ZBORNÍK ZO ŠIESTEJ VEDECKO-PODNIKATEĽSKEJ KONFERENCIE

CHINA CHINA CHINA CHINA ČÍNA ČÍNA ČÍNA CHINA CHINA 中国 中国

Perspektívy podnikania v ČÍNE – Pomoc slovenským podnikateľom pri vstupe na čínsky trh

NÁRODNÁ AGENTÚRA PRE ROZVOJ MALÉHO A STREDNÉHO PODNIKANIA

Vydanie konferenčného zborníka bolo spolufinancované z prostriedkov programu slovenskej oficiálnej rozvojovej pomoci SlovakAid.

SlovakAid

Zborník zo šiestej vedecko-podnikateľskej konferencie

Perspektívy podnikania v Číne – Pomoc slovenským podnikateľom pri vstupe na čínsky trh

Vydanie konferenčného zborníka bolo spolufinancované z prostriedkov programu slovenskej oficiálnej rozvojovej pomoci SlovakAid.

September 2010

Túto brožúru vydala:

Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania (NARMSP)

ISBN 978-80-88957-56-0

AUTORKY A AUTORI:

Ing. Ján Bielik
Ako začať podnikať v Číne

Ing. Marta Škvarková
Obchodné a kultúrne zvyklosti v Číne – vybrané aspekty

Ing. Radoslav Mizera
Prístup fínskych podnikov na čínsky trh čistých techník

Dániel Lőrincz
Bližšie k Číne: Podnikateľské príležitosti sústredené na jednom mieste v regióne

Mgr. Stanislav Vavrovský
Čínsky jazyk a čínska kultúra: vybrané úvodné informácie (nielen) pre podnikateľov

Recenzia:
JUDr. Žigmund Bertók, veľvyslanec

Koordinátor konferenčného zborníka:
Ing. Tigran Aleksanyan

Text prešiel jazykovou úpravou.

© NARMSP, Bratislava, 2010
ISBN 978-80-88957-56-0

Všetky práva vyhradené. Žiadna časť tohto konferenčného zborníka nesmie byť použitá v písomnej podobe bez uvedenia jeho zdroja.
Vydanie konferenčného zborníka bolo spolufinancované z prostriedkov programu slovenskej oficiálnej rozvojovej pomoci SlovakAid.

Obsah tohto zborníka nemusí nutne predstavovať oficiálne stanovisko NARMSP.

OBSAH:

Ing. Ján Bielik
Ako začať podnikať v Číne 7

Ing. Marta Škvarková
Obchodné a kultúrne zvyklosti v Číne – vybrané aspekty 12

Ing. Radoslav Mizera
Prístup fínskych podnikov na čínsky trh čistých techník 18

Dániel Lőrincz
Bližšie k Číne: Podnikateľské príležitosti sústredené na jednom mieste v regióne 23

Mgr. Stanislav Vavrovský
Čínsky jazyk a čínska kultúra: vybrané úvodné informácie (nielen) pre podnikateľov 28

Vážení čitatelia,

dostáva sa Vám do rúk publikácia, ktorú pre Vás – slovenských podnikateľov - vydala Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania vďaka podpore programu slovenskej oficiálnej rozvojovej pomoci SlovakAid.

Toto je v poradí už šiesta publikácia z cyklu vedecko-podnikateľských konferencií, ktorú sme pre Vás pripravili v rámci projektu *Globálne vzdelávanie podnikateľov*. V priebehu 18 mesiacov od mája 2009 sa nám podarilo zorganizovať 6 konferencií so zameraním na teritória rozvojových a menej rozvinutých krajín - Indie, západného Balkánu, východnej Európy, strednej Ázie, Afriky a Číny. Týchto podujatí sa zúčastnilo takmer 400 podnikateľov z malých a stredných podnikov, predstaviteľov zahraničných subjektov a zástupcov štátnych a mimovládnych organizácií a inštitúcií. Z každého podujatia bol vypracovaný konferenčný zborník. Všetky sú voľne dostupné na www.nadsme.sk.

Naším cieľom je zvyšovať informovanosť a povedomie o daných regiónoch medzi podnikateľskou, ale aj širokou odbornou i laickou verejnosťou. Konečnou snahou je stimulovať rozvoj v týchto krajinách prostredníctvom realizácie podnikateľských a rozvojových aktivít slovenských firiem a subjektov.

Na záver Vám chceme popriať príjemné čítanie, veľa prospešných informácií a mnoho úspechov nielen pri podnikaní v Číne, ale aj v krajinách, síce menej rozvinutých, zato však plných potenciálu.

Ing. Jakub Varga
manažér projektu „Globálne vzdelávanie podnikateľov"

Ing. Ján Bielik
Ako začať podnikať v Číne
OBCHODNÁ KOMORA SINACO[1]
e-mail: bielik@sinaco.eu

ABSTRAKT:

Príspevok prináša základné informácie o začiatkoch podnikania s obchodnými partnermi v Číne. Upozorňuje na špecifiká v oblastiach obchodu, zameriava sa i na otázky rizík a iných úskalí spojených s horeuvedeným.

Kľúčové slová: *Čína, podnikanie, obchod, kultúrne odlišnosti*

ABSTRAKT:

The paper brings about basic information about business startup with trade partners from China. It points to the specific features regarding to trade and it also focuses on the risks and other stumbling blocks related to the above-mentioned.

Keywords: *China, business, trade, cultural differences*

AKO ZAČAŤ PODNIKAŤ V ČÍNE

V prvom rade si treba uvedomiť, že univerzálny návod na to, ako začať podnikať v Číne, neexistuje. Či sa chcete zaoberať dovozom alebo vývozom, mali by ste ovládať základné znalosti z oblasti obchodnej etiky, podnikateľského prostredia, právneho prostredia a čínskej legislatívy.

Predstavíme vám 4 základné etapy cesty, ktorej výsledkom v najbližšom možnom termíne bude podpis zmlúv s čínskymi obchodnými komorami, s mestami podporujúcimi malých a stredných podnikateľov.

Prečo vôbec začať podnikať v Číne? Kvôli najširšiemu sortimentu (od kozmických technológií až po tričká na jedno použitie a mnohokrát i najlepším cenám na svete).

Prvým predpokladom pre podnikanie v Číne sú znalosti, ktoré môžete načerpať samostatne z príručiek a využiť skúsenosti iných. Optimálnym riešením je Slovák obchodujúci s Čínou žijúci na Slovensku.

1 - OBCHODNÁ KOMORA SINACO (OKS) vytvára svojou činnosťou efektívny nástroj spájajúci čínske a slovenské podnikateľské a nepodnikateľské subjekty. Činnosť OKS je zameraná predovšetkým na podnikateľské prostredie ČĽR, ktoré je špecifické najmä mimoriadnou dynamikou rozvoja, rozdielnosťou v oblasti legislatívy a práva ale aj rozdielnym chápaním obchodnej etiky. Služby a činnosti OKS zahŕňajú aktivity zamerané na rozvoj spolupráce medzi obchodnými a neobchodnými subjektmi ČĽR a SR. Viac informácií na stránke http://www.sinaco.eu

Druhým predpokladom, a teda aj druhou fázou, je osobná návšteva Číny, ktorej cieľom je otvoriť oči a uši a vnímať všetko, čím sa Čína a Európa/Slovensko odlišuje. Spomenieme najprv jednoducho vysvetliteľné:

- vzdialenosť – 3 000 km v Číne je 30 km na Slovensku,
- úsmev – nie je dovolené mračiť sa, dvíhať hlas – jednoducho všetci Číňania sa usmievajú.

ZLOŽITEJŠIE:

- pravidlá slušného správania. Číňania považujú spoločné stolovanie za veľmi dôležité. V reštauráciách býva zvykom, že sa pre celú spoločnosť objednajú rôzne jedlá. Objednáva sa aspoň o jeden druh jedla viac, ako je celkový počet hostí. Zo spoločných mís sa potom paličkami rozdáva jedlo jednotlivým hosťom. Spôsoby pri stole sa značne odlišujú od európskych zvyklostí. Sŕkanie a mľaskanie patrí v Číne k dobrému spoločenskému tónu a prejavu, ako hosťovi chutí. Jedáva sa väčšinou paličkami, miska sa prikladá k ústam. Paličky sa nikdy neukladajú na misku, vždy iba vedľa nej. Ak sme sa nasýtili, necháme na tanieri trochu jedla na znak, že sme už dojedli a že viac nechceme. Rovnako sa musíme správať aj pri pití, pretože do polovice vypitý pohár nám okamžite dolejú. Číňania si veľmi cenia, ak ešte počas jedenia priamo pri stole vyslovíme hostiteľovi pozvanie na návštevu. Pohostenie platí spravidla hostiteľ.

- absencia slova nie v odpovediach – inak povedané v rozhovore nie je dovolené položiť otázku, na ktorú by Číňan musel takto odpovedať. Pre Číňanov nie je nič trápnejšie, ako prípadná „strata tváre". Preto je neobyčajne dôležité, aby sme čínskym partnerom umožnili bezbolestné „vycúvanie" z ťažkých situácií (napríklad ak nám navrhovali niečo neprimerané alebo úplne nemožné). Veľakrát si to vyžaduje veľkú dávku citlivosti a kľučkovania medzi bránkami, býva to však nevyhnutné pri uzatváraní zmlúv.

- pravidlá pre podnikanie sú v Číne ešte zložitejšie ako na Slovensku

- lacno nakúpiť neznamená za lacné peniaze doviesť na Slovensko – je potrebné kalkulovať s vedľajšími nákladmi, ktoré sú napríklad: prirážky, clá atď. a v konečnom dôsledku môžu navýšiť cenu na sumu neakceptovateľnú na export z Číny

- stretnutia – osobné stretnutia sú podľa čínskych pravidiel základným predpokladom na vybavenie čohokoľvek (ide o beh na dlhé trate)

Tretia fáza začiatku podnikania v Číne je rozmýšľať, čo znamená ujasniť si svoj vlastný podnikateľský zámer do najmenších detailov, pretože aktivity v Číne sú finančne náročné (vzdialenosť – vnútroštátne presuny, ubytovanie, darčeky – nie lacné reklamné predmety ale hodnotné dary). Treba počítať s vysokými vstupnými nákladmi, ktoré sa vôbec nemusia vrátiť. Ďalším bodom na premýšľanie je citát hovoriaci za všetko: „Pre malú čínsku firmu je slovenský trh malý." Ten istý človek je autorom citátu: „Výsledkom prvého stretnutia nie je cena za kus a pribalené vzorky."

Štvrtou fázou je vysvetľovať. Konkrétne cenu, kvalitu, predsudky a množstvo (8 kvalitatívnych tried pričom 1. a 2. štandardne zostáva na domácom trhu, 3. a 4 sú určené pre západnú Európu, 5. a 6. triedy pre USA, kým 7. a 8. na trhy vo východnej Európe).

Získanie relevantných kontaktov v ČĽR a SR je samozrejmou a tiež nutnou podmienkou. V Číne musíte spolupracovať s organizáciou schopnou preveriť reálnosť dodávateľa (či vôbec existuje), ako kvalitný tovar vyrába, jeho podmienky platobného styku.

Ďalej je to získanie spoľahlivého človeka na spoluprácu: Slováka v Číne a Číňana na Slovensku. Prečo Číňana na Slovensku? Pretože budete potrebovať preklady a znalca miestneho prostredia. Prečo Slováka v Číne? Je spolupatričný, požaduje sa a je nutnosťou osobný kontakt, kontrola výroby, nakládky, dohodnutie rokovaní a ozrejmenie nejasností čínskemu partnerovi.

Niektoré špecifiká, s ktorými musí nielen malý a stredný podnikateľ počítať:

- prezentácia firmy – všetko musí byť pripravené na úrovni, odporúčame použiť najmodernejšie počítačové technológie pri predstavovaní vlastných aktivít. Prečo? Číňania milujú obrázky, videá.

- katalógy – typické sú obrázky, certifikáty, popis osobností vo firme – nie je štandardom vyobrazenie produktov a cien (čo je typické pre európsky trh).

- distribúcia vzoriek – zasielanie vzoriek je finančne náročné a závisí od druhu tovaru, ale hlavne od dôvery, ktorú vzbudíte profesionálnym vystupovaním (napríklad je možné poslať vzorku USB kľúčov, ale nie je možné poslať vzorku stroja na obrábanie kovov). V prípade, že požadujete zaslanie vzoriek, je nutné vzorku čo najkonkrétnejšie popísať. Nie je možné požadovať ako vzorku funkčný výrobok (v tom prípade je ho nutné zaplatiť). V prípade, že požadujete dostatočné odberové množstvo, Číňania vám radi pošlú vzorku zadarmo. Na pojem dostatočné odberové množstvo je sa nutné dívať očami čínskej strany!

- samotný priebeh a správanie sa na obchodnom rokovaní.
- prezamestnanosť – napríklad v hoteli stojí pri bankomate policajt.

NA ČO SI DÁVAŤ POZOR

- Na čínskych vizitkách sa ako prvé uvádza priezvisko, po ňom krstné meno. Anglická verzia na druhej strane vizitky má mená v zvyčajnom poradí. Vizitky sa v Číne považujú za zvlášť cenné a dôležité a ich výmena je veľká česť. Odovzdávajú a preberajú sa oboma rukami. Za veľmi hrubé a neslušné sa považuje vziať vizitku len tak mimochodom a v náhlivosti ju niekam zastrčiť, či dokonca načmárať na ňu nejaké doplňujúce údaje. Predtým, ako oslovíme nášho čínskeho partnera menom, je potrebné, aby nám niekto znalý veci vyslovil jeho meno. Veľa čínskych obchodníkov síce hovorí po anglicky, ak však máme spoľahlivého tlmočníka, vyhneme sa mnohým nedorozumeniam. Ak často chodíte na obchodné rokovania do Číny, treba si dať zhotoviť vizitky v čínštine. Na jednej strane bude text v angličtine, na druhej v čínštine. Dosť často vzniká problém s prepisom vlastných mien, a preto si treba vytvoriť príslušné „synonymum". Najlepšie bude, ak sa s prosbou o radu obrátite na tlmočníka. Ak by bol možný preklad mena, jeho použitie nie je vhodné, pretože by mohlo dôjsť k rôznym nedorozumeniam či nevhodným formuláciám.

- Obchod prostredníctvom internetu (nie je to face to face a firma môže byť fiktívna).

- Na rokovania sa dostavte vždy presne! Rokovania sú v Číne spravidla dlhšie, ako býva zvykom v Európe. Číňania nemajú radi uponáhľanosť a nadmernú gestikuláciu, ktorú považujú za prejav slabosti. Za negatívnu vlastnosť považujú aj prejavy citov (napríklad zlosť alebo zúrivosť) a netrpezlivosť, nesmieme preto stratiť sebakontrolu a rozprávať príliš nahlas. Za absolútne neseriózne, neprimerané a zľahčujúce sa na prezentáciách považuje rozprávanie vtipov. Lepší dojem o firme vyvoláme presnými informáciami a znalosťou veci. Pomôžu nám aj články v tlači týkajúce sa firmy, výrobkov, prípadne udelených ocenení a podobne. V nijakom prípade nemôžeme dehonestovať ostatných účastníkov výberového konania rôznymi poznámkami, pretože to pôsobí nedôveryhodne.

- Nehovorte nie! Za nesmierne neslušné sa v Číne považuje, ak priamo povieme „nie". Zvykne sa skôr hovoriť o rôznych možnostiach do budúcnosti; zároveň sa však pospomínajú rôzne prekážky, ktoré by sa mohli vyskytnúť a zabrániť realizácii nápadu. Takýto spôsob odmietnutia musíme preto zvoliť aj my.

- Vždy si určite komunikačný jazyk (z dôvodu predchádzania nepríjemných situácií aj pri príprave samotných zmlúv a dohôd)!

ZHRNUTIE

1. Prečo začať podnikať – pretože v Číne je možné kúpiť všetko v akomkoľvek množstve, existujú tam vynikajúce ľudské kapacity, ktorých zdroje sú prakticky nevyčerpateľné. Majú však nedostatok nerastných surovín, po ktorých je dopyt a intenzívny záujem o technológie.

2. Čínski obchodníci sú seriózni partneri a obchod uzatvárajú na dlhú dobu, čo si však vyžaduje aj časovo náročné a opakované vzájomné rokovania.

3. Osobné stretnutie je nenahraditeľné.

4. Je dobré pri vstupe na čínsky trh využiť služby subjektu, ktorý na území Čínskej ľudovej republiky už pôsobí z dôvodu, že subjekt, ktorý vás predstaví preberá za vás aj zodpovednosť.

5. Čína je úžasná a fantastická krajina, ktorej cieľom je expandovať a keďže Slovensko je integrálnou súčasťou Európy a členom EÚ, je naša krajina pre Čínu atraktívna. Slovensko je známe aj prostredníctvom účasti na Svetovej výstave EXPO 2010 v Šanghaji.

Ing. Marta Škvarková
Obchodné a kultúrne zvyklosti v Číne – vybrané aspekty
Konzultantka
e-mail: marta.skvarkova@hotmail.sk

ABSTRAKT:

Príspevok sa zameriava na nadväzovanie vzťahov s čínskymi obchodnými partnermi, rozdiely v komunikácii s Číňanmi, obchodné zvyklosti a riešenie konfliktov. Autorka sa v ňom zmieňuje o niektorých fenoménoch čínskej kultúry, z ktorých vychádza aj čínska obchodná etika. Zaoberá sa takisto kultúrnymi rozdielmi v porovnaní s našou kultúrou, tým, na čo si dať pozor pri rokovaniach a uvádza aj pár praktických rád.

Kľúčové slová: *Čína, čínska kultúra, kultúrne rozdiely, nadväzovanie vzťahov, rozdiely v komunikácii, obchodné zvyklosti*

ABSTRACT:

The paper is focusing on the establishment of relationship with Chinese business partners, differences in communication with Chinese, business practices and conflict management. The author deals with selected Chinese cultural phenomena where the Chinese business ethics originates from. She also handles cultural differences in comparison with our culture, what to be aware of during negotiations by providing with some practical advice.

Keywords: *China, Chinese culture, cultural differences, establishment of relations, differences in communication, business habits*

OBCHODNÉ A KULTÚRNE ZVYKLOSTI V ČÍNE – VYBRANÉ ASPEKTY

Pred vstupom na čínsky trh si podnikateľ musí zodpovedať niekoľko otázok. Jednou z nich je, ako sa vyrovná s kultúrnymi rozdielmi. Ku kľúčovým aspektom úspechu patria poznanie obchodného partnera, jeho obchodných zvyklostí, získanie si jeho dôvery, schopnosť nadviazať a udržať podnikateľské vzťahy, zvládnuť komunikáciu s inou kultúrou, ako aj uspokojivo riešiť prípadné konflikty, resp. im predchádzať. Ako sa teda prejavujú kultúrne rozdiely v týchto situáciách?

DÔVERA – ROZDIEL V DÔLEŽITOSTI OSOBNÝCH VZŤAHOV

Začnime získavaním dôvery. Čína je kultúra i v biznise orientovaná na vzťahy, na rozdiel od západných kultúr, ktoré sú orientované predovšetkým na samotné problémy/úlohy a ich riešenie (naša kultúra je zmiešaná, t.j. nesie prvky ako

jedného, tak i druhého spôsobu jednania). Znamená to, že ľudia zo Západu v snahe čo najskôr uzavrieť obchod skúmajú, či je ich nový partner kompetentný, či je expertom v danej oblasti, či vystupuje pri rokovaniach objektívne atď., a ak áno, postupne si získava dôveru a počas projektu, či obchodného prípadu, sa môže ale nemusí medzi obchodnými partnermi vyvinúť aj osobný vzťah. Číňania si počínajú presne opačne. Najskôr si vás budú chcieť „oťukať", preveriť, budú vás chcieť spoznať, zistiť o vás čo najviac informácií ako o človeku. To, čo je pre Európana často strata času, je pre Číňana základný stavebný kameň biznisu – totiž preverenie dôveryhodnosti partnera na základe jeho osobného spoznania. V Číne sa preto pripravte na dlhý proces vyjednávania. Naši podnikatelia sú často nešťastní, že „už trikrát videli Čínsky múr", ale ešte nepokročili v rokovaniach o svojom produkte. Nebudeme polemizovať o tom, ktorý spôsob je lepší (len mimochodom, spôsob vyjednávania, ktorý používajú Číňania, je vo svete väčšinový), Slovensko je však v porovnaní s Čínou maličký až ultramaličký trh. Číňania sa nám prispôsobovať nebudú, oni to nepotrebujú, preto bude lepšie, keď sa dokážeme prispôsobiť pravidlám čínskeho trhu my, čím získame výhodu pre svoj konkrétny obchod. Napríklad tak, že si uvedomíme, že úvodnú fázu neuponáhľame a využijeme ju na vybudovanie dôvery a pevných vzťahov. Ale pozor na zneužívanie. V Číne sa nájdu aj takí, ktorí sa nechajú pozývať na obedy do drahých reštaurácií, na rôzne podujatia, ale nemajú potenciál ani záujem nadviazať žiaden biznis. Preto si treba obchodného partnera najskôr vždy preveriť.

V Číne je získanie dôvery dokonca viac ako podpísaná zmluva vo vrecku. Číňania pomerne ľahko podpíšu zmluvu, ale nie je vôbec výnimkou, že na druhý deň otvoria niektoré body už podpísanej zmluvy. Na tretí deň sú schopní prísť s ďalšími „vylepšeniami". Podnikateľa zvyknutého všetko úsilie zamerať na podpis zmluvy chytá infarkt. Pri vymáhaní svojich zmluvných práv súdnou cestou prajem veľa šťastia. Nie je to najlepší nápad ani keď máte tých najlepších právnikov. Naproti tomu vytvorenie dôveryhodných vzťahov je oveľa užitočnejšie, navyše vedie k dlhodobej spolupráci.

„ZACHOVAŤ, STRATIŤ ALEBO DAŤ TVÁR"

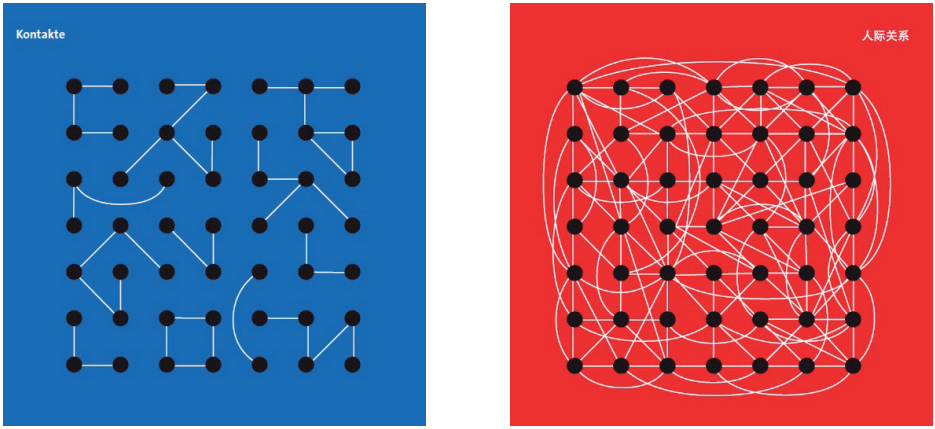
Pojem „straty tváre" je v čínskej kultúre natoľko dôležitý, že pokiaľ sa vám stane, že Číňanovi spôsobíte „stratu tváre", je veľmi nepravdepodobné, že s vami uzavrie nejaký obchod. O čo teda ide? „Tvár" symbolizuje to, čo si o človeku myslia iní, to, ako sa iným javíme. Za každých okolností je podľa čínskych zvyklostí, ktoré majú svoje korene v konfucionizme, nevyhnutné zachovať harmóniu s vonkajším prostredím, so svojím okolím. Pokiaľ človek „stratí tvár", je spochybnená jeho dôstojnosť, dochádza k disharmónii a narušeniu komunikácie a vzťahov. Stráca základnú zo svojich cností a spoločensky sa znemožní. Je to jedna z najhorších vecí, aká sa môže Číňanovi stať, a to bez zveličovania, pretože čo sa týka tváre, len ťažko možno preceniť jej význam. Samozrejme aj u nás je dôležité, aby sme partnera nejakým spôsobom neuviedli do rozpakov a neznemožnili, ale v Číne má tento

fenomén oveľa väčší rozsah a dosah. V čínštine dokonca existuje pojem „dať tvár“, čo môže nastať napríklad pri pochvale, najmä verejnej alebo pred nadriadenými. Ide o zvýšenie prestíže. Z toho tiež vidno, aká je v Číne „tvár“ dôležitá. Buďte pripravení aj na to, že Číňania problémy pri rokovaní často nepripustia, „strata tváre“ je totiž príliš riskantný podnik.

„GUAN XI“ (VZŤAHY/KONEXIE)

Mať konexie v Číne znamená sociálnu stabilitu, bezpečnosť a spoľahlivosť, pomoc kedykoľvek a v podnikaní sú konexie prostriedkom a príležitosťou k obchodovaniu. Negatívnou stránkou rozbujnených „guan xi“ je korupcia v spoločnosti. Jednotlivcovi to taktiež prináša viac povinností a záväzkov. Ich splnenie znamená „zachovanie tváre“. Napriek nevýhodám, v Číne bez konexií nie ste ničím. Je nevyhnutné si ich vytvárať, ale aj poznať povinnosti, ktoré z toho vyplývajú. Znamenajú oveľa viac ako u nás. Nepriame konexie pritom fungujú rovnako dobre ako priame. Rozdiel medzi sieťou konexií na Západe a v Číne názorne ukazuje obrázok č. 1.

OBRÁZOK Č.1: KONTAKTY



Zdroj: Yang Liu, OtW-Buch.Druck 02.05.2007

VYTVÁRANIE KONEXIÍ

Osobné otázky, všedný rozhovor, pozvanie do reštaurácie, či iné druhy pozvaní a dary sú základné spôsoby vytvárania konexií v Číne.

Ako sme uviedli vyššie, v Číne si najskôr musíme získať dôveru obchodného partnera tým, že s ním nadviažeme osobné vzťahy a až potom prídu na rad otázky ako kompetentnosť, know-how, objektívnosť. Pri tomto štýle obchodovania je viac ako pravdepodobné, že už pri prvom stretnutí prídu na pretras aj osobné otázky.

Medzi najčastejšie osobné otázky, ktoré sa chronicky opakujú pri prvých stretnutiach, patria otázky na krajinu vášho pôvodu, na vek, povolanie (pričom nie je vylúčená ani otázka na výšku príjmu), či ste ženatý/vydatá, pri zápornej odpovedi sa vás môžu spýtať, prečo ste sa neoženili/nevydali. Ďalej sa môžu pýtať či máte deti, kde ste študovali, atď. Obľúbené sú tiež otázky „vy vs. Čína" (ako dlho ste v Číne, či ste v Číne prvýkrát, či hovoríte čínsky, ktoré miesta v Číne ste už navštívili, ako sa vám v Číne páči, a pod.), pretože to je pre Číňanov pevná pôda, kde sa vyznajú, a teda len ťažko môžu „stratiť tvár". Samozrejme pokiaľ sa nerozhodnete dať svojim odpovediam zosmiešňujúci alebo politický podtext.

Niektoré otázky nezapadajú do rámca obchodnej etiky v našich zemepisných šírkach. Ako príklad slúžia otázky o plate, veku, cene niečoho, čo máte na sebe alebo so sebou, či vyzvedanie sa na dôvod, prečo ste sa neoženili. Číňania môžu tiež komentovať fyzické rysy ako sú váha, výška, plešivosť, postihnutie a pod. Číňanom týmto ide len o prejavenie záujmu a získanie viac informácií o vás. Ak chcete na dané otázky odpovedať, nie je problém. Čo však s otázkami, ktoré sú vám akosi proti srsti? Často stačí odpovedať nešpecificky, alebo sa vyhnúť odpovedi s trochou humoru. Je veľmi nepravdepodobné, že Číňania budú ďalej naliehať na odpovedi. Môžete ich tiež poučiť, že u nás takéto otázky nie sú obvyklé, pritom však musíte mať na pamäti, aby ste druhú stranu neuviedli do rozpakov. Číňan by mohol totiž „stratiť tvár" a to by ste vášmu obchodu odzvonili.

VŠEDNÝ ROZHOVOR

Všedný rozhovor je dôležitý na vytvorenie pocitu harmónie. Nie je to v žiadnom prípade strata času. Prejavíte tým záujem o druhých, ide o akési vzájomné vyjadrenie rešpektu. Častými témami sú stravovanie, šport, rodina, spoloční priatelia, vzdelanie, cestovanie a pod. Kritickými témami sú Tibet, Tchajwan a iné politické otázky, ktoré Číňania považujú za svoje interné záležitosti, politický systém, Japonsko, sťažovanie sa a samochvála. Vyvarovať by ste sa tiež mali negatívnym odpovediam. Priamočiare „nie" je považované za veľmi neslušné.

POZVANIE

Pozvanie k spoločnému jedlu má veľký význam. Predovšetkým je to prejav pohostinnosti, ktorá je považovaná za povinnosť a cnosť, je otázkou „zachovania tváre" a cti. Pozvanie je tiež vyjadrením priateľstva a úcty voči inej osobe. V obchode má zvláštny význam, pretože pri ňom ide o nadväzovanie osobných vzťahov, a tie sú pre úspech v obchode nevyhnutné. Jedlo je servírované spôsobom „všetko pre všetkých", teda v spoločných tanieroch a každý sa môže ponúknuť z ktoréhokoľvek jedla. Jeden platí za všetkých. Pri stolovaní je pravdepodobných pár faux pas z jednej i z druhej strany. Medzi najčastejšie patria u našinca napríklad pokladanie paličiek krížom cez seba, hlasné čistenie nosa pri jedle, či zapichnutie paličiek do ryže. Z čínskej strany zasa kúsky jedla na stole mimo tanierov, sŕkanie, vypľúvanie

(napr. ohryzených kostí) a iné správanie, ktoré je v našej časti sveta považované za nehygienické, ale pre prírodný národ akým Číňania sú, je úplne prirodzené. Ďalším prekvapením môže byť hluk v reštauráciách. Podľa Číňanov má byť totiž počas jedla živo a veselo, nálada má byť uvoľnená. Od hostiteľa i hosťa sa očakáva primerané správanie. Hostiteľ má ponúknuť dostatok a rozmanitosť jedál, čím si uctí hosťa a „zachová tvár". S pravdepodobnosťou hraničiacou s istotou však bude úmyselne podceňovať vlastnú snahu. Hostiteľ obsluhuje hosťa (kladie najlepšie kúsky hosťovi do taniera). Po výdatnom jedle odprevadí hosťa až von. Ako hosť by ste mali vyčkať pokiaľ vás hostiteľ obslúži. Samozrejmosťou je pochváliť hostiteľa a jedlo, čím dáte najavo svoju pozornosť. V Číne nikdy nezjedzte všetko. Vyzeralo by to, že hostiteľ nepripravil dosť jedla, a že eventuálne môžete byť ešte hladný. Hostiteľ by bol zahanbený a „stratil by tvár".

DARY

Dary hrajú kľúčovú úlohu pri budovaní i udržiavaní vzťahov. Je to tiež prostriedok, ako osobné vzťahy zlepšiť. Zároveň pozor na manipuláciu. Darca chce obyčajne dosiahnuť, aby sa obdarovaný cítil zaviazaný. V Číne je zdvorilé neprijať dary okamžite, ale ich najskôr odmietnuť. Ako darca by ste preto mali jemne nástojiť, pokiaľ nemáte dojem, že druhá strana naozaj nechce dar prijať, aby sa vám necítila zaviazaná. Nečakajte, že dary budú vo vašej prítomnosti odbalené, pokiaľ o to vyslovene nepožiadate. Podľa čínskej tradície by sa tak pozornosť príliš upriamila na samotnú vec a potlačila by sa myšlienka, skutočný význam daru.

KOMUNIKÁCIA

Číňania sú nesmierne zdvorilí, na čom je postavená aj ich verbálna komunikácia. Zdvorilosť znamená „zachovanie tváre" (svojej aj druhých). Kvôli „zachovaniu tváre" a harmónie sa Číňania vyhýbajú aj vyjadrovaniu otvoreného nesúhlasu. Vynašli pritom radu spôsobov ako povedať nie, napríklad sa zmienia, že je niečo ťažké, alebo že musia o tom ešte porozmýšľať. Ďalšou formou ako sa vyrovnávajú s ťažkosťami je, že sa nimi vôbec nezaoberajú. V snahe zachovať harmóniu dokážu aj klamať. Negatívne správy oznamujú prostredníctvom sprostredkovateľov.

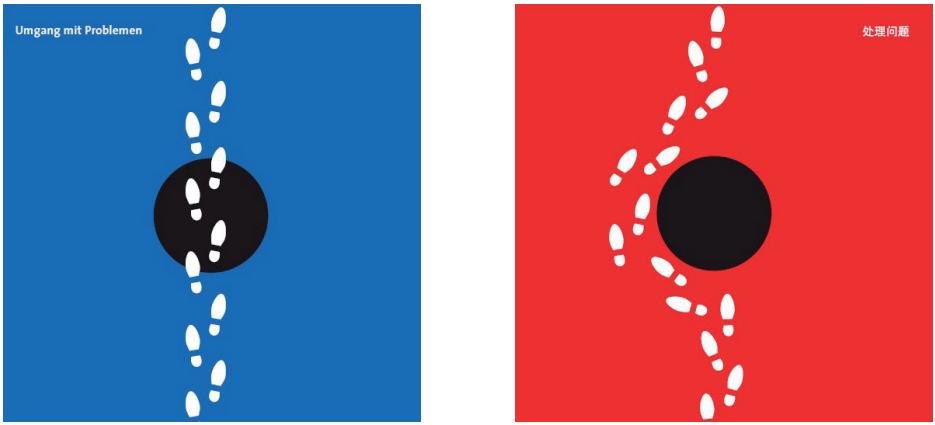
Aby nenarušili harmóniu, nezriedka používajú slová ako „trochu, možno, nie je to potrebné, atď.", preto sa ich vyjadrenia stávajú pre nás vágne. Treba vedieť, že slová často nemajú svoj skutočný význam. Napr. „áno", nemusí znamenať súhlas, ale len toľko, že vás partner počúva a venuje vám pozornosť. Alebo, ak sa Číňan rozlúči vetou: „Ostaneme v kontakte." často ide len o zdvorilosť a nie o skutočný záujem o udržanie vzťahu. Preto je potrebné čítať medzi riadkami. Empatia je potrebná a tiež očakávaná. Nie je výnimkou, že sa za dôležitejšie považuje zachovanie formy ako samotný obsah slov. Napríklad kritika sa vyjadruje len nepriamo a ako vedľajšia myšlienka popri chvále.

Pri neverbálnej komunikácii si Číňania zachovávajú pokojný a zdržanlivý postoj. Fyzický kontakt je oproti nášmu obmedzený (zriedkavé je bozkávanie na líca, objatia). Môže sa to tiež prejaviť pri podávaní rúk len ich ľahkým potrasením. Vyhýbajú sa priamemu očnému kontaktu. Dôležité je pochopiť tiež význam smiechu, ktorým vyjadrujú okrem priateľstva, náklonnosti, radosti a šťastia aj neistotu, rozpaky, hnev, odmietnutie alebo sa smiechom snažia vyhnúť konfliktu.

KONFLIKTY

Číňania sa snažia vyhnúť konfrontácii hneď ako je to len trochu možné. Veľmi výstižne na rozdiel medzi vyrovnávaním sa s problémami na Západe a v Číne poukazuje obrázok č. 2, pričom čierny bod predstavuje konkrétny problém:

OBRÁZOK Č. 2: RIEŠENIE PROBLÉMOV



Zdroj: Yang Liu, OtW-Buch.Druck 02.05.2007

Číňania sa pritom usilujú o konsenzus a zachovanie harmónie. Zohľadňujú zároveň city a pocity druhých. Ak sú problémy vôbec spomenuté, tak veľmi nepriamo a opatrne. Ale ako teda poukázať na problém? Deje sa to prostredníctvom tzv. „sendvičového modelu", kritika sa nadnesie veľmi obratným spôsobom – pridaním mnohých pozitívnych a pekných slov. Výsledkom takéhoto prístupu môže byť rovnako dobré riešenie, ako aj ukončenie vzťahu alebo slepá ulička. Negatívne aspekty by nikdy nemali byť preceňované, namiesto toho treba vyzdvihnúť pozitívne stránky. Konfliktným situáciám môžete predísť, ak sa vyhnete priamej kritike alebo priamemu odmietnutiu iných – zvlášť na verejnosti a taktiež, ak sa vyhnete politizovaniu.

Ing. Radoslav Mizera
Prístup fínskych podnikov na čínsky trh čistých techník
Cleantech Finland, Finpro Viedeň[2]
e-mail: radoslav.mizera@finpro.fi

ABSTRAKT:

Fínsko je aktívnym "hráčom" v oblasti obchodu s čistou technikou. Keďže čínsky trh čistej techniky je v súčasnosti jeden z najdynamickejšie sa rozvíjajúcich a v absolútnom vyjadrení jeden z najväčších, fínske podniky prirodzene prejavujú záujem o aktivity na tomto trhu. Prístup fínskych spoločností na trh čistej techniky v Číne je výrazne koordinovaný, pričom štátne a verejno-súkromné organizácie vytvárajú platformu spolupráce medzi fínskymi podnikmi a ich čínskymi partnermi. Tak dochádza k uľahčeniu podnikateľských aktivít fínskych podnikov v Číne s cieľom dosiahnuť nárast obratu v relatívne krátkom časovom rozmedzí. Pre slovenské podnikateľské subjekty a štátne organizácie predstavuje fínsky model podpory internacionalizácie podnikov zaujímavý spôsob, ako pomôcť domácim podnikom pri ich obchodnej expanzii v Číne.

Kľúčové slová: *Fínsko, Čína, čistá technika, podpora obchodu, internacionalizácia, marketing, energetika, životné prostredie, veda a výskum*

ABSTRACT:

Finland is an active player in the area of the cleantech business. As the Chinese cleantech market is nowadays one of the largest and fastest growing ones, the Finnish companies are naturally showing interest for the activities within this market. The approach of the Finnish companies to the Chinese cleantech market is well coordinated, while the state organizations and public private partnerships create a cooperation platform between Finnish companies and their Chinese partners. This is one of the possibilities how to support the activities of Finnish cleantech companies in China, in order to increase their sales in a relatively short time. The Finnish model represents for Slovak companies and governmental institutions an interesting way, how to support the domestic companies in their trade expansion in China.

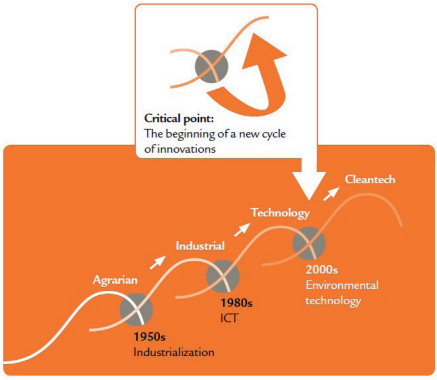
Keywords: *Finland, China, cleantech, trade promotion, internationalization, marketing, energy, environment, research and development*

2 - Finpro je globálnou expertnou sieťou, ktorá sídli vo viac ako 40 štátoch. Táto vládna organizácia bola pôvodne založená fínskymi podnikmi v roku 1919. Úlohou organizácie Finpro je podporovať rozvoj a konkurencieschopnosť fínskych podnikov prostredníctvom ich internacionalizácie.

ODVETVIE ČISTEJ TECHNIKY VO FÍNSKU

Čistú techniku môžeme definovať ako produkt, službu alebo výrobný proces, ktorý výrazne znižuje, resp. úplne minimalizuje svoj negatívny vplyv na životné prostredie a prírodu. V súčasnosti zaznamenáva toto odvetvie vo Fínsku významný rozmach. Práve odvetvie "cleantech" (z angl. čistá technika) má byť podľa mnohých fínskych aktérov[3] kľúčovým odvetvím fínskeho hospodárstva tak, ako tomu bolo doposiaľ v prípade odvetvia informačnej a komunikačnej techniky. Obrazne môžeme povedať, že Fínsko má cieľ vytvoriť nový podnik, alebo zoskupenie podnikov, ktoré sa budú významovo rovnať Nokii. Nokia je totiž považovaná za najvýznamnejšiu fínsku spoločnosť z viacerých hľadísk (obrat, počet zamestnancov, investície do vedy a výskumu, hodnota značky, atď.) a jej korene i súčasné sídlo sa nachádzajú vo Fínsku.

OBRÁZOK Č 1: CYKLUS INOVÁCIÍ NA PRÍKLADE FÍNSKA



Zdroj: Sitra 2007

Fínsko disponuje viacerými faktormi, ktoré ho predurčujú na vedúcu pozíciu v oblasti čistých environmentálnych a energetických techník. Z pohľadu energetiky to sú najmä pre severské štáty charakteristické klimatické podmienky. Fínske osídlenie sa rozprestiera na rozsiahlom území, a z toho dôvodu vyžaduje efektívnu energetickú infraštruktúru. Konvenčné energetické zdroje sú značne limitované.

3 - V roku 2007 publikoval Fínsky inovačný fond, Sitra, národný akčný plán pre rozvoj environmentálneho obchodu s názvom „Cleantech Finland – improving the environment through business". Na tvorbe akčného plánu sa podieľali mnohí aktéri z oblasti štátnej správy, súkromnej sféry, mimovládneho sektora, resp. vedecko-výskumného a univerzitného sektora. Akčný plán formuloval jednotlivé opatrenia, ktoré majú dopomôcť k tomu, aby sa Fínsko do roku 2012 stalo najviac známym štátom na svete v oblasti vybraných čistých techník, ako napríklad v tzv. bioenergetike, energetickej efektívnosti, v čistých výrobných procesoch, atď. Do roku 2012 sa má odvetvie čistej techniky stať pilierom fínskeho hospodárstva, s medziročnou mierou rastu odvetvia aspoň na úrovni 15 %.

Z environmentálneho hľadiska sa Fínsko vyznačuje prísnou legislatívou, najmä v oblasti ochrany vôd a udržateľného lesného hospodárstva. Takýto prístup môže prameniť z tradičného vnímania prírody, ako základnej hodnoty, ktorú treba chrániť a prechovávať pre budúce generácie. Fínska spoločnosť je s prírodou spätá, keďže je zároveň na prírodu odkázaná.

Zo socioekonomického hľadiska je Fínsko štát, ktorý na jednej strane podporuje vzdelanie, vedu a výskum, a na strane druhej minimalizuje spoločenskú neefektívnosť v podobe korupcie. Napr. fínske verejné výdavky na vedu a výskum v oblasti čistej techniky sú v prepočte na obyvateľa najvyššie na svete. V roku 2009 dosiahli podľa vyjadrenia fínskeho ministra zahraničného obchodu a rozvoja, Paava Väyrynena, úroveň 600 mil. eur, ktorá predstavuje 40 % verejných výdavkov na vedu a výskum v tom istom roku.

Jedným z opatrení, ktoré inicioval akčný plán, je vytvorenie globálnej marketingovej platformy pre fínske podniky a inštitúcie pôsobiace v oblasti čistej techniky. Táto platforma nesie názov „Cleantech Finland" a môžeme ju považovať i za značku, ktorá zjednocuje top fínske spoločnosti v oblasti obnoviteľných zdrojov energie, energetickej efektívnosti, vodného hospodárstva, spracovania odpadov, atď. Značka je vlastnená Konfederáciou fínskych priemyselných odvetví (z angl. Confederation of Finnish Industries), ale spravovaná je fínskou organizáciou na podporu internacionalizácie fínskych podnikov, t.j. organizáciou Finpro. Účelom platformy a značky je zvýšiť povedomie o riešeniach fínskych „cleantech" podnikoch v zahraničí, podporiť komunikáciu s významnými predstaviteľmi sféry súkromnej i verejnej a umožniť tak rast fínskeho odvetvia čistej techniky. Napr. v súčasnosti prebieha komunikácia medzi fínskymi a čínskymi partnermi za účelom predstavenia fínskych riešení v tejto oblasti. Fínski a čínski partneri tak majú príležitosť predstaviť si navzájom ponuku a dopyt v rámci podujatí spoločenského charakteru, ktoré sa konajú v rámci Svetovej výstavy World Expo 2010 v Šanghaji.

PRÍSTUP FÍNSKYCH SPOLOČNOSTÍ NA ČÍNSKY TRH ČISTEJ TECHNIKY

Podľa vyjadrení organizácie FECC (Fínsky environmentálny klaster pre Čínu, z angl. Finnish Environmental Cluster for China), zaznamenáva čínsky trh čistej techniky medziročný rast okolo 15 %, pričom jeho obrat v súčasnosti presahuje 1,1 bilióna eur. Čínske vládne orgány podporujú prílev zahraničných investícií i účasť zahraničných podnikov v odvetví čistej techniky. Napríklad Čína je spomedzi všetkých štátov najväčším príjemcom investícií v mechanizme čistého rozvoja (z angl. Clean Development Mechanism), s pozoruhodným rozvojom v oblasti veternej a solárnej energie. Zvyšovanie energetickej efektívnosti a zavádzanie environmentálne vhodných výrobných postupov patrí medzi priority vlády i v pripravovanom päťročnom pláne. Nový energetický investičný program bude iniciovaný v budúcom roku a potrvá do roku 2020. V rámci tohto programu budú vyčlenené finančné prostriedky na úrovni okolo 5 biliónov CNY a vo veľkej miere súvisia s rozvojom energetických kapacít z obnoviteľných zdrojov.

Rozvoj obchodu medzi Fínskom a Čínou v oblasti čistej techniky patrí ku kľúčovým oblastiam vzájomnej spolupráce oboch štátov. Táto spolupráca je pre oboch partnerov prospešná z nasledujúceho dôvodu. Na jednej strane vníma Fínsko čínsky trh ako hlavnú oblasť exportu fínskej čistej techniky. Na druhej strane sa Čína zaujíma o technicky pokročilé fínske riešenia, najmä v oblasti energetickej a materiálovej efektívnosti, bioenergetiky, veternej energie, vodného manažmentu a spracovania odpadov. Tie sú výsledkom fínskeho inovačného systému. Práve pokročilé inovačné prostredie Fínska a vysoká úroveň vzdelanostného systému sú rozhodujúcim argumentom, prečo Čína vo všeobecnosti prejavuje záujem o fínsku techniku. Ako príklad spolupráce na najvyššej úrovni môžeme uviesť aktivity fínskej architektonickej spoločnosť DigiEcoCity, ktorá je hlavným partnerom čínskej vlády pri budovaní dvoch ekomiest v provinciách Jiangxi a Jiangsu pre 200 tisíc obyvateľov.[4] Celková hodnota týchto projektov presahuje niekoľko miliárd eur.

Podľa vyjadrení FECC je obrat fínskych „cleantech" podnikov v Číne okolo 900 miliónov eur, pri predpokladanom náraste obratu o 100 % do roku 2013. Do budúcnosti sa predpokladá nárast spolupráce medzi Fínskom a Čínou v oblasti elektrických automobilov a súvisiacej infraštruktúry, či automatizácie a vývoja tzv. nanotechnológií. Charakter spolupráce bude súvisieť najmä s technickým transferom a transferom znalostí. Výrobné kapacity Fínska sú totiž do veľkej miery obmedzené a neumožnia tak uspokojiť dopyt rozsiahleho čínskeho trhu. Aby táto spolupráca prebiehala úspešne, fínske Ministerstvo obchodu a priemyslu založilo vopred spomínanú iniciatívu FECC, ktorej hlavným cieľom je urýchliť rozvoj takejto spolupráce. Aktivity FECC spočívajú najmä v podpore fínskych podnikov pri ich aktivitách v Číne a v poradenských službách právneho a ekonomicko-obchodného charakteru. FECC koordinuje aktivity medzi fínskymi podnikmi, vládnymi predstaviteľmi a investormi. Veľkosť podnikov pritom nie je rozhodujúcim faktorom, keďže hlavným cieľom iniciatívy je tvorba konzorcií, ktoré pokrývajú komplexné potreby čínskych partnerov a zákazníkov (t.j. prierezové riešenia v rozmedzí celého reťazca pridanej hodnoty). V nasledujúcej etape spolupráce dochádza k podpisu dohody o spolupráci medzi fínskymi a čínskymi podnikmi, resp. konzorciami.

Iniciatíva FECC, prostredníctvom jej predstaviteľov, aktívne udržiava sieť kontaktov s čínskymi zástupcami obchodu, centrálnej, ale i lokálnej vlády, a ďalej so zástupcami environmentálnych organizácií a vedecko-výskumných inštitúcií. Neustále prebiehajúci kontakt s touto sieťou aktérov, najmä s potenciálnymi zákazníkmi, je súčasťou procesu tvorby dôvery, ktorý je vitálnym prvkom zaručujúcim úspešné pôsobenie na čínskom trhu. I keď aktivity FECC môžu navonok

4 - Podľa vyjadrení čínskych vládnych predstaviteľov, ako je to uvedené na internetovej stránke spoločnosti DigiEcoCity (www.digiecocity.com), má v priebehu nasledujúcich dekád dôjsť k migrácii približne 400 miliónov obyvateľov z vidieka do novo založených miest. Tieto tzv. ekomestá budú postavené na environmentálne vhodnej báze, s efektívnym a udržateľným využívaním dostupných energetických a materiálových zdrojov. V súčasnosti prebieha v Číne výstavba približne 60 modelových ekomiest. I terajšia Svetová výstava v Šanghaji má nosnú tému: „Lepšie mesto, lepší život", čo nám naznačuje význam tejto témy pre obyvateľov a politickú elitu Číny.

pôsobiť veľmi "formálne", dôraz sa kladie najmä na ich praktickú aplikáciu, t.j. na nadväznosť na konkrétne aktivity medzi fínskymi podnikmi a ich potenciálnymi zákazníkmi. Jednou z úloh iniciatívy FECC je preto neustále mapovať trhové príležitosti, ktoré sa vynárajú na čínskom trhu čistých techník. FECC je popritom členom zoskupenia „Cleantech Finland", a preto spolupracuje i s organizáciou Finpro, ktorá túto značku riadi. Je dôležité podotknúť, že aktivity FECC by sa mali dopĺňať s aktivitami organizácie Finpro, ktorá je designovanou neziskovou organizáciou pre podporu internacionalizácie Fínskych podnikov, vrátane odvetvia čistej techniky. Dovolíme si preto tvrdiť, že spolupráca a synergia medzi uvedenými aktérmi je rozhodujúcim faktorom dosiahnutia stanovených cieľov.

ZÁVER

Fínsky model prieniku domácich podnikov na čínsky trh čistej techniky predstavuje efektívny model podpory obchodu. Dôležité je podotknúť, že prioritnou cieľovou skupinou tejto podpory sú malé a stredne veľké podniky, ktoré majú rastový potenciál a ponúkajú portfólio inovatívnych riešení. Hlavným zámerom expanzie Fínska na čínskom trhu je tvorba komplexnej – prierezovej – ponuky čistej techniky. Táto podpora sa zároveň opiera o aktívne udržiavanie kontaktov medzi fínskymi a čínskymi partnermi. Slovenské podniky môžu eventuálne iniciovať partnerstvo s fínskymi podnikmi, a doplniť tak chýbajúci článok či už na strane ponuky čistej techniky alebo v súvislosti s tvorbou a udržiavaním kontaktov s čínskymi partnermi. Pre slovenské podniky sa tak črtá cesta aktívnej participácie na čínskom trhu čistej techniky, napr. v oblasti elektrických automobilov.

ZDROJE

Sitra 2007: *Cleantech Finland – improving the environment through business*. Sitra – Helsinki, 2007. ISBN 978-951-563-598-3

FECC/ Finnish Environmental Cluster for China. [Citované dňa 4.10.2010]. Dostupné na: <www.fecc.fi>

Nykänen, Jussi: *Cleantech, go East!* [Citované dňa 24.8.2010]. Dostupné na: <www.cleantechfinland.com/blog/post/cleantech_go_east/>

Dániel Lőrincz
Bližšie k Číne: Podnikateľské príležitosti sústredené na jednom mieste v regióne
China Brand Trade Centre, AsiaCenter Ltd.[5]
e-mail: lorincz.daniel@asiacenter.hu

ABSTRAKT:

China Brand Trade Centre (CBTC) je rozšírením konceptu AsiaCenter s cieľom vytvoriť jednotné odbytisko značkových čínskych komodít v Európe. Slúži ako obchodná platforma sústreďujúca konkurencieschopné značkové čínske výrobky a ich dodávateľov. Centrum poskytuje vynikajúci logistický prístup resp. spoločnú platformu na vystavovanie čínskych výrobkov a koordináciu aktivít spojených s prijímaním objednávok pochádzajúcich z regiónu strednej a východnej Európy (SVE). Ideálna geografická poloha CBTC priťahuje čínskych podnikateľov niektorými svojimi priaznivými podmienkami a ponukou služieb s pridanou hodnotou. Okrem priameho leteckého spojenia medzi Budapešťou a Pekingom, Bank of China zriadila v Budapešti svoju prvú európsku pobočku. Vysoká životná úroveň v Budapešti podporila rozvoj aj ďalších aspektov čínskej kultúry, medzi ktoré patria okrem iného čínsko-maďarská bilingválna škola, reštaurácie, chrámy a strediská zdravotnej starostlivosti.

Kľúčové slová: *Čína, podnikanie, obchod, China Brand Trade Centre (CBTC), značkové komodity, región strednej a východnej Európy (SVE)*

ABSTRACT:

The China Brand Trade Centre (CBTC) is an extension of the AsiaCenter concept to create a hub of Chinese branded commodities in Europe. It is a trade platform concentrating competitive branded Chinese products and their suppliers. The Centre offers excellent logistic access, a hub to showcase Chinese products and coordinate order intake activities of the Central and Eastern European (CEE) region. The ideal geographical location of CBTC attracts Chinese entrepreneurs with several favorable conditions and value-added services. Besides a convenient direct flight operating between Budapest and Beijing, Bank of China has established its first European branch in Budapest. The high living standards of Budapest have also promoted other aspects of the Chinese culture, among others the Chinese-

5 - AsiaCenter je obchodné centrum, ktoré zahŕňa niekoľko stovák spoločností nachádzajúcich sa v srdci Európy s vynikajúcim logistickým prístupom nielen k členským štátom Európskej únie, ale aj susedným krajinám strednej a východnej Európy. Poskytuje výrobcom kvalitných ázijských výrobkov moderné a vysokokvalitné podnikateľské prostredie pre potreby ich stredo- a východoeurópskej základne. Centrum pôsobí ako celoročné stále výstavisko práve na mieste, kde sú výrobky vystavovateľov určené na odbyt. Prevádzka výstavného areálu v priestoroch AsiaCenter predstavuje neporovnateľne nižšiu investíciu pre ázijských obchodníkov a je ľahko dostupná európskym obchodníkom. Investíciu v hodnote 200 mil. eur pripravila a uskutočnila Strabag SE, jedna z najväčších stavebných spoločností v Európe. Centrum ponúka komerčný výstavný areál s rozlohou 36 000 m2, kancelárie s rozlohou 4 000 m2 a skladisko s rozlohou 10 000 m2.

Hungarian bilingual school, restaurants, temples and healthcare institutes.

Keywords: *China, business, trade, China Brand Trade Centre (CBTC), branded commodities, Central and Eastern European (CEE) region*

BLIŽŠIE K ČÍNE: PODNIKATEĽSKÉ PRÍLEŽITOSTI KONCENTROVANÉ NA JEDNOM MIESTE V REGIÓNE

ÚVOD

Posledné vývojové trendy na trhoch Číny a strednej a východnej Európy (SVE) ukázali, že dopytový a ponukový potenciál týchto regiónov potrebuje spoločnú platformu na podporu obchodu. Spoločnosti z regiónu SVE si uvedomili, že obchodovanie s Čínou prináša jednak výhody spojené so získavaním cenovo prístupných výrobkov, ako aj rozumné a sľubné investičné príležitosti. Napriek tomu, obchodovanie s Čínou predstavuje aj veľkú výzvu pre firmy z regiónu SVE (primárne MSP), ktorá súvisí s nedostatkom informácií o trhu, neporozumením obchodnej kultúre a jazyku, vzdialenosťou a prvotnými nákladmi potrebnými pre položenie základov hladko fungujúcej spolupráce.

V procese hľadania obchodných príležitostí s čínskym partnerom je preto potrebné mať na zreteli tieto otázky resp. problémy:

- Čína je potenciálnym dodávateľom pre trhy SVE z pohľadu cenovej prístupnosti a kvality. Napriek tomu, vzhľadom na malé skúseností s obchodovaním s týmto regiónom, v porovnaní s ostatnými regiónmi sveta, čínske spoločnosti analyzujú komplexné zdroje informácií o trhoch a obchode, aby si uľahčili rozvoj svojej stratégie vstupu na trhy SVE.
- Členské krajiny z regiónu SVE sú, v porovnaní s exportným potenciálom čínskych spoločností, malé krajiny s priemerným individuálnym trhovým dopytom. Ak ich však považujeme za regionálne zoskupenie, predstavujú homogénny trh so 150-mil. obyvateľstvom, ktorého trhový dopyt a kúpyschopnosť permanentne stúpa.
- Pre založenie úspešných obchodných vzťahov s čínskymi partnermi sa javí ako kľúčové uzatváranie kontraktov, ktoré zahŕňa okrem iného i pravidelné návštevy a budovanie osobných vzťahov (*guanxi*).
- Vyššie uvedený bod predpokladá veľké investície (predovšetkým finančného a spravodajského charakteru týkajúceho sa informácií o trhu), preto cenovo prístupní sprostredkovatelia a poskytovatelia služieb môžu vo veľkej miere napomôcť MSP z regiónu SVE, ktoré sú citlivé na ceny.

Po uvedomení si vyššie opísaných špecifík spojených s obchodovaním s Čínou sa vedenie AsiaCenter rozhodlo podniknúť kroky na riešenie čo najväčšieho počtu spomenutých otázok resp. problémov a implementovať ich do pôsobnosti China Brand Trade Centre (CBTC).

ČO JE CBTC?

CBTC slúži ako obchodná platforma resp. trhovisko koncentrujúce konkurencieschopné značkové čínske výrobky a ich dodávateľov. V centre sa nachádzajú rôzne organizácie na podporu podnikania, ktoré sú pripravené budovať obchodné vzťahy v Európe. Centrum pôsobí ako celoročné stále výstavisko dostupné verejnosti aj počas víkendov. CBTC sa sústreďuje na zásobovanie trhu so 150 mil. obyvateľov strednej a východnej Európy tak, že prináša kvalitných čínskych výrobcov na dosah európskym partnerom.

SOLÍDNE ZÁZEMIE

Centrum CBTC postavila, vlastní ho a investovala do neho jedna z najväčších stavebných spoločností v celej Európe – Strabag SE. Strabag zamestnáva viac ako 75 000 pracovníkov a jej aktivity pokrývajú celý región SVE. V roku 2009 dosiahla spoločnosť obrat vo výške viac ako 13 mld. eur, preto sa javí ako konkurencieschopný partner na zastrešenie takého rozsiahleho a priekopníckeho projektu akým je CBTC.

VÝVOJ TRHU SVE

AsiaCenter Ltd. je právnická osoba, ktorá vlastní a prevádzkuje CBTC. Od roku 2003 používa svoje vlastné obchodné centrum AsiaCenter. Počas posledných 7 rokov jeho vedenie nadobudlo nevyhnutné obchodné skúsenosti v oblasti podpory obchodu medzi Áziou (s osobitným dôrazom na Čínu) a regiónom SVE. Spoločnosť vyvinula koncept založený na službách, ktorý ponúka ázijským obchodníkom a výrobcom možnosť predstaviť svoje výrobky a služby na európskom trhu. Zahŕňa tieto aktivity:

- vytváranie obchodnej platformy pre kvalitných obchodníkov a výrobcov, predovšetkým z Číny, Vietnamu, Mongolska a regiónu juhovýchodnej Ázie
- poskytnutie výstavného areálu, kancelárií a skladísk na základe zmluvy o prenájme v priestoroch obchodného centra, ktoré spĺňa všetky súčasné infraštruktúrne a technologické štandardy
- poskytovanie profesionálnej podpory pre svojich nájomcov prostredníctvom key account služieb, počnúc základnými informáciami o trhu, asistenciou pri vybavovaní víz a pomocou pri prispôsobovaní sa ázijských spoločností európskej obchodnej kultúre, až po zabezpečenie jednotnej marketingovej podpory pre partnerské spoločnosti s cieľom zvýšiť ich informovanosť o trhu a prilákať potenciálnych obchodných partnerov
- udržiavanie dobrých vzťahov s vládnou administratívou v Maďarsku a v Číne s cieľom uľahčiť vyhodnotenie projektu

PRIDANÁ HODNOTA PRE ČÍNSKE SPOLOČNOSTI

Postupne v každej časti regiónu strednej a východnej Európy existuje množstvo výhod, ktoré spolu s krátkymi vzdialenosťami, dobrou cestnou sieťou a spoločnými špecifikami trhu, vytvárajú z regiónu obchodnú destináciu, ktorú čínske spoločnosti môžu považovať za obchodne zaujímavú. Uvádzanými silnými stránkami sú najmä:

- cestná infraštruktúra, priame letecké spojenie medzi Čínou a Budapešťou resp. Viedňou (v prípade nákladnej prepravy aj s Prahou)
- súbor programov a opatrení s cieľom prilákať priame investície (implementované prostredníctvom Európskej únie alebo jednotlivými členskými štátmi)
- väčšina čínskych výrobkov, ktoré sa predávajú na trhoch SVE, je dodávaná redistribučnými spoločnosťami zo západnej Európy. Vybudovanie jednotného regionálneho distribučného miesta pre trh SVE prináša so sebou výhodné príležitosti pre priame obstarávanie tovarov
- využitie prístavov nových členských krajín EÚ zo strednej Európy alebo transsibírskej magistrály môže značne skrátiť prepravnú trasu a čas potrebný na prepravu do tohto regiónu
- prvá európska pobočka Bank of China bola založená v Budapešti
- v Budapešti sa nachádza čínsko-maďarská bilingválna škola obchodného zamerania
- existuje veľké množstvo reštaurácií, chrámov, stredísk zdravotnej starostlivosti, televíznych kanálov, rádio a printových médií, ktoré pokrývajú rôzne aspekty potrieb čínskych komunít v regióne

MODEL CBTC NA PODPORU OBCHODU

CBTC ponúka obchodné priestory pre spoločnosti a vládne organizácie z Číny s cieľom vytvoriť trvalé profesionálne výstaviská, ktoré sa nazývajú Kancelárie na podporu obchodu (Trade Promotion Offices alebo TPO). V takejto TPO, spoločnosť alebo organizácia prevádzkuje väčšiu výstavnú sieň a predstavuje tiež výrobky ostatných spoločností. V zmysle tohto konceptu majú TPO kancelárie jednotnú organizačnú štruktúru danú buď podľa príslušnosti ku krajine pôvodu resp. regiónu (provincia Guangdong, Čína), alebo na základe spoločného profilu ponúkaných produktov (napr. automobilové súčiastky alebo príslušenstvo).

TPO predstavuje výnimočnú obchodnú príležitosť, pretože umožňuje spoločnostiam predstavovať svoje produkty na stálom výstavisku, ktoré je v celoročnej prevádzke, v blízkosti cieľového trhu, a za omnoho výhodnejšie ceny ako dokonca v prípade krátkodobej medzinárodnej výstavy.

Záujem o medzinárodný obchod sa zvyšuje prostredníctvom ústrednej marketingovej podpory CBTC, ktorá zahŕňa aj inzeráty, internetovú komunikáciu a pravidelné kooperačné príležitosti.

CBTC AKO KONKURENČNÁ VÝHODA PRE EURÓPSKE SPOLOČNOSTI

Najdôležitejšia výhoda CBTC konceptu spočíva v tom, že obchodníci z regiónu SVE môžu jednoduchým spôsobom nadviazať priamu obchodnú spoluprácu s čínskym partnerom vďaka skrátenej geografickej vzdialenosti.

Obchodníci, ktorí sa zaujímajú o značkové čínske výrobky, nemusia už vynakladať značný rozpočet na ich získavanie v podobe cestovania na ázijské výstavy a konferencie, ubytovania či poplatkov za rokovania.

CBTC vo veľkej miere prispieva k cenovo výhodnejšiemu získavaniu produktov vzhľadom na to, že sa nachádza v Budapešti, ľahko dostupnej prostredníctvom regionálnych sietí ciest i leteckých spojení.

Cieľom CBTC je takisto reagovať na pretrvávajúcu obavu sprevádzajúcu obchodovanie so vzdialenejším partnerom – dôveru. Ustavičná prítomnosť a blízkosť partnera zaručuje uvoľnenie napätia, a cenovo výhodné a pravidelné stretávanie sa. Dobrá komunikácia takisto prispieva k zaisteniu trvalej kvality a stabilných dodávok. Čínske spoločnosti, ktoré sú zastúpené v CBTC, uľahčujú navyše riešenie otázok spojených so zárukou a starostlivosťou o zákazníkov.

Takáto prítomnosť firiem ponúka ďalšie výhody a príležitosti pre potreby rozvoja a zakladania modelov spoločnej obchodnej spolupráce.

SLUŽBY, KTORÉ NAPOMÁHAJÚ PODPORE OBCHODU

Vedenie CBTC vyvinulo balík základných služieb s cieľom využiť obchodné úspechy čínskych partnerov a partnerov zo SVE nachádzajúcich sa v obchodnom centre.

Okrem toho, že sa CBTC teší strategickej polohe s ľahkým prístupom na diaľnicu a na letisko, je parkovanie v areáli centra bezplatné a pohodlné. Informačná kancelária je otvorená počas pracovnej doby a zamestnanci bežne ovládajú maďarský, anglický, nemecký, slovenský, rumunský a čínsky jazyk. V priestoroch CBTC sa nachádzajú okrem bánk a zmenární aj kaviarne a reštaurácie. Výrobky zakúpené na mieste je možné naložiť do dopravných prostriedkov rôznej veľkosti cez nákladné terminály.

CBTC disponuje takisto konferenčným priestorom malej a strednej veľkosti s technickým personálom, ktorý dokáže zabezpečiť akýkoľvek druh podnikateľského fóra alebo kooperačného podujatia.

Mgr. Stanislav Vavrovský
Čínsky jazyk a čínska kultúra: vybrané úvodné informácie (nielen) pre podnikateľov
Univerzita Komenského v Bratislave
e-mail: sv@chinese.sk

ABSTRAKT:

Príspevok poskytuje základné informácie o čínskom jazyku, písme a kultúre. Po vysvetlení a spresnení samotného pojmu „čínština" sa stručne charakterizuje fonológia, morfológia a syntax tohto jazyka. Vysvetľuje sa problematika dialektov a vzťahu čínštiny k ostatným jazykom, ako aj pojmy typu „mandarínčina", „klasická čínština", „tradičná čínština", „zjednodušená čínština" a pod. Uvádzajú sa základné poznatky o čínskom písme a jeho prepisoch do latinky. V ďalšej časti sa prezentujú niektoré osobitosti čínskej kultúry vychádzajúce z mentality, filozofie, náboženstva a histórie čínskeho národa. Okrem iného sa vysvetľujú pojmy ako „tvár" – *miànzi* (mien-c') 面子, „konexie" – *guānxi* (kuan-si) 关系 a „láskavosť" – *rénqíng* (žen-čching) 人情.

Kľúčové slová: *čínština, sinotibetské jazyky, čínske dialekty, topolekty, čínske písmo, pinyin, čínska kultúra, mianzi, guanxi, renqing*

ABSTRACT:

The present contribution provides basic information on the Chinese language, script and culture. After explaining and specifying the concept of "Chinese language", its phonology, morphology and syntax are briefly characterized. The problems of dialects and the relation of Chinese to other languages as well as terms such as "Mandarin", Classical Chinese, "Traditional Chinese" and "Simplified Chinese" are explained. Some basic knowledge of Chinese script and its transcriptions into the Latin alphabet is also introduced. The next part presents some specific features of Chinese culture that are based on the mentality, religion and history of the Chinese nation. Apart from other things, the concepts of "face" (miànzi 面子), "connections" (guānxi 关系) and "favour" (rénqíng 人情) are explained.

Keywords: *Chinese language, Sino-Tibetan languages, Chinese dialects, topolects, Chinese script, pinyin, Chinese culture, mianzi, guanxi, renqing*

ČÍNSKY JAZYK A ČÍNSKA KULTÚRA: VYBRANÉ ÚVODNÉ INFORMÁCIE (NIELEN) PRE PODNIKATEĽOV

O ČÍNSKOM JAZYKU

Čínština, mandarínčina, klasická čínština

Čínština je v najširšom slova zmysle jazykom, ktorým hovoril a hovorí národ Hàn (Chan) 汉 po tisícročia obývajúci krajinu, ktorej domáci názov, *Zhōngguó* (Čung-kuo) 中国, sa u nás niekedy prekladá ako Ríša stredu.[1] Hanovia predstavujú 91,5 % obyvateľov Číny (The World Factbook 2009), zvyšok tvorí ďalších 55 oficiálne uznaných etnických skupín (nazývaných „menšinové národnosti"), z ktorých väčšina má svoj vlastný jazyk.

Celonárodný štandardný (spisovný) jazyk sa v Čínskej ľudovej republike (ČĽR) nazýva *pǔtōnghuà* (pchu-tchung-chua) 普通话, čiže „všeobecná reč" a na Tchajwane *guóyǔ* (kuo-jü) 国语, čiže „národný/štátny jazyk". Medzi normou pǔtōnghuà a guóyǔ sú isté malé rozdiely, dali by sa veľmi približne prirovnať k rozdielom medzi britskou a americkou angličtinou.

V poslednom čase sa u nás ako označenie spisovnej čínštiny čím ďalej tým častejšie objavujú názvy „mandarínčina" či „mandarínska čínština".[22] Pôvodne to bol historický výraz označujúci jazyk mandarínov, čiže čínskych úradníkov, správcov ríše v období cisárstva (bol to akýsi predchodca neskoršieho guóyǔ a pǔtōnghuà). Okrem toho sa týmto termínom v čínskej dialektológii zvykne označovať skupina severočínskych dialektov.

Klasická čínština, *wényán* (wen-jen) 文言, je písaný jazyk z obdobia pred 2 500 až 2 000 rokmi (od obdobia Letopisov po vládu dynastie Hàn), ktorý slúžil počas nasledujúcich 2 000 rokov ako hlavný literárny jazyk nielen v Číne, ale prakticky na celom Ďalekom východe, podobne ako latinčina v stredovekej Európe. A rovnako, ako latinčina (spolu so starou gréčtinou) v prípade európskych jazykov, klasická čínština poskytla a stále poskytuje lexikálny materiál na tvorbu nových termínov modernej čínštine ako aj japončine, kórejčine a vietnamčine, teda jazykom národov oddávna vystavených čínskemu kultúrnemu vplyvu. Hoci tieto jazyky s čínštinou nie sú príbuzné a japončina s kórejčinou sa od čínštiny výrazne odlišujú aj typologicky, prevzali z čínštiny veľa slovných výpožičiek, ktoré tvoria na Ďalekom východe akúsi vrstvu miestnych internacionalizmov. Pravda ich výslovnosť je v každom jazyku veľmi odlišná.

1 - „Ríša stredu" je dosť nešťastný preklad, pretože slovo „ríša" evokuje imperiálnu rozpínavosť, zatiaľ čo čínsky ekvivalent *guó* (kuo) znamená jednoducho „štát" a je neutrálny čo do typu, zriadenia a veľkosti tohto útvaru. Bohužiaľ nemáme k dispozícii lepšiu voľbu, doslovný preklad „Stredoštát" (v čínštine ide o kompozitum!) by asi neznel najlepšie a navyše „Ríša stredu" je už zažitá vďaka populárno-náučnej literatúre a prekladom beletrie, preto budeme aj ďalej používať tento výraz.

2 - Z angl. Mandarin (Chinese), čín. guānhuà (kuan-chua) 官话.

S ktorými jazykmi je čínština príbuzná?

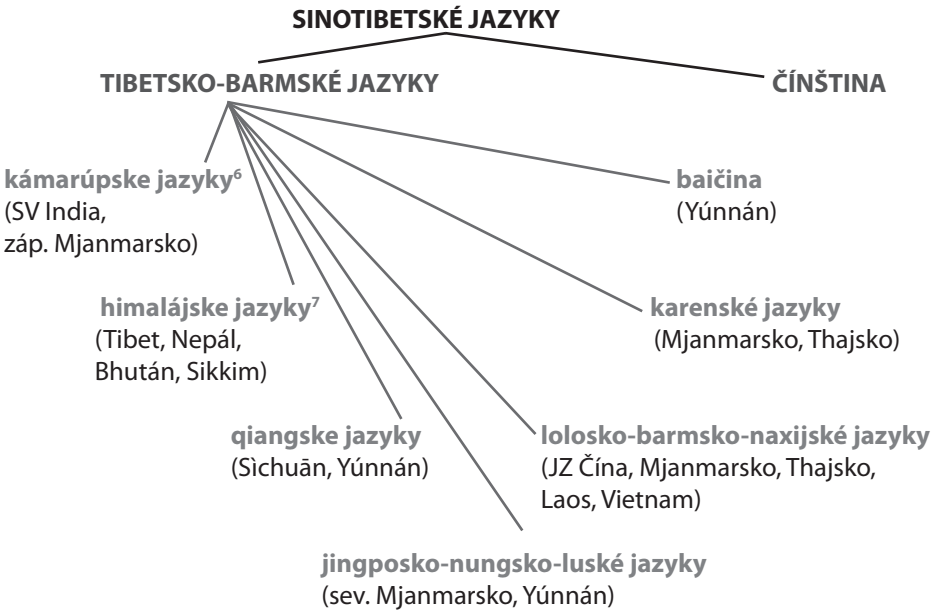
Genealogická (genetická)[3] príbuznosť jazykov je relatívna záležitosť. Vo svetle súčasných archeologických a genetických poznatkov (hypotéza Out-of-Africa) sa javí pravdepodobnou teória, že jazyk vznikol v jednom centre, z ktorého sa potom spolu s druhom Homo sapiens rozšíril do celého sveta. Ak zastávame túto monogenetickú teóriu, všetky jazyky sveta sú potom v konečnom dôsledku navzájom príbuzné. Preto keď hovoríme, že jazyk A je príbuzný s jazykom B, myslíme tým, že je s ním bližšie príbuzný ako s jazykom C a že túto príbuznosť sme schopní lingvistickými metódami dokázať. Podľa súčasných poznatkov nie je čínština príbuzná s japončinou, kórejčinou ani vietnamčinou,[4] zato sa obvykle spolu s tibetčinou, mjanmarčinou (barmčinou) a ďalšími jazykmi zaraďuje do sinotibetskej jazykovej rodiny. Na vnútorné členenie tejto jazykovej rodiny a pozíciu čínštiny v rámci nej existujú rôzne názory. V prvej polovici 20. storočia zastávali vedci názor, že do sinotibetskej rodiny patria aj thajské jazyky (thajčina, laoština atď.), miaosko-jaoské jazyky (niektoré etniká v južnej Číne a v juhovýchodnej Ázii) či dokonca austronézske jazky (malajčina, havajčina apod.), ale v súčasnosti je táto hypotéza vo svete prevažne pokladaná za neopodstatnenú a väčšej popularite sa teší už iba v ČĽR. Na obr. 1 vidíme jednu z novších mainstreamových podôb sinotibetskej hypotézy, model J. A. Matisoffa používaný v projekte Sinotibetského etymologického slovníka a tezaura na University of California v Berkeley.[5] Stále však neboli predložené presvedčivé argumenty pre zdôvodnenie samotnej existencie sinotibetskej hypotézy, akými sú materiálové zhody opierajúce sa o dostatočne striktné hláskové responzie, preto by bolo azda lepšie predbežne klasifikovať čínštinu samostatne ako jazykový izolát prípadne ako rodinu blízko príbuzných jazykov (topolektov). V poslednom čase sa vyskytli teórie o mimoriadne blízkej príbuznosti čínštiny s baičinou v juhočínskej provincii Yúnnán (Jün-nan), ale tieto hypotézy nie sú zatiaľ všeobecne akceptované podobne ako teórie o príbuznosti sinotibetských jazykov s indoeurópskymi, severokaukazskými, jenisejskými (Sibír) či athabaskými jazykmi (Severná Amerika).

3 - Výrazy „genetický, genealogický" sú v súvislosti s jazykom obrazné vyjadrenia, ide o divergentný vývoj jazyka a nie o skutočne genetický vývoj v prírodovednom zmysle.

4 - Avšak tzv. pansinoaustrická hypotéza, ktorú zastávajú čínski lingvisti Pān Wùyún (Pchan Wu-jün) 潘悟云 a Zhèng-Zhāng Shàngfāng (Čeng-Čang Šang-fang) 郑张尚芳, spája čínštinu do jednej jazykovej rodiny i s austroázijskými jazykmi, ku ktorým patrí aj vietnamčina.

5 - The Sino-Tibetan Etymological Dictionary and Thesaurus Project, skrátene STEDT.

OBRÁZOK Č. 1: SINOTIBETSKÁ HYPOTÉZA PODĽA J. A. MATISOFFA



Zdroj: STEDT, Matisoff 2003: 5-6

Dialekty, jazyky či topolekty?

Spisovná čínština, či sa už nazýva *pǔtōnghuà* alebo *guóyǔ*, je v skutočnosti normou vytvorenou na základe severočínskych dialektov, hlavne na základe pekingského dialektu. Okrem tohto nárečovo veľmi rozrôzneného makroareálu existuje niekoľko ďalších dialektových areálov. Vzhľadom na veľké fonologické, lexikálne i gramatické rozdiely medzi nimi by bolo možné považovať každý z nich za samostatnú jazykovú skupinu alebo vetvu a čínštinu (v širšom slova zmysle) za jazykovú vetvu podobne ako románske či germánske jazyky či dokonca za jazykovú rodinu, avšak s prihliadnutím na historické, spoločenské, politické no i niektoré jazykové kritériá (do istej miery zdieľaný písaný jazyk) bývajú označované ako dialekty, po čínsky *fāngyán* (fang-jen) 方言, dosl. „miestna reč". Americký sinológ V. Mair navrhol v roku 1991 novotvar *topolect*, ktorý je doslovným prekladom čínskeho *fāngyán* a je vhodným kompromisom na označenie čínskych dialektov či jazykov.

6 - Zemepisné zoskupenie zahŕňajúce kukijsko-nágsko-čjinské jazyky, bodosko-garoské (= barské) jazyky, aborsko-mirijsko-daflaské jazyky ako aj mikirčinu a jazyky meithei (= manípurčina) a mru.
7 - Zemepisné zoskupenie zahŕňajúce tibetské jazyky (skupiny dialektov), kanaurčinu, kirantčinu (= rai), jazyk lepča a névárčinu.

Podľa novšej klasifikácie, ktorú zohľadňuje napr. Jazykový atlas Číny (Wurm 1987) rozlišujeme 10 topolektov plus neklasifikované dialekty:

1 mandarínsky topolekt (severná a juhozápadná Čína),
2 jìn (ťin) 晋, severná Čína,
3 gàn (kan) 赣, provincia Jiāngxī (Ťiang-si),
4 huī (chuej) 徽, provincia Ānhuī (An-chuej),
5 wú (wu) 吴, Šanghaj, provincia Zhèjiāng (Če-ťiang),
6 xiāng (siang) 湘, provincia Húnán (Chu-nan),
7 hakka 客家, provincia Guǎngdōng (Kuang-tung) a viaceré ďalšie,
8 yuè (jüe) 粵, Hongkong, provincia Guǎngdōng, – kantončina,
9 píng (pching) 平, Zhuangská AO Guǎngxī (Kuang-si),
10 mǐn (min) 闽, provincia Fújiàn (Fu-ťien), Taiwan – vnútorne veľmi diferencovaný.

Väčšina Číňanov na Slovensku hovorí qingtianskym, (Qīngtián / Čching-tchien 青田), alebo wenzhouským (Wēnzhōu / Wen-čou 温州) dialektom patriacim do topolektu *wú*.

Hlásky a tóny

Nie je jednoduché odpovedať na otázku, koľko má spisovná čínština vlastne hlások (foném).[8] Názory rôznych autorov na klasifikáciu čínskych hlások a na ich počet sa v detailoch často líšia. Na prepis čínskych hlások tu používame Medzinárodnú fonetickú abecedu IPA (International Phonetic Alphabet). Za lomkou sú uvedené pozičné varianty hlások, čiže odlišné výslovnosti tej istej fonémy v rôznom hláskovom okolí.[9]

TABUĽKA Č. 1: SPOLUHLÁSKY (25)

Artikulácia / spôsob \ miesto		perné	zuboďasnové	zadoďasnové apikálne	ďasnovo-predopodnebné dorzálne	zadopodnebné, čapíkové a hrtanové
záverové	s prídychom	[b̥]	[d̥]			[ɡ̊]
	bez prídychu	[p^{h}]	[t^{h}]			[k^{h}]
polo-záverové	s prídychom		[d̥z]	[d̥ʒ]	[d̥ʑ]	
	bez prídychu		[ts^{h}]	[tʃ^{h}]	[tɕ^{h}]	
nosové		[m]	[n]			[ŋ]
trené		[f]	[s]	[ʃ]	[ɕ]	[x/χ/h]
aproximanty		[w/P]	[l]	[ɹ/ʒ]	[j]	[ɥ]

8 - Zemepisné zoskupenie zahŕňajúce tibetské jazyky (skupiny dialektov), kanaurčinu, kirantčinu (= rai), jazyk lepča a névárčinu.

9 - Napr. [w, H, j], ktoré tu považujeme za spoluhlásky môžu byť inde považované za polosamohlásky vytvárajúce stúpavé dvojhlásky [u̯a] a trojhlásky [u̯æi̯].

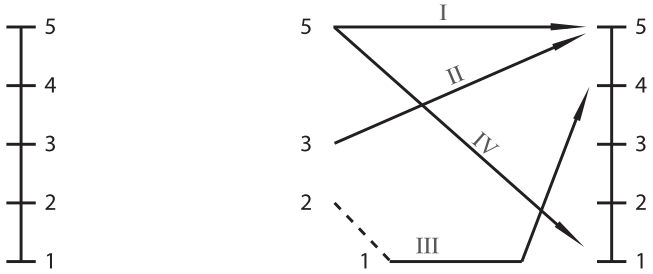
TABUĽKA Č. 2: JEDNODUCHÉ SAMOHLÁSKY (6) A DVOJHLÁSKY (4):

jednoduché samohlásky	dvojhlásky
[i] [y] [ɨ] [u] [ɤʌ/ɛ/œ/ə/ʌ/ɔ] [a/ɛ/æ/ɑ]	[eɪ̯] [oʊ̯] [æɪ̯] [ɑʊ̯]

Štruktúra čínskej slabiky je v porovnaní s indoeurópskymi jazykmi (najmä slovanskými) pomerne jednoduchá a pravidelná. Slabika sa skladá minimálne z jednej a maximálne zo štyroch hlások. Zo spoluhlások môže byť v koncovej pozícii iba [n] alebo [N].[10] Okrem kombinácie spoluhlásky s aproximantou [w], [H] alebo [j] nie sú prípustné žiadne spoluhláskové skupiny v rámci slabiky. Tradične sa čínska slabika delí na iniciálu (počiatočná spoluhláska) a finálu (zvyšok slabiky). V čínštine existuje paralelný podsystém finál s retroflexnou vedľajšou artikuláciou (jazyk je pri ich výslovnosti lyžicovito prehnutý dozadu).

Čínština, rovnako ako viaceré jazyky juhovýchodnej Ázie (mjanmarčina, thajčina, vietnamčina) ale tiež niektoré africké a indiánske jazyky, býva označovaná ako tzv. tónový jazyk. To znamená, že využíva hlasovú melódiu na rozlišovanie významu slov, napr. *mā* [ma^{55}] 妈 „mama“, *má* [ma^{35}] 麻 „ľan“, *mǎ* [ma^{214}] 马 „kôň“, *mà* [ma^{51}] 骂 „nadávať“. V spisovnej čínštine každej prízvučnej slabike prislúcha jedna zo štyroch tónem (fonologických tónov): vysoká rovná, vysoká stúpavá, nízka klesavo-stúpavá alebo klesavá (pozri obr. 2, číselná stupnica vľavo označuje relatívne hlasové rozpätie).

OBRÁZOK Č. 2: TONÉMY



Zdroj: Spešnev 1980: 17

10 - Nosovky na konci slabiky sa svojou artikuláciou veľmi líšia od nosovej spoluhlásky v iniciálnej pozícii, majú veľmi slabý záver a akusticky pripomínajú skôr nazalizáciu predchádzajúcej samohlásky ako napr. vo francúzštine.

Gramatika a slovná zásoba

Slovné druhy v čínštine sa formálne líšia veľmi málo. Jedným z mála ukazovateľov príslušnosti slova k nejakému slovnému druhu sú menné prípony *–zi* (-c') 子 a *–tou* (-tchou) 头, ktoré sa pripájajú k substantívam, napr. *háizi* (chaj-c') 孩子 „dieťa", *fǔtou* (fu-tchou) 斧头 „sekera". Čínske substantíva sú indiferentné, pokiaľ ide o číslo a rod. Množné číslo je možné vyjadriť pomocou prípony – *men* 们 iba u substantív označujúcich osoby, *rénmen* (žen-men) 人们, *háizimen* (chaj-c'-men) 孩子们, ale jeho vyjadrovanie je obmedzené, vo viacerých konštrukciách nie je gramaticky prípustné. Len u zámen sa číslo rozlišuje dôslednejšie. Rod substantív sa zväčša nevyjadruje, v prípade potreby ho možno vyjadriť pomocou morfém *nán-* 男 „muž", *nǚ-* 女 „žena", *gōng-* (kung-) 公 „samec" a *mǔ-* 母 „samica". Čínština nepozná skloňovanie ani časovanie. Pádové funkcie sa vyjadrujú pomocou slovies, ktoré slúžia aj ako predložky (môžeme ich preto nazývať „prepozičné slovesá"): *bǎ* (pa) 把 „uchopiť/akuzatív", *gěi* (kej) 给 „dať/datív", *yòng* (jung) 用 „používať/inštrumentál" a pod. Slovesá sú bezpríznakové čo do spôsobu, môžu byť tak aktívne ako pasívne. Pasívum možno vyjadriť pomocou prepozičných slovies, ale nie vždy je to nutné. Čínske sloveso nerozlišuje gramatický čas ani spôsob (indikatív, imperatív, kondicionál), môže však priberať vidovo-časové prípony aglutinačného charakteru: *-guo* (-kuo) 过 „uskutočnenie deja v minulosti", *-le* 了 „ukončenosť deja", *-zhe* (-če) 着 „trvanie deja".

Čínske substantíva síce zväčša nerozlišujú rod, ale rozlišujú tzv. menné triedy. Tieto sa vyjadrujú pomocou zvláštneho slovného druhu, klasifikátorov (nazývaných aj numeratívy alebo slová miery), ktoré sa kladú medzi číslovku a substantívum alebo medzi ukazovacie zámeno a substantívum, napr.: *yī ge rén* (i ke žen) 一个人 „jeden človek", *liǎng zhāng zhuōzi* (liang čang čuo-c') 两张桌子 „dva stoly", *zhè zhī gǒu* (če č' kou) 这只狗 „tento pes", *nà tóu niú* (na tchou niou) 那头牛 „tamtá krava".

Obľúbeným morfologickým prostriedkom v čínštine je reduplikácia: u slovies označuje krátkosť trvania, *kàn* (kchan) 看 „pozerať sa" verzus *kànkan* (kchan-kchan) 看看 „pozrieť sa", u niektorých substantív evokuje význam „každý": *rén* (žen) 人 „človek", *rénrén* (žen-žen) 人人 každý človek.
Základný slovosled v čínštine je SVO (podmet – prísudok – predmet) a člen určujúci vždy predchádza člen určovaný, i keď ide o celú vetu:

你	讲	的	故事	很	有意思。
Nǐ	jiǎng	de	gùshi	hěn	yǒuyìsi.
(Ni	ťiang	te	ku-š'	chen	jou-i-s'.)
Ty	rozprávať	*pomocné slovo*	príbeh	veľmi	zaujímavý.
Príbeh,	ktorý rozprávaš	(si rozprával),	je (bol)	veľmi	zaujímavý.

Z uvedeného príkladu vidno, že čínština nemá vzťažné zámená. Nielen syntaktické vzťahy ale aj modalita viet sa v čínštine často vyjadrujú rôznymi pomocnými slovami.

Pokiaľ ide o slovotvorbu, čínština vo veľkej miere využíva skladanie. Najväčšiu časť jej slovnej zásoby tvoria práve zložené slová. Čínština preberá málo cudzích slov, odborné termíny väčšinou vytvára skladaním z domácich zdrojov, pravda neraz ide o kalky, doslovné preklady cudzích vzorov.

Sémantické pole je v čínštine členené často inak, než sme zvyknutí v slovenčine alebo pri štúdiu väčšiny európskych jazykov. Čínština má samostatné výrazy pre staršieho brata, *gēge* (ke-ke) 哥哥, staršiu sestru, *jiějie* (ťie-ťie) 姐姐, mladšieho brata, *dìdi* (ti-ti)弟弟 a mladšiu sestru, *mèimei* (mej-mej) 妹妹, zatiaľ čo pojmy „brat" a „sestra" sa dajú vyjadriť iba zloženinami. Ďalším príkladom je sloveso „niesť", ktorému v čínštine zodpovedá zhruba desiatka slovies podľa toho, či sa vec nesie v spustenej ruke – *tí* (tchi) 提, na dlani otočenej smerom hore – *duān* (tuan) 端, na pleci – *káng* (kchang) 扛, na chrbte – *bēi* (pej) 背, v náručí – *bào* (pao) 抱 atď. Číňania majú tendenciu k väčšej vágnosti a alibizmu vo vyjadrovaní. Často používajú výrazy „asi", „možno" a pod. a vyhýbajú sa priamemu odmietnutiu. Azda to súvisí s koncepciou zachovania tváre (pozri nižšie). „Áno" má v čínštine skôr význam „tak je" a tento význam Číňania často prenášajú aj do komunikácie v cudzom jazyku. Porovnajte:

Slovenčina		**Čínština**	
- Nepríde?	- Tā bù lái ma?	他不来吗?	Nepríde?
- **Nie** (, nepríde).	- **Shì** (, tā bù lái).	是（，他不来）。	**Áno (= tak je)** (, nepríde).
- **Ale áno** (, príde).	**Bú shì** (, tā lái).	不是（，他来）。	**Nie (= nie je tomu tak)** (, príde).

Inak „áno" v čínštine nemusí znamenať vždy súhlas, často je len prejavom pozornosti („áno, počúvam vás").

O ČÍNSKOM PÍSME

Čo označujú čínske znaky?

Čínske znakové písmo patrí k ideografickému typu, lebo čínske znaky označujú významové jednotky jazyka. Tieto jednotky sú buď slová alebo morfémy a každá z nich je slabikou.

Napriek svojmu ideografickému charakteru, obsahuje čínske písmo aj fonetické prvky, lebo väčšinu znakov tvoria ideofonogramy skladajúce sa z významovej časti (radikál) a z fonetickej časti (fonetikum). V tradičných slovníkoch sú znaky zoradené podľa radikálov usporiadaných podľa počtu ťahov.

OBRÁZOK Č. 3: ZNAK, KTORÝM SA PÍŠE SLOVO „POZÝVAŤ, PROSIŤ“ ***QǏNG* (ČCHING) A)** SA SKLADÁ Z RADIKÁLU „HOVORIŤ“ ***YÁN* (JEN) B)** A Z FONETIKA „ZELENÝ-MODRÝ“ ***QĪNG* (ČCHING) C)**

請 言 青
A) **B)** **C)**

Koľko je znakov a koľko ich ovláda gramotný Číňan?

Malý príručný *Slovník znakov Nová Čína* (*Xīnhuá Zìdiǎn* / *Sin-chua c'-tien* 新华字典) určený najmä pre základné a stredné školy obsahuje „iba“ vyše 10 000 znakov, zatiaľ čo osemdielny *Veľký slovník znakov čínskeho jazyka* (*Hànyǔ Dà Zìdiǎn* / *Chan-jü ta c'-tien* 汉语大字典) ich pojal približne 56 000. Podľa Normana (1988: 73), ktorý vychádza z údajov Guān Ěrjiā a Tián Lín (1981), priemerný gramotný Číňan aktívne ovláda približne 3 000 až 4 000 znakov.

Tradičná čínština verzus zjednodušená

V rokoch 1956 – 1959 prebehla v ČĽR reforma písma, ktorej cieľom bolo zjednodušenie grafickej podoby veľkej časti znakov. Takáto reforma sa však neuskutočnila v Hongkongu ani na Taiwane. Reformované čínske písmo býva označované ako „zjednodušené znaky“, *jiǎntǐzì* (ťien-tchi-c') 简体字, resp. „zjednodušená čínština“, *jiǎntǐ zhōngwén* (ťien-tchi čung-wen) 简体中文, angl. *Simplified Chinese*. Išlo tu o zjednodušenie písma a nie o zjednodušenie jazyka, nie je to teda žiadna čínska verzia Ogdenovej Basic English. Obdobne, nereformované písmo sa nazýva „nezjednodušené“ alebo „tradičné“, *fántǐzì* (fan-tchi-c') 繁体字, resp. „tradičná čínština“ *fántǐ zhōngwén* (fan-tchi čung-wen) 繁体中文. Tradičný smer písania bol vertikálny zhora nadol a sprava doľava, ale od r. 1955 sa v ČĽR píše horizontálne zľava doprava.

Prepisy čínštiny a prepisy do čínštiny

Prvé systematické prepisy čínštiny do latinky vytvárali európski misionári už na začiatku 17. storočia. V 19. storočí vznikla veľmi známa anglická Wade-Gilesova transkripcia. U nás sa od 50. rokov minulého storočia používal prepis, ktorý vypracoval O. Švarný. V roku 1958 bol v ČĽR schválený *Návrh hláskového písma čínskeho jazyka* (*Hànyǔ Pīnyīn Fāng'àn* / *Chan-jü pchin-jin fang-an* 汉语拼音方案, skrátene *Hànyǔ Pīnyīn* či jednoducho *pīnyīn*). V roku 1982 bol *pīnyīn* uznaný ako medzinárodný štandard pre prepis spisovnej čínštiny (*pǔtōnghuà*) v jazykoch používajúcich latinku (ISO 7098). Nižšie uvádzame porovnávacie tabuľky čínskej latinky *pīnyīn*, československej transkripcie (O. Švarný) a Medzinárodnej fonetickej abecedy IPA.

TABUĽKA Č. 3: INICIÁLY

Pīnyīn	*Švarný*	*IPA*
b	p	[p̥]
c	cch	[ts^{h}]
ch	čch	[tʃ^{h}]
d	t	[t̥]
f	f	[f]
g	k	[k̥]
h	ch	[x/χ/h]
j	ť	[t̥ʑ]
k	kch	[k^{h}]
l	l	[l]
m	m	[m]
n	n	[n]

Pīnyīn	*Švarný*	*IPA*
p	pch	[p^{h}]
q	čch	[tɕ^{h}]
r	ž	[ɻ/ʒ]
s	s	[s]
sh	š	[ʃ]
t	tch	[t^{h}]
w	w	[w/ʊ]
x	s	[ɕ]
y	j	[j], [ɥ]
z	c	[t̥z]
zh	č	[t̥ʒ]

TABUĽKA Č. 4: FINÁLY

Pīnyīn	*Švarný*	*IPA*
a	a	[a]
ai	aj	[æɪ̯]
an	an	[æn]
ang	ang	[ɑŋ]
ao	ao	[ɑʊ̯]
e	e	[ɤˆ]
ei	ej	[eɪ̯]
en	en	[ən]
eng	eng	[ʌŋ]
er	er	[ɚ]
i	i	[i]
i (pred z, c, s, zh, ch, sh, r)	’	[ɨ]
ia	ia	[ja]
ian	ien	[jɛn]

Pīnyīn	*Švarný*	*IPA*
iong	iung	[ɥuŋ]
iu	iou	[joʊ̯]
o	o	[wɔ]
ong	ung	[uŋ]
ou	ou	[oʊ̯]
u	u	[u]
u (pred j, q, x, y)	ü	[y]
ü	ü	[y]
ua	ua	[wa]
uai	uaj	[wæɪ̯]
uan	uan	[wæn]
uan (pred j, q, x, y)	üan	[ɥæn]
uang	uang	[wɑŋ]
ue (pred j, q, x, y)	üe	[ɥœ]

iang	iang	[jaŋ]
iao	iao	[jaʊ̯]
ie	ie	[jɛ]
in	in	[in]
ing	ing	[iŋ]

üe	üe	[ɥœ]
ui	uej	[weɪ̯]
un	un	[uˢn]
un (pred j, q, x, y)	ün	[yⁱn]
uo	uo	[wɔ]

TABUĽKA Č. 5: ORTAGRAFICKÉ NEPRAVIDELNOSTI

Pīnyīn	*Švarný*	*IPA*
yan	jen	[jɛn]
ye	jie	[jɛ]

Pīnyīn	*Švarný*	*IPA*
yi	i	[ji]
yong	jung	[ɥuŋ]

Pri prepise cudzích mien do čínštiny sa musia rozdeliť alebo zjednodušiť všetky spoluhláskové skupiny a slovo sa potom po slabikách prepíše do znakov, čo slabika to znak. Pri tom treba zohľadniť fonetické možnosti čínštiny a nezriedka aj významy znakov, ktoré sa použijú v prepise (vyhnúť sa nežiaducim významovým asociáciám). Veľa známych geografických názvov a osobných mien má už v čínštine svoju ustálenú podobu, u mnohých menej známych však stále dosť kolíše.

Bratislava	*Bùlādísīlāfā* (Pu-la-ti-s'-la-fa)	布拉迪斯拉发
Praha (Prague)	*Bùlāgé* (Pu-la-ke)	布拉格

Zvláštnym prípadom sú japonské mená, ktoré sa píšu znakmi prevzatými do japončiny z čínštiny. V európskych jazykoch sme zvyknutí na ich japonskú výslovnosť, zatiaľ čo v čínštine majú príslušné znaky často veľmi odlišné čítanie. Ako príklad uvádzame názov veľkého mesta, slávneho ostrova a známej japonskej firmy.

Japonský názov	***Znaky***	***Čínske výslovnosť***
Ósaka	大阪	*Dàbǎn* (Ta-pan)
Okinawa	冲绳	*Chōngshéng* (Čchung-šeng)
Matsushita (Panasonic)	松下	*Sōngxià* (Sung-sia)

O ČÍNSKEJ KULTÚRE

Mená, oslovenia, pozdravy

V Číne sa uvádza najprv priezvisko a potom rodné meno. Pri uvádzaní čínskych mien v európskych jazykoch sa tento menosled často zachováva, napr. Máo Zédōng (Mao Ce-tung) 毛泽东, Hú Jǐntāo (Chu Ťin-tchao) 胡锦涛. Niekedy sa však aj otočí, aby sa prispôsobil našim zvyklostiam. Pre laika je potom ťažko rozlíšiť čo je meno a čo priezvisko. Často (ale nie vždy) nám môže pomôcť znalosť štruktúry čínskeho mena.

Bežne používaných čínskych priezvisk, *xìng* (sing) 姓, je pomerne málo na rozdiel od mien, *míngzi* (ming-c') 名字, ktorých je prakticky takmer nekonečné množstvo. Čínske priezvisko môže byť maximálne dvojslabičné, ale úplná väčšina priezvisk je jednoslabičná, *dānxìng* (tan-sing) 单姓. Meno môže byť tiež jednoslabičné i dvojslabičné, pričom na rozdiel od dvojslabičných priezvisk sú dvojslabičné mená veľmi frekventované. Čínske priezvisko a meno teda môžu dovedna tvoriť minimálne dve a maximálne štyri slabiky, pričom bežnou kombináciou je jednoslabičné priezvisko a dvojslabičné prípadne jednoslabičné meno. Zvyšné typy sa vyskytujú zriedka. V prepise do latinky sa všetky slabiky patriace k rodnému menu píšu buď dovedna (*pīnyīn*) alebo so spojovníkom (Wade-Giles, Švarný) a rovnakým pravidlom sa riadia aj dvojslabičné priezviská. Priezvisko sa pritom vždy píše oddelene od rodného mena. V praxi môže problém nastať hlavne v prípade kombinácie jednoslabičného mena s priezviskom a taktiež v prípade nerešpektovania pravopisných pravidiel z čínskej strany, k čomu nezriedka dochádza. Ťažko povedať, koľko čínskych priezvisk existuje, faktom však ostáva, že je ich pomerne málo a stovku najčastejších priezvisk zdieľa prevažná väčšina Číňanov.

Najfrekventovanejšie priezviská sú: Wáng 王, Lǐ 李, Zhāng (Čang) 张, Liú (Liou) 刘, Chén (Čchen) 陈, Yáng (Jang) 杨, Huáng (Chuang) 黄, Zhào (Čao) 赵, Wú 吴, a Zhōu (Čou) 周.
Dvojslabičné priezviská, *fùxìng* (fu-sing) 复姓, sú oveľa menej početné: Ōuyáng (Ou-jang) 欧阳, Sīmǎ (S'-ma) 司马 a pod. V ČĽR ženy po svadbe nepreberajú priezvisko po manželovi, preto by ste na čínskych formulároch márne hľadali kolónku „rodné priezvisko."

Rodné mená sa v Číne nevyberajú, ale tvoria. Mená nie sú pevne dané, ako je tomu viac-menej u nás, v Číne neexistuje žiaden kalendár s menom na každý deň. Číňania preto ani neoslavujú meniny. Na rozdiel od európskych mien sú čínske mená významovo priezračnejšie, vždy je na prvý pohľad jasné, že niečo znamenajú.

Ako cudzinec sa s Číňanmi pravdepodobne vzájomne oslovujete ako „pán/pani XY" alebo rodnými menami a v tom prípade čínskeho partnera oslovujete jeho „európskym" (často anglickým) menom. Vyvarujte sa však hneď oslovovať čínskeho partnera iba jeho čínskym osobným menom! Takto sa oslovujú medzi sebou iba veľmi dobrí priatelia približne rovnakého veku, manželia, milenci a v rámci rodiny oslovujú menom starší členovia mladších.[11] Bežné oslovenie medzi Číňanmi, napr. medzi známymi alebo medzi kolegami na pracovisku je spojenie adjektíva *lǎo* 老, „starý", alebo *xiǎo* (siao) 小, „malý, mladý", a priezviska, napr. Lǎo Lǐ (Starý Li), Xiǎo Zhāng (Mladý Čang). Ako cudzinca vás však takto pravdepodobne nikto oslovovať nebude. Ďalšie frekventované oslovenie je funkcia plus priezvisko: predseda Hú (Chu), riaditeľ Wáng, učiteľ Lǐ a pod. Napriek tomu,

11 - Je nemysliteľné, aby mladší súrodenec oslovil staršieho brata alebo sestru menom! Oslovuje ho/ju vždy postavením v rodine (starší brat, staršia sestra), ale starší súrodenec oslovuje mladšieho menom.

že v Číne stále vládne strana oficiálne nazývaná komunistickou a ČĽR sa považuje za socialistickú krajinu, oslovenie súdruh, *tóngzhì* (tchung-č') 同志, sa používa iba medzi straníckymi kádrami. Pre zaujímavosť, mladá generácia označuje týmto výrazom pod taiwanským vplyvom, gayov a lesbičky (súdruhovia a súdružky).

Niektoré kľúčové koncepty

Guó (Kuo) 国, „štát", je v čínskom povedomí vždy hlavne Čína, nie je to len kus zeme alebo establishment, je to niečo, čo si Číňan nosí so sebou bez ohľadu na to, kde žije a aké má občianstvo. Jedine takto možno pochopiť prečo slovo „cudzinec", *wàiguórén* (waj-kuo-žen 外国人), znamená v čínštine prakticky „Nečíňan". Z tohto hľadiska Číňan nemôže byť nikdy cudzincom a všetci ostatní sú cudzincami i vo svojej domovskej krajine. Keď Číňan povie, že „sa vracia do *guó*", *huíguó* (chuej-kuo) 回国, myslí tým, že ide do Číny (mimochodom Číňania sa do Číny vždy „vracajú" nikdy tam „nechodia"), rovnako keď „vychádza z *guó*", *chūguó* (čchu-kuo) 出国, tak opúšťa územie Číny, „vnútri *guó*", *guónèi* (kuo-nej国内) znamená „v Číne" a „mimo *guó*", *guówài* (kuo-waj国外) znamená „v zahraničí, v cudzine" a pod. *Guó* sa v modernej čínštine pravda vyskytuje iba ako súčasť zložených slov a ustálených výrazov, bežný moderný výraz pre „štát" je *guójiā* (kuo-ťia国家), „štát-rodina".

Tým sa dostávame k ďalšiemu kultúrnemu konceptu, *jiā* (ťia) 家, čiže „rodina". To je veľmi elastický pojem, ktorý môže zahŕňať nielen najbližších príbuzných, ale aj všetkých členov rodu alebo klanu. Výraz *zìjiā rén* (c'-ťia žen) 自家人, „ľudia z našej rodiny" sa môže vzťahovať prakticky na kohokoľvek a pojem rodiny možno v konečnom dôsledku rozšíriť na všetkých ľudí – *tiānxià yījiā* (tchien-sia i-ťia) 天下一家, „celý svet je jedna rodina" (King 1991: 67). Mimochodom slovo *dàjiā* (ta-ťia) 大家, doslovne „veľká rodina" znamená proste „všetci, ostatní" a môže sa vyskytnúť v protiklade k *xiǎojiā* (siao-ťia) 小家, dosl. „malá rodina", ktoré označuje vlastnú rodinu alebo vlastnú malú záujmovú skupinu, napr.: „Starajú sa len o seba (*xiǎojiā*) a neberú ohľad na ostatných (*dàjiā*)."

Podľa známeho čínskeho filozofa Liáng Shùmínga (Liang Šu-ming 梁漱溟, 1893 – 1988) základom čínskej spoločnosti nie je ani jednotlivec ani kolektív, sú ním *guānxi* (kuan-si 关系), „vzťah(y), konexie". Koncepcia človeka ako „vzťahovej bytosti" (King 1991: 65) má svoje korene v konfuciánskom myslení. Už Mencius (približne 380 – 289 pred n. l.) sa zmieňuje o piatich vzťahoch: náklonnosť (qīn/čchin 亲) medzi otcom a dieťaťom; zmysel pre to, čo je správne (yì/i 义), medzi vládcom a poddaným; rozdielnosť (bié/pie 别) medzi manželmi, poradie (xù/sü 序) medzi starším a mladším a dôveryhodnosť (xìn/sin 信) medzi priateľmi.[12] V súčasnosti hrajú *guānxi* nesmierne dôležitú úlohu v spoločenskom i ekonomickom živote Číňanov. Tí si budujú svoje siete vzťahov, *guānxiwǎng* (kuan-si-wang) 关系网. Budovaniu nových a posilňovaniu existujúcich väzieb sa doslovne hovorí „ťahanie

12 - V klasickej čínštine sa „vzťahy" nazývali *lún* 伦, pätoro vzťahov sa teda označuje ako *wǔ lún* 五伦; *guānxi* je moderný výraz.

vzťahov", *lā guānxi* (la kuan-si) 拉关系. Pri tom hrá významnú úlohu vzájomné poskytovanie si láskavostí, *rénqíng* (žen-čching) 人情. *Rénqíng* znamená doslovne „ľudské city", niekedy sa prekladá aj ako „ľudské záväzky" („human obligations", Silin 1970: 43), ale asi najvýstižnejší preklad je „láskavosť" („favour") vo význame „poskytnúť niekomu láskavosť." Tieto láskavosti sú akýmsi sociálnym platidlom pri udržiavaní *guānxi*. Ak osoba A poskytne láskavosť osobe B, tá sa potom stáva „dlžníkom" osoby A a očakáva sa od nej splatenie svojho „dlhu".

Slovo „tvár" vo význame „úcta, dôvera, autorita" už zdomácnelo aj v európskych jazykoch, ale pôvodne tu ide o doslovný preklad čínskych výrazov *miànzi* (mien-c') 面子a *liǎn* (lien) 脸 (Ho 1976: 867), pričom došlo k splynutiu ich významov.[13] *Miànzi* znamená „reputáciu dosiahnutú prostredníctvom toho, že to niekto v živote ďaleko dotiahol, prostredníctvom úspechu a okázalosti", zatiaľ čo *lien* označuje „dôveru spoločnosti v integritu morálneho charakteru ega, strata ktorej mu znemožňuje riadne fungovať v rámci komunity (Hu 1944: 45)." Ak sa o niekom povie, že „nechce *liǎn*", *bù yào liǎn* (pu jao lien) 不要脸, znamená to, že nemá ani kúska hanby, že robí niečo, čo sa považuje za mimoriadne odsúdeniahodné a nemorálne. *Liǎn* i *miànzi* sú kolektívnou záležitosťou, nie iba individuálnou vecou jednotlivca. Ten môže svojím konaním posilniť alebo ohroziť nielen svoju tvár, ale tvár celej rodiny, firmy, komunity atď. Pritom človeku nemusí hroziť iba nebezpečenstvo „straty tváre", *diū miànzi* (tiou mien-c') 丢面子privodené vlastným konaním, ale aj konaním iných, napr. ak niekto prejaví nedostatok úcty voči nemu samému, no taktiež voči jeho príbuzným, známym či podriadeným. Zatiaľ čo *liǎn* súvisí hlavne s morálkou a je viac menej v rovnakej miere vlastná každej ľudskej bytosti, miera *miànzi* súvisí so sociálnym postavením. Čím vyšší spoločenský status niekto má, tým zraniteľnejšia je jeho *miànzi*. Preto i v zložitej situácii je treba významnému čínskemu partnerovi „ponechať tvár", *liú miànzi* (liou mien-c' 留面子), čiže umožniť mu, aby si pred inými zachoval *miànzi* To samozrejme neznamená, že sa musíme kvôli tomu vzdať svojich oprávnených záujmov. Treba si však nájsť na ich presadenie vhodnú zámienku, ktorou sa nedotkneme tváre čínskeho partnera.

BIBLIOGRAFIA

Hànyǔ Dàzìdiǎn Biānjī Wěiyuánhuì 汉语大字典编辑委员会. 1986 – 1990. *Hànyǔ Dà Zìdiǎn* 漢語大字典 [Veľký slovník znakov čínskeho jazyka]. Wǔhàn: Húběi Císhū Chūbǎnshè; Chéngdū: Sìchuān Císhū Chūbǎnshè. 8 zväzkov

Ho, David Yau-fai: *On the Concept of Face*. In: The American Journal of Sociology, 1976, zv. 81, č. 4, s. 867 – 884

Hu, Hsien Chin: *The Chinese Concepts of "Face"*. In: American Anthropologist, 1944, zv. 46, č. 1, s. 45 – 64

13 - V niektorých juhočínskych dialektoch, napr. v kantončine, sa používa iba výraz *miàn(zi)* (kant. *mihn*), ktorý v sebe inkorporuje významy oboch spomínaných výrazov (King – Myers 1977: 5).

KING, Ambrose Yeo-chi : *Kuan-hsi and Network Building: A Sociological Interpretation*. In: Daedalus, 1991, zv. 120, č. 2, s. 63-84

KING, Ambrose Yeo-chi – MYERS, John T.: *Shame as an Incomplete Conception of Chinese Culture: Study of Face*. The Chinese University of Hong Kong, Social Research Centre, 1977

LIÁNG, Shùmíng 梁漱溟: *Zhōngguó Wénhuà Yàoyì* 中国文化要义 [Základy čínskej kultúry]. Shànghǎi : Shìjì Chūbǎn Jítuán, 2005

MAIR, Victor H: *What Is a Chinese "Dialect/Topolect"? Reflections on Some Key Sino-English Linguistic Terms*. In: Sino-Platonic Papers, 1991, č. 29

MATISOFF, James A: *Handbook of Proto-Tibeto-Burman: System and Philosophy of Sino-Tibetan Reconstruction*. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press, 2003

NORMAN, Jerry: *Chinese*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988

SILIN, Robert H: *Leadership and Values: The Organization of Large-Scale Taiwanese Enterprises*. Cambridge (Mass.); London: Harvard University Press, 1976

SPEŠNEV, N. A.: *Fonetika kitajskogo jazyka*. Leningrad: Izdateľstvo Leningradskogo universiteta, 1980

The World Factbook 2009. Washington, DC: Central Intelligence Agency, 2009. Dostupné na: https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html

WURM, Stephen Adolphe – LÍ, Róng 李荣 et al.: *Zhōngguó Yǔyán Dìtújí* 中国语言地图集 / *Language Atlas of China* [Jazykový atlas Číny]. Hong Kong: Longman, 1987

*Xīnhuá Zìdiǎn*新华字典 [Slovník znakov Nová Čína]. 2004. 10. vyd. Běijīng: Shāngwù Yìnshūguǎn

Názov: Perspektívy podnikania v Číne – Pomoc slovenským podnikateľom pri vstupe na čínsky trh

Vydala: Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania

Náklad: 70 kusov

Počet strán: 44

Vydavateľstvo: QPQ, s.r.o.

Rok vydania: 2010

ISBN 978-80-88957-56-0

ISBN 978-80-88957-56-0