



KULTURA BIZNESU

WIETNAM

© 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 wietnamskimi partnerami	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z wietnamskimi partnerami...	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli wietnamska etykieta w praktyce	5
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój	6
Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych	7
Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu	8
Upominek czy niezręczność? O prezentach w wietnamskim biznesie	9
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji.....	10
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Wietnamie	11
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać wietnamskim partnerom.	12

Kultura biznesu w Wietnamie

Wietnam to dynamicznie rozwijający się rynek Azji Południowo-Wschodniej, który z roku na rok przyciąga coraz większe zainteresowanie zagranicznych inwestorów i przedsiębiorców. Choć kraj ten oferuje wiele możliwości rozwoju biznesowego, skuteczne wejście na rynek wymaga nie tylko znajomości realiów gospodarczych, lecz także zrozumienia lokalnych norm kulturowych i zasad prowadzenia interesów.

Wietnamska kultura biznesowa, choć coraz bardziej otwarta na międzynarodową współpracę, wciąż opiera się na silnie zakorzenionych tradycjach, hierarchii społecznej oraz wartościach opartych na wzajemnym szacunku, relacjach i etykiecie. Niewłaściwe zachowanie – nawet nieświadome – może wpłynąć negatywnie na relacje i prowadzenie rozmów handlowych. Z drugiej strony, wykazanie się taktem, znajomością kontekstu kulturowego oraz autentycznym zainteresowaniem lokalnymi zwyczajami często staje się kluczem do zbudowania trwałych i efektywnych partnerstw.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z wietnamskimi partnerami

W oficjalnych kontaktach w Wietnamie używa się języka wietnamskiego, jednak w relacjach biznesowych często wykorzystywany jest również angielski, chiński lub japoński. Starsze pokolenie może posługiwać się francuskim lub rosyjskim, co wynika z uwarunkowań historycznych. Warto pamiętać, że wielu Wietnamczyków uczyło się angielskiego jedynie w szkole średniej lub na studiach, a ich kontakt z płynnym, mówionym językiem mógł być ograniczony. Ponadto angielski z obcym akcentem może sprawiać im trudność w zrozumieniu, dlatego należy mówić powoli, wyraźnie i zwięźle.

Podczas rozmów z tłumaczem istotne jest, aby utrzymywać kontakt wzrokowy i kierować wypowiedzi bezpośrednio do rozmówcy, nie do

tłumacza. Jednocześnie należy mieć świadomość, że zbyt intensywny, bezpośredni kontakt wzrokowy może być odebrany jako przejaw agresji lub wrogości, dlatego warto zachować umiarkowanie.

Planując podróż biznesową, należy unikać okresu Księżycowego Nowego Roku (Tet), który przypada od początku stycznia do końca lutego. W tym czasie większość biur i przedsiębiorstw w Wietnamie pozostaje zamknięta z powodu świątecznych urlopów.

Wietnamska etykieta wymaga również szczególnej uwagi w sferze gestów i kontaktu fizycznego. Silny uścisk dłoni może zostać odebrany jako nietaktowny, a dystans przestrzenny między rozmówcami zazwyczaj jest większy niż w kulturze zachodniej. Warto unikać gwałtownych ruchów, nadmiernej ekspresji, a także machania ręką. Niedozwolone jest wskazywanie kogoś palcem wskazującym – zamiast tego należy wyciągnąć rękę dłońią skierowaną ku dołowi i poruszyć palcami w swoim kierunku, aby kogoś przywołać.

W sytuacjach wymagających przekazania przedmiotów drugiej osobie uprzejmie jest robić to obiema rękami. Ważne jest także unikanie dotykania głowy rozmówcy oraz przesuwania czegokolwiek stopą. W kulturze wietnamskiej stopy uważane są za nieczyste, dlatego również podczas siedzenia nie należy ich eksponować w kierunku innych osób.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z wietnamskimi partnerami

Wietnamczycy coraz częściej posługują się językiem angielskim, zwłaszcza w środowisku biznesowym. Niemal każdy przedsiębiorca posiada anglojęzycznego asystenta, który wspiera go w kontaktach z zagranicznymi kontrahentami, co zdecydowanie ułatwia komunikację.

Jednym z najbardziej efektywnych sposobów na nawiązanie relacji z potencjalnymi partnerami wietnamskimi jest bezpośredni udział w targach branżowych lub misjach handlowych. Jeśli dopiero zaczynasz swoją

działalność na tym rynku, warto rozważyć skorzystanie z usług lokalnego pośrednika, który pomoże przełamać pierwsze bariery i zrozumieć specyfikę biznesową regionu.

Początkowy etap budowania relacji z partnerami z Wietnamu charakteryzuje się dużą liczbą bezpośrednich spotkań, które są bardziej cenione niż korespondencja czy rozmowy telefoniczne. Spotkania najlepiej planować w godzinach od 9:00 do 11:00 oraz od 14:00 do 16:00. Warto też pamiętać, że Wietnamczycy mają zwyczaj robienia sobie przerwy na lunch między 12:00 a 13:30 – nawet jeśli rozmowy czy negocjacje nie zostały jeszcze zakończone, przerwa obiadowa jest przestrzegana.

Na spotkaniach biznesowych często obecne są kobiety, czasem pełniące bardziej reprezentacyjną rolę w celu stworzenia pozytywnego wizerunku firmy. Traktowanie ich obojętnie jest jednak postrzegane jako nietakt. W komunikacji warto okazywać pozytywne nastawienie – uprzejmość, otwartość i szacunek są zawsze mile widziane – przy jednoczesnym zachowaniu stanowczości i klarowności w negocjacjach oraz podejmowaniu decyzji.

Na rynku wietnamskim relacje rozwija się przede wszystkim poprzez częste wizyty i osobiste spotkania. Konsekwencja w pielęgnowaniu kontaktów ma tu ogromne znaczenie i często decyduje o trwałości oraz sukcesie współpracy.

Powitania, tytuły i zasady – czyli wietnamska etykieta w praktyce

Wietnamczycy przykładają dużą wagę do zasad etykiety w kontaktach biznesowych, zwłaszcza podczas pierwszych spotkań. Uścisk dłoni jest powszechną formą powitania i pożegnania, ale najczęściej praktykowaną wtedy, gdy obie strony są tej samej płci. Niektórzy Wietnamczycy wykonują ten gest z użyciem obu rąk, kładąc lewą dłoń na wierzchu prawej. Jeśli partnerem spotkania jest kobieta, warto poczekać, aż to ona pierwsza

wyciągnię rękę. Jeśli nie wykona tego gestu, należy zareagować lekkim ukłonem, który wyraża szacunek i uprzejmość.

Podczas powitania często używa się formuły „Xin Chao Anh” (do mężczyzn) lub „Xin Chao Chi” (do kobiet), do której dodaje się imię i tytuł rozmówcy. To właśnie imię, a nie nazwisko rodowe, jest stosowane w codziennej komunikacji. Co ciekawe, na oficjalnych dokumentach wietnamskich nazwisko umieszczane jest przed imieniem, co może budzić pewne trudności interpretacyjne dla osób z Zachodu.

Wizytówki również odgrywają istotną rolę w kulturze biznesowej Wietnamu. Należy wręczać je prawą ręką lub obiema dłońmi, najlepiej z jedną stroną przetłumaczoną na język wietnamski lub angielski. Otrzymałą wizytówkę należy przyjąć oburącz, wykonując lekki ukłon, uważnie ją przeczytać, a następnie z szacunkiem schować. Choć Wietnamczycy zazwyczaj nie odmawiają przyjęcia wizytówki, należy pamiętać, że nie każdy z nich posiada własną – nie ma zatem gwarancji, że otrzymasz wizytówkę w zamian.

Dodatkowym przejawem szacunku jest przestrzeganie zasady pierwszeństwa wobec osób starszych wiekiem lub rangą. Jako pierwszy do sali spotkań lub restauracji, w której odbywa się wspólny posiłek, powinien wejść najstarszy członek delegacji. Takie gesty są szczególnie istotne w kulturze, w której hierarchia i etykieta mają duże znaczenie.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W kontaktach biznesowych z Wietnamczykami wygląd wyraża szacunek wobec partnera. Obowiązują formalne zasady ubioru – dla mężczyzn standardem jest garnitur, koszula z długim rękawem i krawat, natomiast kobiety najczęściej wybierają sukienki, bluzki ze spódnicami lub elegancką garsonkę.

W przypadku wysokich temperatur dopuszczalne jest zdjęcie marynarki, jednak warto najpierw upewnić się, że partner również zdecydował się na taki gest – okazanie wzajemnego dostosowania się do sytuacji postrzegane

jest jako forma uprzejmości. Strój w Wietnamie nie tylko pełni funkcję estetyczną, ale również odzwierciedla status, przygotowanie i intencje danej osoby, dlatego warto zadbać o jego adekwatność do okoliczności.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

Spotkania towarzyskie, a szczególnie wspólne kolacje, odgrywają istotną rolę w procesie budowania relacji z wietnamskimi partnerami. To właśnie przy stole tworzy się nić porozumienia, która może mieć wpływ na późniejsze decyzje biznesowe. Odmówienie choćby symbolicznego łyka podanej herbaty lub niespróbowanie serwowanego dania może zostać uznane za przejaw braku uprzejmości.

Choć gospodarz najczęściej pokrywa koszty posiłku, dobrym zwyczajem jest zaproponowanie, że to gość zapłaci za kolację – nawet jeśli Wietnamczyk grzecznie odmówi. W takiej sytuacji eleganckim gestem będzie zaproszenie partnera na kolejne spotkanie w dobrej restauracji jako forma rewanżu.

Podczas lunchu nierzadko prowadzone są rozmowy o charakterze biznesowym. Z kolei kolacje traktowane są głównie jako wydarzenia towarzyskie. Jeśli jednak rozmowy biznesowe zostaną zainicjowane przez wietnamskiego partnera – nie ma przeszkód, by je kontynuować.

Częstym i popularnym elementem zakończenia spotkań towarzyskich jest wspólne wyjście na karaoke. Tego rodzaju aktywność sprzyja integracji i rozluźnieniu atmosfery, co z kolei przekłada się na lepsze relacje służbowe.

W przypadku zaproszenia do prywatnego domu należy zachować szczególną uprzejmość – nie siadać samodzielnie, lecz cierpliwie czekać na wskazanie miejsca przez gospodarza. Takie zachowanie jest wyrazem szacunku wobec hierarchii i domowej gościnności.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

Prowadząc rozmowy biznesowe z wietnamskimi partnerami, należy być przygotowanym na pewien stopień formalności, który jednak może się stopniowo zmniejszać wraz z rozwojem relacji. Jednym z ważniejszych elementów negocjacji w Wietnamie jest nawiązanie osobistych, serdecznych kontaktów. Budowaniu zaufania służą wspólne posiłki, rozmowy przy herbatce czy też symboliczna konsumpcja alkoholu.

W przypadku ważnych negocjacji, szczególnie gdy konieczne jest tłumaczenie, zaleca się korzystanie z usług własnego tłumacza, a nie osoby zaproponowanej przez drugą stronę. Dobrą praktyką jest także wcześniejsze przekazanie kopii lub szkicu prezentacji – najlepiej w języku wietnamskim – co zostanie odebrane jako gest dużego szacunku. Podczas prezentacji warto wykorzystywać pomoce wizualne, zwłaszcza w odniesieniu do danych liczbowych, oraz regularnie upewniać się, czy partnerzy dobrze rozumieją przedstawiane informacje.

Wietnamska kultura biznesowa kładzie duży nacisk na uprzejmość i unikanie otwartego konfliktu. Dlatego nawet jeśli partner się z Tobą zgadza i uśmiecha, nie zawsze musi to oznaczać pełne zrozumienie. Warto zatem zadawać pytania pomocnicze, nie zakładając automatycznie, że wszystko zostało przyjęte i zaakceptowane. Twój własny uśmiech pomoże stworzyć swobodną atmosferę, w której partnerzy chętniej będą dzielić się swoimi wątpliwościami lub oczekiwaniami.

W trakcie rozmów należy unikać przerywania innym i poczekać, aż rozmówca skończy wypowiedź. Otwarte okazywanie irytacji, zniecierpliwienia czy gniewu uznawane jest za niedelikatne i może źle wpłynąć na dalszy przebieg spotkania. Co więcej, śmiech i chichot ze strony partnerów nie zawsze oznaczają rozbawienie – bardzo często są objawem zakłopotania. Lepiej więc powściągliwie reagować, dopóki nie poznasz kontekstu sytuacji.

Decyzje w wietnamskich firmach podejmowane są najczęściej przez najwyższe kierownictwo, co wiąże się z długim czasem oczekiwania na odpowiedź. Wyjątkiem są mniejsze przedsiębiorstwa, w których proces ten może być szybszy. Często padają sformułowania typu „zastanowimy się”, „odpowiemy później” – warto zatem z wyprzedzeniem dostarczyć wszystkie niezbędne dokumenty, najlepiej przetłumaczone na język wietnamski, szczególnie jeśli mają trafić do agencji rządowych.

W negocjacjach Wietnamczycy potrafią być bardzo stanowczy i często oczekują znaczących ustępstw, szczególnie w zakresie cen i warunków handlowych. Odniesienie sukcesu postrzegają przez pryzmat osiągniętych koncesji. Warto więc z góry przygotować bezpieczną rezerwę w ofercie oraz stworzyć strategię ustępstw warunkowych – coś za coś, o równoważnej wartości. Każdą zgodę na ustępstwo warto poprzedzić dłuższym wahaniem i emocjonalną reakcją – to jedyny moment, kiedy dopuszczalne jest ukazanie, jak „bolesna” była ta decyzja. Taki zabieg wzmacnia pozycję negocjacyjną i oddziałuje na wietnamskich partnerów w zgodzie z ich oczekiwaniami kulturowymi.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w wietnamskim biznesie

Wietnamska kultura biznesowa dopuszcza, a wręcz zachęca do wymiany upominków jako formy budowania relacji i okazywania szacunku. Najlepszym momentem na przekazanie prezentu jest zakończenie pierwszego spotkania. Każdemu z uczestników należy wręczyć starannie zapakowany upominek, używając obu rąk – jest to istotny element uprzejmości i zgodności z lokalną etykietą.

Podobnie gdy samemu zostaniesz obdarowany, przyjmij prezent oburącz, z uśmiechem, ale bez natychmiastowego odpakowywania. Wietnamskim zwyczajem jest pozostawienie upominku na później, jednak niektórzy gospodarze mogą od razu otworzyć prezent – w takiej sytuacji warto dostosować się do ich zachowania.

Należy unikać pakowania prezentów w papier w kolorze białym lub czarnym, ponieważ barwy te kojarzą się w Wietnamie ze śmiercią i pogrzebem. Warto również mieć przy sobie kilka drobnych upominków zapasowych – mogą się okazać przydatne w nieoczekiwanych sytuacjach. Z kolei kosztowne prezenty najlepiej wręczać dopiero po podpisaniu umowy, by uniknąć nieporozumień co do intencji.

Dobry upominek to taki, który łączy wartość z symboliką – może to być markowy alkohol, pudełko wysokiej jakości czekoladek, elegancki zestaw do pisania, gustowne firmowe gadżety lub przedmioty nawiązujące do Twojego regionu.

W przypadku zaproszenia do prywatnego domu wietnamskiego partnera, zawsze wypada przynieść drobny podarunek, na przykład wino, słodycze lub kwiaty.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

Wietnamscy partnerzy biznesowi preferują współpracę z osobami, które znają i z którymi mają bezpośredni kontakt. Dlatego nawiązanie relacji osobistej jest równie ważne, jak treść wiadomości. Po wysłaniu e-maila warto wykonać telefon, by potwierdzić jego otrzymanie i zaakcentować powagę intencji. Dzięki temu wiadomość nie zostanie potraktowana jako spam, a odbiorca poczuje się doceniony i zauważy realną wartość potencjalnej współpracy.

Najlepszym sposobem rozpoczęcia współpracy jest kontakt zainicjowany przez rekomendację lub bezpośrednie przedstawienie. Gdy nie ma takiej możliwości, warto samodzielnie podjąć inicjatywę i spróbować umówić spotkanie z osobą decyzyjną lub upoważnioną do rozmów. Jeżeli partner zgodzi się na spotkanie, będzie to wyraźny sygnał, że traktuje propozycję biznesową poważnie.

W korespondencji należy stosować grzecznościowe zwroty, zwracając się do odbiorcy za pomocą formy „Pan/Pani”, a następnie używać imienia, a nie nazwiska. Wietnamskie imiona i nazwiska są zapisywane w kolejności: nazwisko rodowe, imię środkowe, a na końcu imię właściwe. W praktyce oznacza to, że w codziennej komunikacji najczęściej używa się tylko imienia, ewentualnie z tytułem zawodowym, jeżeli jest znany (np. Pan Nguyen Van An należy zaadresować jako „Panie An”).

Warto pamiętać, że grzeczność, takt i cierpliwość to podstawy skutecznej komunikacji z wietnamskimi partnerami, niezależnie od tego, czy odbywa się ona drogą elektroniczną, telefoniczną czy osobiście.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Wietnamie

Budowanie relacji biznesowych w Wietnamie wymaga czasu, cierpliwości i zaangażowania. Należy przygotować się na udział w wielu spotkaniach – rzadko zdarza się, aby transakcje zostały sfinalizowane po jednej czy dwóch rozmowach. Wietnamscy partnerzy kładą duży nacisk na relacje osobiste, dlatego kontakt bezpośredni jest znacznie bardziej ceniony niż komunikacja elektroniczna czy telefoniczna.

Z tego powodu nie zaleca się stosowania metody „cold-calling”, czyli nieumówionych telefonów czy wiadomości do nieznanych osób. Znacznie skuteczniejszym sposobem jest uzyskanie rekomendacji lub przedstawienie przez wspólnego znajomego, partnera albo instytucję, która cieszy się zaufaniem obu stron. Taka forma nawiązania kontaktu zwiększa wiarygodność i szanse na zainteresowanie ze strony potencjalnego partnera.

W przypadku pierwszych spotkań najlepiej zaproponować wizytę w biurze partnera. To rozwiązanie pozwala nie tylko zademonstrować szacunek wobec rozmówcy, ale też zmniejsza ryzyko, że spotkanie zostanie odwołane lub przełożone w ostatniej chwili. Bezpośredni kontakt w przestrzeni biznesowej partnera ułatwia budowanie relacji i lepsze zrozumienie jego pozycji oraz sposobu działania.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać wietnamskim partnerom

Aby skutecznie zainteresować wietnamskich partnerów, prezentacja firmy powinna być starannie przygotowana i dostosowana do lokalnych oczekiwań. Zdecydowanie warto rozpocząć od zaprezentowania podstawowych informacji o Polsce, zarówno z perspektywy gospodarczej, jak i kulturowej. Pomoże to w budowaniu szerszego kontekstu i pozytywnego wizerunku kraju jako partnera handlowego.

Następnie należy zaprezentować najważniejsze fakty dotyczące firmy: zakres działalności, najważniejsze osiągnięcia, rozwój na przestrzeni ostatnich lat oraz unikalne kompetencje, które wyróżniają przedsiębiorstwo na tle konkurencji. Warto podkreślić też dotychczasowe doświadczenie międzynarodowe, co zwiększy wiarygodność i atrakcyjność dla wietnamskiego odbiorcy.

Materiały informacyjne powinny być przygotowane w języku angielskim, ale mile widzianym i wysoce docenianym gestem jest także ich wersja w języku wietnamskim. Taka forma komunikacji okazuje szacunek wobec partnera i świadczy o wysokim poziomie przygotowania oraz zaangażowania we współpracę.



Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Ho Chi Minh

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