



KULTURA BIZNESU

CZECHY

© 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, maj, 2025

Spis treści

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z czeskimi partnerami.....	3
Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z czeskimi partnerami	4
Powitania, tytuły i zasady – czyli czeska etykieta w praktyce	5
Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój.....	6
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 czeskim biznesie	8
Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji	9
Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Czechach	9
Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać czeskim partnerom.....	10

Kultura biznesu w Czechach

Czechy, jako jeden z kluczowych partnerów handlowych Polski, oferują wiele możliwości dla przedsiębiorców chcących rozwijać swoją działalność na rynkach Europy Środkowej. Choć bliskość geograficzna i pewne podobieństwa kulturowe mogą dawać poczucie znajomości tamtejszego środowiska biznesowego, rzeczywistość często okazuje się bardziej złożona. Skuteczna współpraca z czeskimi partnerami wymaga nie tylko znajomości języka i zasad negocjacyjnych, ale również zrozumienia subtelnych różnic w podejściu do prowadzenia rozmów, budowania relacji oraz podejmowania decyzji.

Wiedza o czeskiej etykiecie biznesowej, sposobach nawiązywania kontaktów czy preferencjach dotyczących spotkań i komunikacji może znacząco ułatwić osiągnięcie sukcesu w negocjacjach i pomóc w budowaniu trwałych, opartych na zaufaniu relacji.

Język, który buduje zaufanie – jak rozmawiać z czeskimi partnerami

Oficjalnym językiem używanym w Czechach jest czeski, jednak w kontaktach biznesowych powszechnie wykorzystuje się również język angielski lub niemiecki. W rejonach przygranicznych z Polską można spotkać osoby rozumiejące język polski, jednak w głębi kraju nie zaleca się posługiwania polskim w kontaktach biznesowych. Mimo podobieństwa językowego może

to prowadzić do częstych nieporozumień. Planując spotkania handlowe z czeskimi partnerami, należy unikać okresów wakacyjnych i świątecznych, przypadających na lipiec, sierpień oraz końcówka grudnia.

W relacjach osobistych z Czechami warto zachować odpowiedni dystans interpersonalny, wynoszący około długości ramienia. Aby zwrócić na siebie czyjąś uwagę, najlepiej podnieść rękę z otwartą dłońią skierowaną na zewnątrz i wyciągniętym palcem wskazującym. Nie zaleca się przywoływania gestami czy machania. Kontakty dotykowe, poza tradycyjnym powitaniem, nie są powszechne. W trakcie rozmowy nie powinno się trzymać rąk w kieszeniach ani żuć gumy, ponieważ jest to odbierane jako brak szacunku. Warto również pamiętać, aby nie podnosić głosu i unikać zbyt ekspresyjnych, teatralnych gestów, które mogą być źle odebrane.

Kalendarz pod kontrolą – jak planować spotkania z czeskimi partnerami

Planowanie spotkań z czeskimi partnerami wymaga szczególnej dbałości o punktualność, ponieważ Czesi przywiązują do niej dużą wagę i często pojawiają się kilka minut przed umówionym czasem. Choć dopuszczalny jest niewielki poślizg czasowy, zawsze należy poinformować o spóźnieniu i podać jego przyczynę, na przykład trudności na drodze. W początkowej fazie współpracy preferowaną formą kontaktu są spotkania twarzą w twarz, które budują zaufanie i sprzyjają nawiązywaniu relacji. Dopiero na dalszym etapie współpracy komunikacja coraz częściej przenosi się na formę mailową oraz telefoniczną.

Propozycje spotkań warto przysyłać drogą mailową z co najmniej dwutygodniowym wyprzedzeniem, co pozwala czeskim partnerom na odpowiednie zaplanowanie kalendarza. W przypadku, gdy spotkanie zostało umówione z dużym wyprzedzeniem, na przykład miesiąc wcześniej, zaleca się jego potwierdzenie, aby upewnić się co do aktualności terminu. Najbardziej dogodnymi godzinami na organizację spotkań są przedziały od 9:00 do 12:00 oraz od 13:00 do 15:00. Należy unikać umawiania spotkań w poniedziałkowe przedpołudnia oraz w piątkowe popołudnia..

Powitania, tytuły i zasady – czyli czeska etykieta w praktyce

W kontaktach biznesowych z czesкими partnerami typowym gestem powitania jest podanie ręki podczas przedstawiania się, co jest również praktykowane przy pożegnaniu. W początkowym etapie nawiązywania relacji istotnym elementem jest wymiana wizytówek, która podkreśla profesjonalizm i gotowość do współpracy. Choć nie ma konieczności tłumaczenia wizytówek na język czeski, dobrze jest posiadać ich wersję w języku angielskim. Warto również umieścić na wizytówce swoje tytuły zawodowe, które potwierdzają posiadane kwalifikacje.

W trakcie rozmów należy zawsze zwracać się do rozmówcy, używając jego nazwiska poprzedzonego odpowiednią formą grzecznościową, taką jak "Pan" czy "Pani" (np. Pan Novak, Pani Novakova). Przejście na zwracanie się po imieniu jest zarezerwowane wyłącznie dla długoletnich partnerów i wynika z budowanego latami zaufania. Przestrzeganie tych zasad etykiety

pomaga w budowaniu profesjonalnych i trwałych relacji z czeskimi kontrahentami.

Wygląd ma znaczenie – co mówi o Tobie Twój strój

W czeskim środowisku biznesowym wygląd odgrywa istotną rolę i stanowi ważny element budowania profesjonalnego wizerunku. Mężczyźni najczęściej wybierają ciemne garnitury, które łączą z krawatami oraz białymi koszulami, podkreślając w ten sposób formalny charakter spotkań. Kobiety również preferują klasyczny styl, decydując się na ciemne kostiumy lub eleganckie suknie, które zestawiają z białymi bluzkami. Taki strój świadczy o szacunku wobec partnerów biznesowych i powadze podejścia do współpracy.

Etykieta w sytuacjach towarzyskich i podczas wydarzeń biznesowych

W czeskiej etykiecie biznesowej i towarzyskiej istotne znaczenie mają zwyczajowe godziny posiłków, które wypadają w określonych przedziałach czasowych: śniadania spożywa się zazwyczaj między 7:00 a 9:00, lunch w godzinach 12:00–14:00, a kolację między 18:00 a 21:00. Śniadania biznesowe nie są powszechną praktyką w Czechach, ale coraz większą popularnością cieszą się lunchy biznesowe. Sprawy handlowe omawiane są zazwyczaj przed posiłkiem lub po jego zakończeniu, rzadko zdarza się, by rozmowy biznesowe toczyły się w czasie jedzenia.

Jeżeli zostaniesz zaproszony na lunch, dobrym gestem jest zaproponowanie uregulowania rachunku, jednak zazwyczaj gospodarz uprzejmie odrzuci taką propozycję. Nalegać na opłacenie posiłku powinieneś jedynie wtedy, gdy to ty jesteś stroną zapraszającą. Pamiętaj, że miejsca w restauracjach mogą być zajęte, dlatego lepiej wcześniej dokonać rezerwacji. Możesz poprosić czeskiego partnera o wskazanie polecanego lokalu, jednak od razu zaznacz, że to ty zapraszasz i ponosisz koszty posiłku. Czasami możesz być również zaproszony na lunch do bufetu zakładowego.

W odróżnieniu od niektórych krajów czescy biznesmeni rzadko zapraszają partnerów do swoich domów, co jest podobne do zwyczajów panujących w sąsiedniej Austrii. Jeśli jednak otrzymasz takie zaproszenie, potraktuj to jako szczególne wyróżnienie i wyraz zaufania. W kwestii napiwków pozostaje pewna dowolność, jednak przyjętą praktyką jest zostawianie około 10 proc. wartości rachunku lub jego zaokrąglanie w górę.

Jak rozmawiać o interesach – styl negocjacji i prowadzenia dialogu

Spotkania biznesowe z czeskimi partnerami zazwyczaj rozpoczynają się od krótkiej rozmowy na tematy ogólne oraz propozycji wypicia napoju, co pozwala na zbudowanie przyjaznej atmosfery. Zanim rozmowa przejdzie do spraw zawodowych, możesz spodziewać się pytań dotyczących lotu, zakwaterowania czy miejsca zamieszkania. Styl prowadzenia dialogu przez Czechów jest powściągliwy w porównaniu do polskiego, a sam proces negocjacji i podejmowania decyzji bywa długi i wymaga cierpliwości. Czesi podchodzą do rozwiązywania problemów stopniowo, analizując każdy

aspekt transakcji w sposób systematyczny i dokładny. Często przyswajają niemiecką skłonność do skrupulatnego planowania, co sprawia, że proces zawierania kontraktu może wymagać kilku wizyt, szczególnie w kwestiach związanych z kredytowaniem lub ustalaniem cen. Nie należy oczekiwać, że uda się przyspieszyć ten proces, gdyż jest on podporządkowany wewnętrznym analizom prowadzonym przez kompetentnych pracowników.

W czeskiej kulturze biznesowej duże znaczenie odgrywa indywidualizm, a odpowiedzialność za podejmowanie decyzji spoczywa najczęściej na jednej osobie. Przy określaniu statusu zawodowego większe znaczenie mają osobiste osiągnięcia niż związki rodzinne.

Prezentacja oferty powinna być szczegółowa i precyzyjna, z realistycznie skonstruowaną ofertą wyjściową, która pozwoli na konstruktywne negocjacje. Warto również zadbać o odpowiednie przygotowanie materiałów promocyjnych oraz instrukcji obsługi – mimo podobieństw językowych zaleca się ich tłumaczenie na język czeski.

Upominek czy niezręczność? O prezentach w czeskim biznesie

W czeskiej kulturze biznesowej zwyczaj wręczania upominków nie jest powszechnie praktykowany, a czescy biznesmeni zazwyczaj nie oczekują prezentów od swoich partnerów. Takie gesty mogą być wręcz postrzegane jako niepotrzebne lub niezręczne. Wyjątek stanowią drobne upominki świąteczne, które pełnią funkcję symbolicznego podziękowania za dotychczasową współpracę. W takich przypadkach odpowiednie będą niewielkie, eleganckie prezenty, takie jak dobre wino, czekoladki czy inne

wyroby wysokiej jakości, które nie naruszają neutralności zawodowej, a jednocześnie wyrażają wdzięczność i dbałość o relacje.

Jak pisać do partnerów biznesowych – styl i zasady korespondencji

Korespondencja biznesowa z czeskimi partnerami najczęściej prowadzona jest w języku angielskim lub niemieckim, w zależności od wcześniejszych ustaleń między stronami. Wybór odpowiedniego języka korespondencji powinien być dostosowany do preferencji partnera, co ułatwia komunikację i sprzyja budowaniu profesjonalnych relacji. Dbłość o klarowność, uprzejmy ton oraz przejrzystą strukturę wiadomości stanowi istotny element skutecznej współpracy.

Jak nawiązywać kontakty biznesowe w Czechach

Nawiązywanie kontaktów biznesowych w Czechach najlepiej rozpocząć od uzyskania referencji lub polecenia, które stanowi idealny sposób na zdobycie zaufania potencjalnych partnerów. Czesi, choć początkowo mogą być nieco powściągliwi, po nawiązaniu pierwszych relacji stopniowo stają się bardziej otwarci i skłonni do budowania trwałej współpracy. Dobrym sposobem na poszerzenie sieci kontaktów jest także udział w wydarzeniach branżowych, które stwarzają dogodne warunki do spotkań z potencjalnymi partnerami i ułatwiają nawiązywanie bezpośrednich relacji w mniej formalnej atmosferze.

Prezentacja, która robi wrażenie – co warto pokazać czeskim partnerom

Aby zrobić dobre wrażenie na czeskich partnerach biznesowych, warto zadbać o to, by prezentacja oferty była szczegółowa i precyzyjna, ukazująca w jasny sposób wszystkie kluczowe informacje dotyczące proponowanej współpracy. Rzetelne przedstawienie danych, przejrzystość oraz konkretne argumenty są podstawą skutecznej komunikacji w czeskim środowisku biznesowym. Istotnym elementem takiej prezentacji będą również odpowiednio przygotowane materiały informacyjne. Choć ich anglojęzyczna wersja zazwyczaj bywa wystarczająca, dobrym rozwiązaniem jest przygotowanie ich także w języku czeskim. Taki gest pokazuje zaangażowanie i szacunek wobec partnerów, a jednocześnie ułatwia zrozumienie bardziej złożonych kwestii, co może znacząco wpłynąć na przebieg negocjacji.

Źródło: Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Pradze

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