



KULTURA BIZNESU

KOREA POŁUDNIOWA

© 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, wrzesień, 2025

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z koreańskimi partnerami.....	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z koreańskimi partnerami	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli koreańska etykieta w praktyce.....	5
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 koreańskim biznesie	9
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji.....	10
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Korei	10
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać koreańskim partnerom	11

Kultura biznesu w Korei Południowej

Kultura biznesu w Korei Południowej opiera się na głęboko zakorzenionych wartościach społecznych, takich jak szacunek dla hierarchii, relacje międzyludzkie, etykieta i wzajemne zaufanie. Choć jest to jeden z najbardziej zaawansowanych technologicznie i dynamicznie rozwijających się rynków w Azji, tradycja wciąż odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu stylu komunikacji, negocjacji i codziennej współpracy zawodowej.

Zrozumienie koreańskich norm kulturowych oraz dostosowanie się do nich może mieć decydujące znaczenie w budowaniu trwałych i efektywnych relacji biznesowych. Nawet najbardziej atrakcyjna oferta handlowa nie przyniesie oczekiwanych rezultatów bez właściwego podejścia, wyczucia i szacunku dla lokalnych zwyczajów.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z koreańskimi partnerami

W relacjach biznesowych z partnerami z Korei Południowej istotne jest zrozumienie zarówno językowych, jak i kulturowych aspektów komunikacji. Choć oficjalnym językiem w kraju jest koreański, w kontaktach biznesowych często wykorzystuje się język angielski. Nie powinno się jednak zakładać, że jest to obowiązujący standard – zawsze warto upewnić się, w jakim języku rozmówcy czują się komfortowo.

Koreańczycy przykładają dużą wagę do budowania relacji osobistych, które stanowią fundament zaufania niezbędnego w prowadzeniu interesów. Z tego względu preferują współpracę z osobami, które znają lub których ktoś zaufany im przedstawił. Dlatego warto, by wprowadzenia dokonywała instytucja ciesząca się autorytetem, jak np. Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Seulu.

W kontaktach osobistych należy pamiętać o zasadach *savoir-vivre'u* charakterystycznych dla kultury koreańskiej. Niewskazane jest pokazywanie palcem – gest ten uznawany jest za niegrzeczny. Również przywoływanie ludzi palcem lub machnięciem dłoni może zostać odebrane jako brak szacunku. W sytuacjach wymagających zachowania manier, takich jak ziewanie czy korzystanie z wykałaczki, należy zasłaniać usta.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z koreańskimi partnerami

Planując spotkania biznesowe z koreańskimi partnerami, bardzo ważna jest punktualność. Należy unikać zarówno spóźnień, jak i zbyt wczesnego przybycia – najlepiej pojawić się 5-10 minut przed ustaloną godziną. Koreańczycy zazwyczaj przychodzą kilka minut wcześniej, co postrzegane jest jako wyraz szacunku i profesjonalizmu.

Spotkania warto umawiać z wyprzedzeniem – optymalny czas to 3-4 tygodnie. Umożliwia to obu stronom odpowiednie przygotowanie się. Przed spotkaniem należy przesłać starannie opracowane materiały dotyczące firmy, produktu lub usługi, a także jasno określić planowaną agendę i zakres tematyczny rozmowy. Dokładność i przygotowanie są wysoko cenione i wpływają na odbiór partnera biznesowego.

Typową formą kontaktu są lunchy biznesowe, a spotkania często odbywają się również w lokalnych kawiarniach. Z kolei śniadania biznesowe są w Korei rzadkością i nie należą do przyjętego standardu.

Przy ustalaniu terminu spotkania należy uwzględnić lokalny kalendarz świąt i urlopów. Okres wakacyjny trwa zazwyczaj od połowy lipca do połowy sierpnia – to czas, w którym trudno o dostępność partnerów. Należy również unikać planowania spotkań w czasie Nowego Roku Księżycowego (zwykle na przełomie stycznia i lutego), podczas święta Chuseok (wypadającego na przełomie września i października) oraz w okolicach Bożego Narodzenia.

Powitania, tytuły i zasady – czyli koreańska etykieta w praktyce

W Korei Południowej ogromne znaczenie przypisuje się statusowi społecznemu oraz hierarchii, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym. W codziennej komunikacji powszechnie stosuje się tytuły, które wyrażają szacunek wobec rozmówcy. Najczęściej poprzedza się nimi nazwisko osoby, np. „dyrektorze Kim”, „asystencie Kang” czy „profesorze Park”. W kontaktach prywatnych również odnosi się do pozycji społecznej, używając określeń takich jak „mamo Zosi”, „starszy bracie” czy „młodsza siostrze”.

Typową formą powitania jest ukłon, który może mieć różną głębokość w zależności od stopnia zażyłości i różnicy w pozycji społecznej. Delikatne skinienie głowy (ukłon pod kątem ok. 15°) stosuje się wobec osób znajomych lub rówieśników. W sytuacjach bardziej formalnych – zwłaszcza podczas pierwszego spotkania lub w relacjach z osobą starszą bądź wyższą rangą – obowiązuje głębszy ukłon, sięgający 30°–45°.

Obok ukłonu, popularnym gestem powitalnym jest także uścisk dłoni. W Korei jednak nie wystarczy zwykłe podanie ręki – należy to zrobić z zachowaniem odpowiednich zasad. Podaje się prawą dłoń, jednocześnie lekko pochylając głowę i utrzymując kontakt wzrokowy. Z kolei lewą ręką warto podtrzymać prawe przedramię lub położyć ją na klatce piersiowej – ten gest świadczy o uprzejmości i szacunku.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W koreańskim świecie biznesu wygląd zewnętrzny odgrywa istotną rolę i często bywa odbierany jako odzwierciedlenie profesjonalizmu oraz szacunku wobec rozmówcy. Obowiązujący dress code jest raczej konserwatywny i formalny. Mężczyźni powinni zakładać klasyczny garnitur, koszulę i krawat, natomiast kobiety najczęściej wybierają elegancką spódnicę i bluzkę lub kostium. Staranność w ubiorze świadczy o powadze

podejścia do spotkania i może znacząco wpłynąć na budowanie pozytywnego pierwszego wrażenia.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

W Korei Południowej etykieta odgrywa ważną rolę nie tylko w kontekście formalnych spotkań, ale również w relacjach towarzyskich na wydarzeniach biznesowych. W trakcie przyjęć lub spotkań należy poczekać, aż ktoś nas przedstawi – samodzielne przedstawienie się nie jest dobrze widziane. Jeśli chcemy nawiązać kontakt z konkretną osobą, warto poprosić osobę trzecią o wprowadzenie.

Spotkania towarzyskie najczęściej odbywają się w restauracjach lub kawiarniach. Zaproszenia do prywatnych domów są rzadkością i powinny być odbierane jako wyraz szczególnego zaufania i zaszczytu. W takich okolicznościach nie powinno się inicjować tematów biznesowych – należy poczekać, aż zrobi to gospodarz.

Popularną praktyką jest zapraszanie po pracy na kolację, często połączoną z konsumpcją alkoholu. Wspólne jedzenie ma w kulturze koreańskiej istotne znaczenie – służy budowaniu nieformalnych relacji i poznawaniu charakteru drugiej osoby. Należy jednak pamiętać, że wypowiedzi, żarty czy obietnice składane przy stole bywają traktowane poważnie. Odmówienie takiego zaproszenia jest źle postrzegane, podobnie jak przyprowadzanie współmałżonka bez wcześniejszych ustaleń. W dobrym tonie jest również odwzajemnienie zaproszenia w późniejszym terminie.

Odmowa spożywania alkoholu nie jest dobrze postrzegana, jednak można go uniknąć, powołując się na stan zdrowia lub ograniczyć się do symbolicznego zwilżenia ust. Należy pamiętać, że dopijając kieliszek do końca, daje się sygnał do jego ponownego napełnienia – jeśli tego nie chcemy, warto pozostawić odrobinę trunku w środku.

Podczas spożywania alkoholu należy okazać partnerowi szacunek poprzez dbanie o to, by jego kieliszek lub szklanka były zawsze pełne. Przy nalewaniu trunku zaleca się trzymać butelkę obiema dłońmi lub podtrzymywać przedramię, ewentualnie położyć lewą dłoń na klatce piersiowej – podobnie jak podczas uścisku dłoni. Jednocześnie nie powinno się samemu napełniać własnego kieliszka – należy pozwolić, aby zrobił to ktoś inny. Osoba przyjmująca drinka powinna trzymać naczynie obiema dłońmi, co stanowi formę okazania szacunku.

Podczas posiłku warto wykazać się znajomością używania pałeczek, które – w zestawie z łyżką – stanowią podstawowe sztuczce w Korei. Charakterystyczne dla Korei są pałeczki metalowe i płaskie, w przeciwieństwie do okrągłych japońskich czy chińskich. Podczas jedzenia należy unikać wydmuchiwania nosa – jest to postrzegane jako niegrzeczne.

Zazwyczaj to gospodarz reguluje rachunek, jednak w dobrym tonie jest wykazanie chęci zapłaty lub zaproponowanie pokrycia kosztów kolejnego spotkania. Jeżeli to my jesteśmy gospodarzami, nie należy studiować rachunku przy płaceniu – może to zostać odebrane jako brak zaufania do restauratora. W przypadku serii spotkań obowiązuje niepisana zasada naprzemiennego pokrywania kosztów. Warto także pamiętać, że w Korei Południowej nie daje się napiwków – obsługa nie oczekuje dodatkowych gratyfikacji.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

W kontaktach biznesowych z koreańskimi partnerami niezwykle istotna jest umiejętność prowadzenia rozmowy w sposób uprzejmy, świadomy różnic kulturowych i zgodny z przyjętymi normami społecznymi. Spotkania zazwyczaj rozpoczynają się od krótkiej, niezobowiązującej rozmowy, która służy budowaniu relacji i wzajemnemu poznaniu się. Już podczas pierwszego spotkania można spodziewać się pytań o życie rodzinne,

zainteresowania, opinię na temat Korei czy nawet o pogodę. Taka wymiana uprzejmości ma duże znaczenie w procesie nawiązywania zaufania.

Kluczowym elementem spotkania biznesowego jest wymiana wizytówek. Ze względu na znaczenie hierarchii i statusu w koreańskiej kulturze, należy wymieniać się wizytówkami na początku spotkania, z zachowaniem etykiety. Wizytówkę wręcza się i przyjmuje obiema rękami, trzymając ją tak, by druk był skierowany do odbiorcy. Delikatne skinienie głowy podczas przekazywania wizytówki jest wyrazem szacunku. Po otrzymaniu wizytówki warto się z nią uważnie zapoznać, a w razie potrzeby dopytać o wymowę imienia czy nazwiska. Niedopuszczalne jest odłożenie wizytówki bez spojrzenia – najlepiej położyć ją horyzontalnie na stole i schować dopiero po zakończeniu spotkania. Pamiętajmy, że wizytówka reprezentuje właściciela – powinna być w nienagannym stanie, a na spotkanie warto zabrać ich więcej, niż planowana liczba uczestników.

Przed spotkaniem warto przesłać partnerom broszury firmowe, prezentacje oraz inne materiały marketingowe w języku angielskim lub koreańskim, wraz z agendą i zakresem tematycznym rozmowy. Pozwoli to obu stronom lepiej przygotować się do dialogu.

Styl prowadzenia negocjacji w Korei Południowej różni się od tego, do którego przyzwyczajeni są Europejczycy. Proces negocjacyjny zazwyczaj przebiega wolniej, co wynika m.in. z rozbudowanej struktury organizacyjnej firm oraz konieczności konsultowania decyzji z przełożonymi. Należy unikać konfrontacyjnego tonu – bardziej skuteczne będzie pozostawienie „furtki” i umożliwienie drugiej stronie zachowania twarzy. Otwarte nieporozumienia czy bezpośrednie odrzucenie propozycji mogą zostać odebrane jako brak szacunku.

Ważne jest również właściwe odczytywanie i okazywanie emocji. Nie należy zbyt często komplementować rozmówcy, ponieważ może to zostać uznane za ironię. Z drugiej strony komplementy skierowane pod naszym adresem przyjmujemy z pokorą i skromnością, unikając bezpośredniego ich potwierdzania. Długotrwałe i intensywne utrzymywanie kontaktu

wzrokowego również nie jest zalecane – może być odczytane jako oznaka agresji.

Rozmowy powinny przebiegać w uprzejmej atmosferze, z zachowaniem odpowiednich manier. W razie niejasności warto zadawać pytania – otwartość i chęć zrozumienia drugiej strony są pozytywnie odbierane.

Należy jednak unikać tematów politycznych, historycznych i kontrowersyjnych, takich jak wojny koreańskie, relacje z Koreą Północną czy Japonią, religia, socjalizm i komunizm. Również porównywanie Korei lub jej mieszkańców do innych narodów regionu – szczególnie do Japończyków czy Chińczyków – może zostać źle przyjęte. Zamiast tego warto poruszać tematy związane z kulturą, osiągnięciami międzynarodowymi, sportem oraz zainteresowaniami.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w koreańskim biznesie

W koreańskiej kulturze biznesowej wręczanie drobnych upominków jest nie tylko akceptowaną, lecz wręcz zalecaną praktyką, która może znacząco wpłynąć na budowanie pozytywnych relacji. Szczególnie cenione są prezenty symboliczne i charakterystyczne dla kraju pochodzenia darczyńcy – pokazują one zaangażowanie i osobisty akcent, co z reguły spotyka się z ciepłym przyjęciem.

Podczas wyboru prezentu warto jednak zachować umiar. Zbyt kosztowny upominek może wprowadzić odbiorcę w zakłopotanie i zaburzyć równowagę w relacji – celem nie jest imponowanie, lecz okazanie szacunku. Warto również dostosować rodzaj i wartość prezentu do rangi lub pozycji zawodowej osoby, której ma on zostać wręczony. Hierarchia ma w Korei duże znaczenie, również w takich gestach takich jak wręczanie upominków.

Prezenty przekazuje się – i odbiera – oburącz, najczęściej pod koniec spotkania. Gest ten powinien być uprzejmy i spokojny, z zachowaniem odpowiedniej etykiety. W sytuacjach formalnych nie należy otwierać

otrzymanego podarunku od razu, chyba że gospodarz wyraźnie na to nalega. Powściągliwość w tej kwestii postrzegana jest jako wyraz dobrych manier i poszanowania intencji darczyńcy.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

W korespondencji z koreańskimi partnerami biznesowymi zaleca się stosowanie języka angielskiego, który jest powszechnie akceptowanym środkiem komunikacji w kontaktach międzynarodowych. Mimo że język koreański pozostaje językiem urzędowym, angielski jest uznawany za odpowiedni w formalnej wymianie wiadomości, szczególnie w relacjach biznesowych.

Korespondencję należy kierować bezpośrednio do konkretnej osoby, a nie do ogólnego adresata. Wskazanie imienia, nazwiska oraz stanowiska odbiorcy świadczy o profesjonalizmie i pokazuje, że nadawca poświęcił czas na poznanie struktury organizacyjnej firmy. Taka forma personalizacji buduje zaufanie i zwiększa szansę na skuteczną komunikację.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Korei

W Korei Południowej nawiązywanie kontaktów biznesowych opiera się w dużej mierze na relacjach osobistych, które stanowią fundament skutecznej współpracy. Zdobycie zaufania koreańskich partnerów wymaga czasu, cierpliwości i zaangażowania – nie wystarczy jeden kontakt mailowy czy pojedyncze spotkanie online.

W praktyce osiągnięcie porozumienia biznesowego często wymaga kilku wizyt w Korei. Regularna obecność, osobiste spotkania oraz budowanie relacji twarzą w twarz są postrzegane jako oznaka profesjonalizmu i powagi intencji. Koreańczycy chętniej podejmują współpracę z osobami, które znają i którym ufają. Dlatego warto inwestować czas w rozwój relacji, zanim przejdzie się do konkretów biznesowych.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać koreańskim partnerom

W kontaktach biznesowych z koreańskimi partnerami profesjonalna prezentacja oferty może odegrać kluczową rolę w budowaniu pozytywnego wrażenia i wspieraniu decyzji o współpracy. Przygotowując materiały, warto zadbać nie tylko o ich merytoryczną zawartość, ale również o estetykę, przejrzystość i formę przekazu.

Zaleca się, aby przed spotkaniem przelać propozycję współpracy, broszury firmowe oraz inne materiały marketingowe – najlepiej w języku angielskim, a jeśli to możliwe, również w języku koreańskim. Świadczy to o szacunku dla partnera oraz profesjonalnym podejściu.

W przypadku prezentacji szczególnie dobrze odbierane jest umieszczenie logotypu koreańskiego partnera na pierwszym i ostatnim slajdzie – to prosty, ale znaczący gest pokazujący indywidualne podejście i zaangażowanie we współpracę.

Warto unikać slajdów przeładowanych tekstem, znacznie lepiej sprawdzają się elementy wizualne, takie jak wykresy, zdjęcia, diagramy czy infografiki w wysokiej jakości. Treści powinny być zwięzłe, a przekaz jasny i logiczny.

Sama prezentacja nie powinna trwać dłużej niż 10-15 minut, pozostawiając przestrzeń na pytania, rozmowę i pogłębioną dyskusję. Koreańscy partnerzy cenią sobie konkret, klarowność i szacunek dla czasu. Dobrze przygotowana prezentacja może więc stać się mocnym atutem w procesie negocjacyjnym.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Seulu

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