicą. Podsumowując - Wietnam jest krajem, w którym ogromną rolę odgrywa zakorzeniona głęboko w Azji kultura tradycyjna, pielęgnująca dbałość o interes wspólnoty rodzimej, z drugiej strony, kraj ten pozostaje otwarty na wszelkie innowacje, jakie niesie ze sobą dynamiczna i ekspansywna kultura Zachodu.

GOSPODARKA

Wietnam należy do grupy jednych z najbiedniejszych krajów na świecie, niemniej charakteryzuje się dużą dynamiką wzrostu. Dotychczas był krajem o centralnym systemie planowania, silnie powiązany z krajami RWPG. Jednak w latach 90 nastąpił wzrost gospodarczego produktu krajowego, co było związane z kilkoma czynnikami:

- z rozwojem sektora prywatnego w przemyśle i usługach,
- z napływem kapitału zagranicznego (gł.: Tajwan, Singapur, Hongkong, Korea Południowa oraz Anglia i Francja) – większość inwestycji powstaje w 3 specjalnych strefach ekonomicznych, powstałych na wzór chiński: Hanoi-Hajfong Ho Chi Minh, i Danang,
- z przekazaniem chłopom państwowej ziemi w wieloletnią dzierżawę.

Informacje gospodarcze	
PKB	143 miliardy USD
Wzrost PKB	1 850 USD
Inflacja	4%
Zatrudnienie	rolnictwo 67%, przemysł i usługi 33%
Bezrobocie	25%
Rolnictwo - uprawy	ryż, kukurydza, ziemniaki, kaczuk, soja, kawa, herbata, banany
Rolnictwo - hodowla	drób, trzoda chlewna, ryby
Eksport - surowce i produkty	ropa naftowa, produkty morskie, ryż, kawa, kaczuk, herbata, odzież, obuwie
Import - surowce i	maszyn i urządzenia, produkty petrochemiczne,

produkty	nawozy, wyroby stalowe, surowa bawełna, zboże, cement, motocykle
Transport i łączność	sieć komunikacyjna w rozbudowie: 90 tys. km dróg gł. gruntowych, gł. szlak komunikacyjny stanowi szosa Hanoi–Ho Chi Minh; 3200 km wąskotorowych linii kolejowych; rozwinięta żegluga śródlądowa – porty: Ho Chi Minh i Hajfong; międzynarodowy port lotniczy w Hanoi i Ho Chi Minh
Handel zagraniczny – główni partnerzy handlowi	Singapur, Japonia, Hongkong, Tajwan

W KRĘGU WIETNAMSKIEGO BIZNESU

Przybywającym do Wietnamu biznesmenom od razu warto powiedzieć, że tutaj nie wystarczą tradycyjne metody negocjacji, konkrety i szybkie sfinalizowanie realizacji przedsięwzięć, albowiem podpisanie umowy z wietnamskim partnerem przede wszystkim wymaga czasu, cierpliwości oraz sporych nakładów pieniędzy. Podstawowa zasada, której nie można złamać to tzw. pierwsze wrażenie, które zadecyduje o tym, czy w ogóle będziemy mieli możliwość nawiązania współpracy. Druga – to świadomość, że rozmowa telefoniczna nie jest jeszcze początkiem znajomości, ale zaledwie wstępem do jej podjęcia, gdyż ten przypada dopiero na moment, w którym dochodzi do spotkania. Tutaj warto podkreślić, że o ile Wietnamczycy nie wymagają znajomości ich języka od obcokrajowców (negocjacje toczą się w międzynarodowym języku biznesu – angielskim), to jednak uważają, że powinni oni poznać rodzime obyczaje w myśl zasady, że „*jest tradycja, której obcy nie powinien zepsuć*”.

Pierwsze spotkanie

Bez wątplenia stanowi klucz do sukcesu, dlatego też powinno być **starannie przemyślane i dopracowane**. Wietnamczycy **zwracają uwagę na szczegóły** i będą pamiętali jak byliśmy ubrani, czy jakiej marki gadżetów osobistych używamy. W ich oczach status finansowy i majątność rozmówcy świadczą o jego zaradności i możliwościach biznesowych, uwiarygodniają też pozycję firmy, a tym samym utwierdzają ich w przekonaniu, że mają do czynienia z solidnym przedsiębiorcą. Co więcej – można powiedzieć, że kontakt z osobą o określonej pozycji nobilituje ich samych. W związku z tym na dobry początek **warto zaprosić wietnamskich rozmówców do dobrej restauracji, zapłacić nie szczędząc na nic za zamówione dania oraz podarować upominek związany z krajem, z jakiego przybywamy** – np. żubrówka czy album o Polsce.

Pierwszy kontakt z naszym partnerem to zaledwie czas na poznanie i wzajemne rozmowy. Przedsiębiorczość oraz chęć przechodzenia do tzw. konkretów, zbyt natarczywe prezentowanie własnej oferty nie tylko będzie niemile widziane, ale może stać się przyczyną zakończenia pertraktacji. **Wietnamczycy zawierają umowy z ludźmi, którzy mają do nich szacunek, a więc mają też dla nich czas.** Tutaj takie sposoby komunikacji jak Internet, maile, faxy nie mają znaczenia – ludzie poznają się na drodze wzajemnych spotkań, wielogodzinnych rozmów, poprzez obserwację własnych zachowań. W taki sposób określa się dojrzałość partnera, jego cierpliwość, stosunek do lokalnej społeczności oraz chęć podjęcia ewentualnych trudów związanych ze współpracą. Można zaryzykować stwierdzenie, że te wielogodzinne debaty z punktu widzenia przeciętnego Europejczyka będą nadużyciem ich wietnamskich partnerów czy nawet zbędną stratą czasu, ale bez tego nie ma możliwości podejścia do negocjacji biznesowych.

Język i obyczaje

Jak już było wspomniane wietnamscy biznesmeni mają świadomość zachodnich modeli, jakie obowiązują w biznesie i **nie będą oczekiwali, że przemówimy do nich w ich ojczystym języku**, ale spokojnie przeprowadzą negocjacje po angielsku. Oczywiście podstawowe słowa czy pozdrowienia wypowiedane przez nas po wietnamsku będą dowodem na to, że interesuje nas ich kultura i kraj i bez wątplenia to docenią. Generalnie będą oczekiwali od nas aktywnego podejścia do ich rodzimego dziedzictwa i obyczajów, bo Wietnamczycy mimo tego, iż zdają sobie sprawę z egzotyki swoich tradycji, mają poczucie, że warto je poznawać i będą wymagać od nas zainteresowania w tych kwestiach. Co więcej chętnie sami odpowiedzą na wiele pytań czy zaszerwują nam lokalne potrawy takie jak węzówka czy kolacja z psa. Oczywiście możemy odmówić degustacji, niemniej będzie do swoisty test na to czy akceptujemy i rozumiemy ich kulturę, który umiejscowi nas na osi „swój bądź obcy”. Warto dodać, że w ich pojęciu nie ma miejsca na „neutralny” bądź inny. Współpracują z tymi, którzy mimo swej odmienności podchodzą do ich środowiska z dużą dozą ciepła i zainteresowania. Krótko mówiąc **chcą byśmy znali ich kulturę**.

Jeżeli już mowa o kulturze to warto dodać, że w społeczeństwie wietnamskich **ogromną rolę odgrywa hierarchia**. I nie mówimy tutaj tylko o pozycji finansowej czy zajmowanym stanowisku, ale także o innych niż zawodowe dziedzinach życia, w których funkcjonuje struktura hierarchiczna, takich jak: rodzina, wspólnota religijna, polityka. **Tutaj nikt nie jest równy, a pozycja jaką się zajmuje w konkretnych strukturach jest nie tylko przywilejem, ale wiąże się także z obowiązkami**. Z tego względu nasz rozmówca za wszelką cenę będzie się starał ustalić swoje miejsce względem nas, chcąc ustalić czy na drabinie społecznej znajduje się niżej czy wyżej. Ci, którym przypadają najwyższe miejsca traktowani są nie tylko z niezwykłą czcią i szacunkiem, ale mają też obowiązek opiekować się tymi, co zasiadają nieco niżej od nich. Wiąże się to nie tylko ze środowiskiem rodzinnym, ale ma swoje odzwierciedlenie także w biznesie.

Hierarchia z kolei jest ściśle związana z szacunkiem, który w Wietnamie jest nie tylko dobrym zwyczajem, ale też obowiązkiem. **Szacunek okazują sobie członkowie rodziny, przyjaciele, znajomi, kontrahenci**. Odzwierciedleniem takiego sposobu myślenia odnajdujemy w codziennych sytuacjach związanych z powitaniem (duży szacunek do osób starszych, zaczynamy od uściśnięcia ręki mężczyźnie, wysoko ceniony jest dystans – Wietnamczycy nie okazują w miejscach publicznych swoich uczuć), propozycjami finansowymi i towarzyskimi (delikatność tego, który proponuje nakazuje mu kierowanie oferty w taki sposób by jego rozmówca nie poczuł się dotknięty i by był w stanie się zrewanżować; utrata twarzy przez naszego rozmówcę, skończy się chęcią zemsty).

Szacunek w stosunkach międzyludzkich trudno jednak utożsamiać z europejskim szacunkiem i sposobem traktowania kobiet. Wprawdzie w biznesie mają one swój udział, jednak zdecydowanie łatwiej wybić się panom. Co więcej w kulturze ściśle ustalonych hierarchii i ról, także rola kobiety jest przyporządkowana i wiąże się raczej ze środowiskiem domowym. W każdym razie **normalnym widokiem będzie tutaj sytuacja w jakiej to kobieta otwiera drzwi przed mężczyzną czy nakłada mu jedzenie**. Co więcej mężczyzna ma prawo żądać od niej oznak uniżoności, czci i oddania, zwłaszcza w miejscach publicznych.

Ważnym elementem obyczajowości wietnamskiej jest strój. Praktycznie każdy region ma swoje tradycyjne ubiory, które cieszą wzrok turystów zwłaszcza podczas różnego rodzaju festiwali. Na co dzień Wietnamczycy coraz częściej sięgają po ubiór europejski. W biznesie natomiast obowiązują dosyć sztywne reguły, które można by określić dwoma słowami – skromność i praktycyzm. W kontaktach handlowych należy mieć zawsze długie spodnie ciemnego koloru i koszulę z długim rękawem. Mile widziane, aczkolwiek niekonieczne są krawat i marynarka. Dla pań najodpowiedniejsze są kostiumy lub żakiety, przy czym spódnica powinna kończyć się poniżej kolan. Taki strój na pewno nie będzie raził, a co więcej okażemy w ten sposób szacunek naszym rozmówcom.

Kontrakty i negocjacje

Odbyliśmy już kilka spotkań, zyskaliśmy sympatię wietnamskich kontrahentów, jesteśmy w „wietnamskim świecie”. Wreszcie nadeszła pora by przygotować strategię i rozpocząć pertraktacje. Pora rozpracować nasz grafik.

Po pierwsze – pory dnia. Tutaj ogromną rolę ma przede wszystkim znaczenie jakie niesie za sobą konkretny moment. W Wietnamie mamy do czynienia z niemalże mitycznym przeświadczeniem, że jest odpowiedni czas na wszystko. I tak wszelkie umowy powinny być zawierane przed południem, gdyż jest to zwiastun dobrej passy. Wtedy łatwiej nam będzie wynegocjować korzystne ceny i atrakcyjne warunki. Z kolei wieczorne spotkania w barze czy restauracji są dobrym momentem na złożenie przez naszych partnerów obietnic. Dosyć często praktykowanym przez polskich biznesmenów zwyczajem, jest obietnica, zaproszą swojego kontrahenta w delegację i tam go odpowiednio obsłużą. Firmy polskie zazwyczaj płacą za wietnamskiego partnera, ale u nas dostaje on rachunki, które potem refunduje sobie w swojej firmie.

Po drugie – spotkania biznesowe. Powinny stanowić podstawę kalendarza każdego, kto się udaje z wizytą do Wietnamu. Tutaj nie wystarczy się spotykać tylko w sprawach czysto zawodowych, ale należy przewidzieć czas na spotkania z naszymi partnerami także na innych polach niż biznesowe. Wietnamczycy pracują głównie z przyjaciółmi, a podpisanie z nimi kontraktu owocuje współpracą na wiele lat, nawet jeżeli przystąpienia do pewnych przedsięwzięć tymczasowo odmawiają. Poza tym oni oczekują od nas, że będziemy odwiedzać ich dom i że zaangażujemy się w ich prywatne życie, o dla Polaków bywa dosyć dużym zaskoczeniem. Tym niemniej nie tylko będą chcieli byśmy im doradzali, ale chętnie odwdzięczą się nam tym samym. Przybywając do Wietnamu powinniśmy mieć świadomość, że nasze życie, praca i przyjaźnie powinny stanowić jedno w oczach azjatyckich współpracowników.

Spotkania zazwyczaj odbywają się w biurze. Biznesmeni zostają usadzeni naprzeciwko siebie przy okrągłym stole, często serwuje się herbatę zieloną i wodę. Podczas tego 'rytuału' warto zwrócić uwagę na to, w jakiej kolejności podaje się napoje, aby mniej więcej zorientować się jaka będzie obowiązywać hierarchia, chociażby już przy wręczaniu wizytówek. wizytówek ten zwyczaj rozpocznie się w miarę szybko, ponieważ informacje zawarte na wizytówce pozwolą uczestnikom dyskusji zorientować się z kim mają do czynienia i ustalić obowiązujące najważniejszych pierwszeństwo. Wymiana wizytówek wymaga od nas jednak zapamiętania przynajmniej kilku zasad:

- a. Pierwszeństwo przy wręczaniu kart wizytowych powinno być zgodne z hierarchią. Tutaj możemy zacząć od najstarszych, lub ewentualnie powtórzyć kolejność, jaka obowiązywała przy podawaniu herbaty.
- b. Wizytówki podaje się dwóm rękoma (zwłaszcza jeżeli nasi partnerzy robią to w ten sposób).
- c. Gestowi temu towarzyszy zazwyczaj uścisk dłoni wymieniających.

Wymiana kart wizytowych pozwala na szybkie zweryfikowanie obowiązującej w grupie hierarchii.

Podczas pertraktacji warto pamiętać o tym, że dyskusja będzie długa i niekoniecznie na tematy, które od razu chcielibyśmy poruszyć. Wietnamczycy sami ostrzegają: „*Najpierw trzeba długo rozmawiać, a potem podpisać umowę*”.

Takie podejście naszych partnerów powoduje, że wszelkie próby przejścia do sedna dyskusji z naszej strony, będą źle widziane. Tuż po wymianie wizytówek nadchodzi pora, by na stole pojawiły się owoce i papierosy. To stary zwyczaj z czasów, kiedy Wietnamczycy po tradycyjnym łyku herbaty i wymianie wizytówek żuli betel. Jest to dobry moment by przejść do rozmów – niekoniecznie do interesujących nas kwestii. W tej chwili rozpocznie się prezentacja firmy, z którą być może przyjdzie nam współpracować oraz wymiana grzeczności uprzejmości, które dotyczyć będą także takich kwestii jak pogoda, rodzina, wypoczynek, bieżące sukcesy przedsiębiorstwa. Cała ta, być może nieraz nużąca dla nas sytuacja, ma na celu zaprezentowania kontaktów jakie łączą naszych partnerów, ustalenie zależności między nimi i

zaprezentowanie ich bardziej od strony prywatnej. Mimo braku zainteresowania warto jednak zadawać jakieś pytania i okazywać swoje zainteresowanie, nie można natomiast dać im odczuć, że nam się nie podoba przebieg spotkania. Poprzez pytania kierowane do nich mamy szansę określić obszar naszych zainteresowań. W ten sam sposób będą postępowali oni. **Wietnamczycy nie okazują uczuć i tego oczekują od nas. Spokój i harmonia podczas negocjacji dają im poczucie ładu i budują dobrą atmosferę.**

Po trzecie – kontrakty. Tutaj możemy być nieco zdziwieni, kiedy okaże się, że mimo podpisanej umowy nasi partnerzy będą chcieli renegegować. Wietnamczycy nie przywiązują tak dużego znaczenia do podpisu i zawierania umów i kiedy rozmowy dobrze się toczą, będą dążyć do szybkiego sfinalizowania kontraktu, nie bacząc na fakt, iż nie wszystkie kwestie zostały ustalone. Warto jednak abyśmy sami starali się przeprowadzić dyskusję nad treścią umowy dosyć szczegółowo, ponieważ wietnamscy partnerzy chcąc zakończyć proces negocjacji, podpisują czasem umowę, w której nie przewidzieli np. że wysłany przez nich kontener jest za duży by wpłynąć do portu i nie wezmą pod uwagę, że wiąże się to ze znacznie większymi kosztami niż przewidywano. Warto zatem najpierw przekonać się o możliwościach działania firmy, z jaką wchodzi się we współpracę, aby być pewnym, że może ona w pełni zadowalająco dla nas wywiązać się z zawartych umów.

Polacy często są także zaskoczeni faktem, że wietnamski partner będzie usiłował wyrzucić na nich nacisk na podpisanie umowy tylko z nim. Wietnamczycy lubią mieć wyłączność i chcą wiedzieć, że będziemy pracowali tylko z ich firmą, zabezpieczając tym samym ich interesy na miejscu.

ŚWIĘTA NARODOWE

- 1 stycznia - Nowy Rok
- 30 kwietnia - Sajgon, dzień Wolności
- 1 maja - międzynarodowe Święto Pracy
- 2 września - Święto Państwowe Socjalistycznej Republiki Wietnamu
- styczeń bądź luty - wietnamski festiwal w dniach księżycowego Nowego Roku
tzw. święto Tet – trwa przez 4 dni

WAŻNE NUMERY TELEFONÓW

0	Krajowy numer dostępu do łączności międzymiastowej
00	Międzynarodowy numer dostępu do łączności międzynarodowej
113	Policja
114	Straż Pożarna
115	Pogotowie
101	Telefon pomocy przy połączeniach dalekiego zasięgu
102	Directory assistance for long distant domestic telephone calls
103	Operator-assisted long distance domestic telephone calls
110	Międzynarodowe usługi telefoniczne
142	Międzynarodowy poziom usług telefonicznych
143	Międzynarodowe biuro usług telefonicznych

116	Biuro numerów telefonicznych
117	Zegarynka
118	Oddzwaniacz testowy
119	Pomoc telefoniczna
133/131	Hanoi ABC usługa stronicowa
107/105	Usługa Vietnam Paging
106	Biuro Usług Paging
141	Vinaphone Paging
151	Biuro usług Vinaphone
145	Biuro usług VMS Mobifone
1260	VNN/INTERNET Access Number
1268	VNN dostęp do numerów (lokalnych)
1269	VNN dostęp do numerów (międzynarodowych)
1080	Informacje ogólne
1081	Yellow Pages Informacja & Consultingowe usługi
1082	Usługi konsultingowe