



**Specifika čínské klientely
v hotelech a restauracích
v České republice**

好
调
查
表
能
使
宾
客
喜
好
调
查
表
使
您
的
客
喜
查
能
喜
好
调

**Specifika čínské klientely
v hotelech a restauracích
v České republice**



ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



THE CZECH ASSOCIATION[®]
OF HOTELS
AND RESTAURANTS



SOCR ČR
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

Předmluva

Vážené kolegyně, vážení kolegové,

v posledních letech jsme svědky dynamického technologického rozvoje, který významně ovlivňuje distribuci našich služeb. Zásadní podmínkou úspěchu však stále zůstává osobní vstřícnost personálu vůči hostům a naplnění potřeb a očekávání hostů. Mezi potenciálně stále významnější zdrojové destinace cestovního ruchu se řadí Čínská lidová republika. Asociace hotelů a restaurací České republiky je si vědoma významu tohoto trendu a chtěla by touto publikací podpořit právě úspěch našich hoteliérů v naplňování očekávání čínských turistů. K tomu, abychom lépe pochopili některé potřeby čínských hostů, je třeba se seznámit s jejich zvyky a kulturou a následně se jim snažit přizpůsobit nabízenou službu. Jsme přesvědčeni, že je to nejlepší cesta k trvalému obchodnímu partnerství a oboustranné spokojenosti.

Proto jsme se rozhodli, ve spolupráci s Vysokou školou hotelovou v Praze, vytvořit tuto publikaci, kterou věnujeme všem našim členům, jako inspiraci a vzdělávací materiál pro rozšíření povědomí o potřebách čínských turistů. Věříme, že tento krok přispěje k podpoře zvyšování kvality hotelových služeb a nárůstu čínské klientely.

Ing. Václav Stárek
prezident Asociace hotelů a restaurací České republiky

Vážení čtenáři,

v posledních letech se významně prohlubují vzájemné vztahy mezi Českou republikou a Čínskou lidovou republikou. Tato skutečnost se promítá i do rozvoje cestovního ruchu včetně oborů gastronomie, hotelnictví a lázeňství. Počty čínských turistů u nás dynamicky rostou a ročně navštíví naši zemi více než čtvrt milionu čínských turistů, kteří využívají služeb ubytovacích a stravovacích zařízení především na území hlavního města Prahy a lázeňských zařízení v místech s lázeňským statutem.

Jsme poctěni, že na základě diskuse v rámci Kolegia pro cestovní ruch ministryně pro místní rozvoj se podařilo ve spolupráci akademické sféry a profesní asociace připravit praktickou příručku pro provozovatele hotelů a restaurací. Jejím cílem je upozornit na specifika čínského hosta v českých hotelech a restauracích a přispět ke zvyšování kvality poskytovaných služeb.

Tato publikace byla vydána u příležitosti státní návštěvy prezidenta Čínské lidové republiky Si Ťin-pchinga v České republice v březnu roku 2016.

Ing. Petr Studnička, PhD.

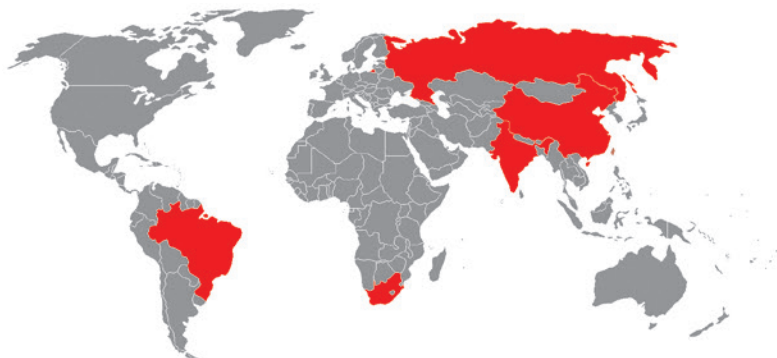
vedoucí katedry hotelnictví Vysoké školy hotelové v Praze

Mgr. Monika Klímová

tajemnice katedry cestovního ruchu Vysoké školy hotelové v Praze

Čína jako významný zdrojový trh cestovního ruchu pro Českou republiku

Před patnácti lety byl poprvé bankou Goldman Sachs použit akronym BRIC pro rychle se ekonomicky rozvíjející země Brazílii, Rusko, Indii a Čínu. Od roku 2010 byla zkratka rozšířena na BRICS (*Brasil, Russia, India, China, South Africa*), protože se ke čtyřem jmenovaným zemím přidala ještě Jihoafrická republika. Celkový hrubý domácí produkt zemí BRICS dosahuje 34,4 bilionů amerických dolarů a v těchto zemích žije téměř 40 % obyvatel Země. Mezi pěti zeměmi dominuje v ukazatelích rozloha, počet obyvatel, výše hrubého domácího produktu a tempo jeho růstu jednoznačně Čínská lidová republika.



Pro příjezdový cestovní ruch České republiky jsou země BRICS perspektivními trhy, ale je třeba k jednotlivým zemím přistupovat diferencovaně. Primární pozornost je nutné věnovat Číně jako největší zdrojové zemi světového cestovního ruchu, která má v České republice významný rozvojový potenciál se zaměřením na zdravotní cestovní ruch včetně lázeňského, u kterého je nezbytné věnovat zvláštní pozornost vybraným tržním segmentům, jako jsou děti a mládež.

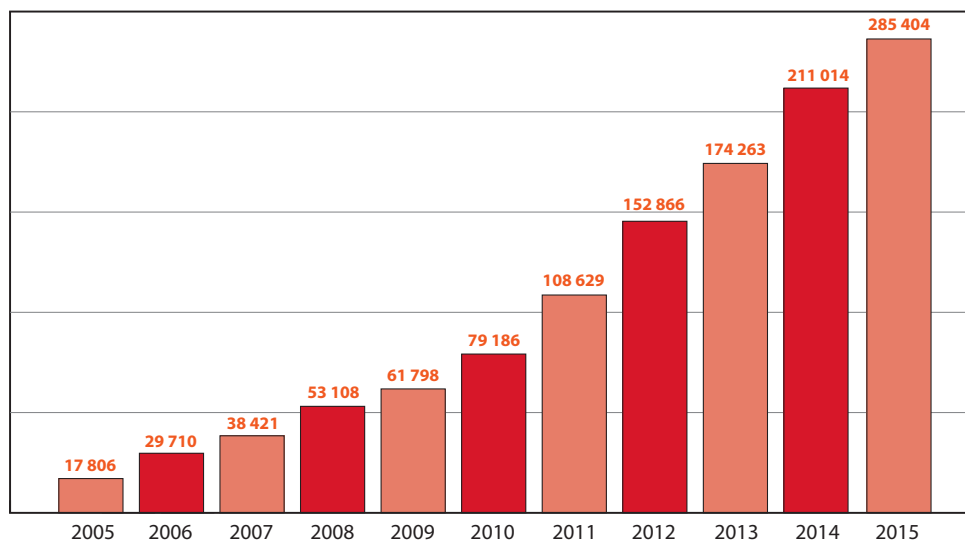
Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) ve svém strategickém dokumentu UNWTO Vision 2020 předpokládala nejrychlejší růst tržního podílu asijsko-pacifického regionu. V aktualizovaném dokumentu UNWTO Vision 2030 jsou předpovídaný rostoucí výkony světového cestovního ruchu, který bude meziročně růst průměrně o 3–4 %. Historická hranice 1 miliardy mezinárodních příjezdů v cestovním ruchu byla poprvé překonána v roce

2012. Do roku 2030 se očekává, že bude překročen počet 1,8 miliardy mezinárodních příjezdů turistů ročně. Významné nárůsty počtu příjezdů lze očekávat především v rozvíjejících se zemích.

I nadále zůstane asijsko-pacifický makroregion cestovního ruchu druhým nejnavštěvovanějším po Evropě. V průběhu padesáti let se podíl Asie na celosvětových výkonech cestovního ruchu téměř zčtyřnásobí. Zatímco v roce 1980 se podílel na výkonech 8 %, v roce 2030 se očekává 30% podíl, a to především na úkor Evropy, která z podílu 63 % v roce 1980 klesne v průběhu půl století na 41 % výkonů cestovního ruchu v celosvětovém měřítku. Světovou destinací cestovního ruchu se postupně stane jak v příjezdovém, tak ve výjezdovém cestovním ruchu Čínská lidová republika.

V roce 2013 byl v Číně vydán zákon o cestovním ruchu, který se zabývá ochranou práv a zájmů turistů a subjektů zainteresovaných v cestovním ruchu. V roce 2014 vycestovalo z Číny 100 milionů turistů a o šest let později by mohlo vycestovat až 200 milionů Číňanů ročně. Významně se promění i podíl turistů, kteří vyjíždějí do zahraničí organizovaně a individuálně ve prospěch turistů vyjíždějících bez zprostředkovatele. Evropu navštěvují nejčastěji čínští turisté ve věku 30–60 let, kteří jsou z 93 % vysokoškolsky vzdělaní. Nejčastěji se jedná o tzv. prvocestovatele (*first-timetravellers*), pro které je důležitý vstup do Schengenského prostoru. Mezi nejoblíbenější destinace cestovního ruchu patří Francie, Itálie, Německo a Spojené království. Česká republika je pro čínské turisty zpravidla zemí druhé volby. Jedná se o cílovou destinaci pro ty turisty, kteří již v Evropě v minulosti byli. Výdaje na zahraniční cestu Číňana se pohybují mezi 1 500 a 5 000 eury, z toho 17 % připadá na leteckou dopravu, 34 % na nákupy, 18 % na ubytování, 9 % na zábavu a 3 % na služby cestovní kanceláře.

Čínská vláda reguluje výjezdový cestovní ruch ze tří pohledů. Jedná se o kontrolu destinací, kdy lze cestovat pouze do země se statutem schválené destinace (*ADS = approved destination status*). Česká republika mezi tyto země patří. Dále je realizována kontrola finančního ujednání, tedy kdo cestu a výlohy s ní spojené zaplatí. Rovněž probíhá kontrola odchozího čínského průmyslu a jeho podpory. Důvody pro zavedení ADS nejsou jen emigrační, ale i ekonomické. Významným impulsem pro rozvoj cestovního ruchu mezi Čínou a Českou republikou je existence pravidelné přímé letecké linky a možnost rozšíření o další přímou linku. Další perspektiva spočívá v rostoucím zájmu o péči o zdraví různých zákaznických segmentů, zejména ve vztahu k rozvoji lázeňství. Počet čínských turistů v České republice roste dynamicky. Zatímco v roce 2008 přijelo do České republiky 53 000 turistů z Číny, v roce 2015 se jednalo již o pětinašobek.



Příjezdy čínských turistů do České republiky v letech 2005 – 2015

Zdroj: Český statistický úřad, 2016.

V průběhu roku 2015 přijelo do hromadných ubytovacích zařízení v České republice celkem 8,7 milionu zahraničních turistů, což je ve srovnání s předchozím rokem nárůst o 7,3 %. Za intenzivním růstem stojí jak vysoká poptávka na evropských trzích, tak dynamický vývoj na některých vzdálených trzích, především se jedná o Čínu a Jižní Koreu. Čínských turistů se ubytovalo o 35,3 % více (celkem 285 404 hostů) a podobně na tom byli i hosté z Jižní Koreje, kteří zaznamenali meziroční zvýšení počtu cest o 31,8 %. Především čínští turisté v České republice výrazně utráceli. Společnost Global Blue Czech Republic eviduje za rok 2015 u Číňanů nárůst tržeb za tax free nákupy o 98,5 %.

Nárůsty počtu čínských a jihokorejských turistů jsou způsobeny především existencí přímých leteckých spojení. Od 23. září 2015 zabezpečuje přímé spojení mezi Prahou a Pekingem letecká společnost Hainan Airlines. Let z Prahy do Pekingu trvá 10 hodin, v opačném směru o hodinu déle. Očekává se, že linku využije až 60 000 cestujících ročně v obou směrech. Ministryně pro místní rozvoj Karla Šlechtová i generální ředitelka České centrály cestovního ruchu – CzechTourism považují Čínu za jeden ze strategických zdrojových trhů pro příjezdový cestovní ruch České republiky. Přímé letecké spojení by mělo přispět k prodloužení průměrné délky pobytu čínského turistů z 2,6 na 3 dny a celkový ekonomický přínos lze odhadnout ve výši až 350 milionů korun ročně.

Čínská kultura a její odraz v obchodním jednání

Pro zachycení čínských národních zvyků, zejména při cestování, je třeba si uvědomit, že čínská kultura je jedna z nejstarších kultur na světě, a proto má dané pevné zásady, tradice a hranice, které se dodržují dodnes. Chce-li navázat dobré vztahy mezi čínskou klientelou a českou hostitelskou stranou, je nezbytné se alespoň elementárně s historií kultury, jejím vývojem a zejména i politickou situací, která v Čínské lidové republice je. Současná Čína se velmi rychle rozvíjí, mění a přibližuje západní kultuře, především v materialistickém přístupu k obchodu, ale i v sektoru cestovního ruchu a v oborech hotelnictví a gastronomie.

Čínská kultura je jedinou starověkou kulturou, která se dochovala do současnosti, přestože se historicky vyvíjela v různých formách státního zřízení, přes císařství po současné totalitní vedení Čínské lidové republiky, opírající se o komunistickou ideologii. Přes svou velikost a styky s ostatními zeměmi se vyvíjela odlišně od ostatních kultur. Podstatu čínské kultury tvoří střetávající se a vzájemně se ovlivňující náboženství, mezi která patří konfuciánství, taoismus, buddhismus, islám a křesťanství. Velkým paradoxem je skutečnost, že vliv náboženství současné vedení lidové republiky popírá a oficiálně se republika označuje jako ateistická země. Statistiky obecně uvádějí přes sto milionů vyznavačů výše uvedených náboženství.

V každodenním životě se Číňané řídí především konfuciánskými pravidly, pro rituální očistu upřednostňují taoismus a při pohřebních obřadech vyzývají buddhismus.

Čínská kultura se vytvářela prakticky déle než pět tisíc let. Základní náboženské pilíře, o něž se tato kultura opírá, jsou tři: konfuciánství, taoismus a buddhismus.

- **Konfuciánství** a jeho morální principy prakticky položily etický základ hodnotového paradigmatu čínské kultury. Vychází z učení mudrce Konfucia, jenž před dvěma tisíci lety založil vlastní školu. Jeho cílem bylo vštípení základních morálních hodnot žákům. Základní hodnoty jsou podle tohoto učení dobrota, spravedlnost,

slušnost, moudrost a věrnost. Část čínské kultury, ovlivněna konfucianstvím, se zaměřuje na běžný život. Zdůrazňuje rodinné hodnoty a úctu ke starším. Tyto principy prostupují celou společnost, staly se součástí hodnotového paradigmatu čínské kultury, prolínají se do chodu společnosti, obchodních jednání (přednost má vždy rodina, příbuzný, člověk doporučený někým z rodiny atd.). Ve středu zájmu konfucianství stojí, zjednodušeně řečeno, vztah člověka k člověku. Konfucianství rozlišuje pět základních vztahů mezi lidmi: vztah oddanosti syna vůči otci, vztah poslušnosti mezi poddaným a vládařem (v moderní době je tento vztah transformován do podoby nadřízeného a podřízeného), vztah podřízenosti mezi ženou a jejím mužem, vztah úcty mladšího vůči staršímu, vztah důvěry mezi přáteli. Všechny vztahy vyjma pátého jsou vztahy nerovnocenné, což se prolíná do každodenního života Číňanů. Každý člověk zná své místo ve společenském žebříčku a podle toho se chová a vystupuje. Zajímavé je ovšem, že konfucianství neupírá lidem právo na obranu, pokud cítí poškození své cti, svého společenského postavení, své lidskosti. Základním stavebním kamenem společnosti je rodina, v níž má hlavní postavení otec a posléze syn. Dodnes platí, že rodina včetně rodičů je závislá na synovi, který se o stárnoucí rodiče stará. Dcera zdaleka nedosahuje takového významu jako syn. Smyslem konfucianství v čínské kultuře je harmonizovat zájem jedince, společnosti a státu.

- **Taoismus** se na rozdíl od konfucianství zaměřuje i na vztah člověka k přírodě. Základem této filozofie je cesta k ctnosti, tao. Taoismus odklání lidskou pozornost od „světského světa“. Čínskou kulturu obohatil tento směr především v oblasti čínské tradiční medicíny, čchi-kung, feng-šuej a věštění. Taoismus nepředpokládá stálost věcí, vše se mění, přechází v protiklad, zaniká. Člověk by se neměl vměšovat do přirozeného stavu věcí, má se zbavovat všeho zbytečného, unikat konfliktům. Taoismus nachází uplatnění i v dnešní totalitní době Čínské lidové republiky, pomáhá vyrovnat se s údělem a povznést se nad každodenní utrpení a dřinu, zdůrazňuje pravdivost.
- **Buddhismus** jako součást čínské kultury hraje výraznou roli především jako filozofický směr. Jeho pojetí nebeského království a pekla, kosmické odměny za dobro a odplaty za zlo, pomohl dotvořit elementární rámec hodnotového paradigmatu této kultury. Víra v osudovou předurčenost, která člověka vede po cestě utrpení, odříkání si, aby na cestě postupných reinkarnací dosáhl cíle své životní pouti – nirvany. Do Číny se buddhismus rozšířil pravděpodobně mezi 5. a 9. stol. Buddhismus v Číně pronikl a rozšířil se především mezi nejchudšími vrstvami obyvatel. Rychle se adaptoval na domácí podmínky a prostředí, přizpůsobil se domácím obřadům, uznal kult předků.

Tradiční čínská kultura, opírající se o zmíněné tři pilíře, si váží života. Jednoty nebe, lidí a harmonického soužití lidí s přírodou. Tradiční pojetí čínské kultury je však v rozporu se současným socialistickým zřízením státu, opírajícím se o komunistickou ideologii. Tradiční hodnoty dodnes zůstaly významnou částí hodnotového paradigmatu. Jako v ostatních kulturách, i v té čínské, se hodnotové paradigma mění, spoluutváří společně s vývojem společnos-

ti. Přestože od roku 1949, kdy se komunistická strana dostala k moci a snaha o potření tisíciletých hodnot vycházejících ze zmíněných náboženství a filozofických směrů byla výrazná, tyto hodnoty přetrvávají dodnes. Výrazně ovlivňují i podnikatelské prostředí, podílejí se na utváření čínského podnikatelského ducha, obchodního jednání, poskytování služeb.

Čínská kultura má svá specifika a její hodnotový systém vychází z následujících principů:

- Pevná a soudržná rodina
- Důraz na vzdělání
- Koncept věrnosti a soudržnosti
- Disciplinovanost
- Smysl pro týmovou práci
- Úcta ke starším
- Úcta k hierarchickému uspořádání společnosti, s čímž souvisí autoritářský přístup ke společensky podřízeným
- Vnitřní harmonie
- Vztahový systém Guanxi založený na důvěře
- Tvář neboli Mianzi

Mezi základní hodnoty a zvyklosti čínské kultury ovlivňující obchodní jednání, poskytování služeb a tvorbu produktů v cestovním ruchu, formování a řízení pracovních týmů patří:

- Udržování tradic a oslavy svátků. Největším tradičním čínským svátkem jsou **Svátky jara**. Ty jsou příležitostí pro shromáždění rodiny při poslední večeři dvanáctiměsíčního lunárního roku a pro vzájemné návštěvy příbuzných a přátel v následujících dnech¹. Jsou někdy označovány jako lunární čínský nový rok. Jeho oslavy tradičně začínají prvním dnem lunárního měsíce čínského kalendáře a končí 15. dnem, známým jako Svátek lampiónů. Datum čínského nového roku je pohyblivé a kolísá mezi 21. lednem a 20. únorem. Pro české hotely je důležité vědět, že doba těchto svátků je dobou volna. Doba, kdy se v posledních letech stalo velkou módou vyjždět do zahraničí a cestovat. Jednou z cílových destinací je právě Česká republika. Oslavy svátků jara znamenají gastronomické hody – je zvykem oslavy trávit v okruhu svých blízkých u bohaté slavnostní tabule, na níž je předloženo nejméně 10 slavnostních chodů.

¹ Ve dnech předcházejících Novému roku lidé uklízejí své domovy, aby odehnali smůlu a přilákali štěstí. V předvečer Nového roku se tradičně slaví výborným jídlem v domě nejstaršího člena rodiny. Lidé obvykle v tento den nejedí maso a věří, že jim to přinese dlouhý a šťastný život.

- Udržování principů **guanxi**. Výraz v překladu znamená totéž co vztahy či konexe. Guanxi definuje vztahy a pravidla, která je třeba při jejich navazování a pěstování dodržovat. Guanxi jsou součástí veškerých sociálních vztahů. V oblasti podnikání tento výraz znamená spíše síť vztahů mezi jakýmkoliv stranami, které spolupracují a navzájem se podporují. Tyto konexe, vlivné známosti, se objevují prakticky ve všech kulturách, ale málokde jsou považovány za hlavní rys kultury. Číňané je pozdvihli na součást systému, chodu společnosti. Přednost mají příbuzní, dále pak členové klubů. Tam se Číňané vždy obracejí s žádostí o pomoc, nové obchodní partnery apod. Guanxi jsou založeny na vzájemné důvěře, jedná se prakticky o poskytování protisluzeb. Je důležité udržovat v systému protisluzeb určitou rovnováhu. Nikdy by nemělo dojít k nerovnému či nadbytečnému poskytování protisluzeb. Potom tyto vazby končí a nelze očekávat jejich obnovení. Stejně tak, pokud se služba či činnost oplátí stejnou měrou, princip protisluzeb je u konce. To ovšem neznamená, že jej nelze obnovit. Čas v tomto případě nehraje roli.

Princip guanxi vychází z konfucianství. Principu předurčenosti a danosti sociálních rolí, společenského postavení. Guanxi rozlišuje dvě oblasti – oblast krve (rodina, příbuzní) a oblast společenských kontaktů.

Pro obchodní vztahy, ať již domácí nebo zahraniční, je nesmírně důležité vybudování tzv. Guanxiwang, sítě fungujících konexí. Doporučuje se budování výhradně vlastních kontaktů, jediné tak mohou mít efekt.

- Tradiční hodnotou je harmonie. Z ní vychází i princip konceptu tváře, tzv. **Mianzi**. „Tvář“ je symbolem cti, toho, jak osoba působí navenek, jak je vnímána z hlediska sociální integrace. Tvář je neoddelitelnou součástí čínského hodnotového paradigmatu, je součástí veškerého jednání. Společně s mocí a penězi je určujícím prvkem podnikatelského prostředí. V rozšířeném pojetí koncept tváře platí nejen u fyzických osob, ale i u podniků, organizací. V rámci zachování si tváře je možné i lhát. Tato situace může příslušníkům západní kultury poměrně značně komplikovat orientaci v uzavírání dohod. Spoléhání se na ústní dohodu není vhodné. Za ztrátu tváře může být považováno i zrušení příkazu, který byl v minulosti vydán. Ztráta tváře je největší újmou, která může člověka potkat. Ztratí úctu všech, kteří o této pohaně vědí. Z hlediska sociální integrace je ztráta tváře tím nejhorším, málokdy napravitelným. Degradace všeho, co dotyčný kdy znamenal, a proto není divu, že mnoho lidí, kteří ztratili tvář, jako východisko raději zvolí sebevraždu.

Tvář lze i získat, darovat. Zlepšit pověst pracovníka a jeho prestiž je možné například pochvalou dotyčného pracovníka před jeho nadřízeným. Obzvláště ceněná je taková pochvala od cizince, zahraničního kolegy.

- Při obchodním jednání se nespěchá. Představa, že se půjde přímo k věci a jednání bude přímé, je zcela mylná.
- Číňané nikdy neřeknou to, co si opravdu myslí. Navíc při jednání udělají spíše to, co je v dané situaci vhodné anebo jim přinese větší výhodu.
- V čínské kultuře je kladen velký důraz na konsenzus. O věcech se jedná tak dlouho, dokud se nedosáhne dohody.
- Obchodní večeře či obědy jsou časté, paradoxně během nich není vhodným tématem rozhovoru obchod. V 21. století se vžila určitá pravidla související s průběhem podobných akcí. Oběd začíná kolem 13. hodiny.

Pracovní obědy bývají méně časté než obchodní večere a bankety. Ty zpravidla začínají kolem 18. hodiny. Probíhají v uzavřených saloncích lepších restaurací a bývají vybaveny kulatými otočnými stoly. Vzhledem k pověřivosti Číňanů by měla být obsazena všechna místa u stolů, proto není výjimkou, že ke stolu jsou přizváni i řidiči. Zpravidla kolem jednoho stolu sedí osm až dvanáct lidí. K jídlu se vždy podává alkohol a není zdvořilé jej odmítat. Naopak se od hostů očekává pronesení několika přípitků, podobně jako v ruské kultuře. Ženy by ovšem alkohol neměly pít vůbec. U jídla se velmi často kouří. Zasedací pořádek je z devadesáti procent pevně stanoven a určen jmenovkami, které bývají psány mateřským jazykem obchodního partnera. Dobrým zvykem je ochutnat od každého pokrmu, přičemž předkládaných chodů bývá zpravidla dvanáct. Naopak sníst vše, co bylo na talíři, je vrcholně nevhodné. Reciproční pozvání je v podstatě zvykem, navíc tím potvrzujeme partnerovi, že si jeho pohostinnost dostatečně uvědomujeme a vážíme si jí.

- Velký důraz při jednání je v čínské kultuře kladen na neverbální komunikaci. Číňané nikdy verbálně nesdělí nesouhlas či přímé stanovisko. Vše vyjadřují v náznacích. Od malička se učí nedávat najevo své pocity a mínění pomocí výrazu. Při jednáních je potřeba vnímat jemné náznaky a signály. To, co je nevyřčeno, je mnohdy důležitější než to, co řečeno bylo.
- Dary a dárky jsou očekávány. V čínské kultuře se prostřednictvím dárek vyjadřuje úcta i vděčnost. Dárky v této kultuře mohou sloužit jako připomenutí určité situace, uzavření obchodního partnerství. Je zvykem darovat velký dar celému pracovnímu týmu, se kterým se jedná a podle počtu zúčastněných věnovat menší dárky. V Číně je zvykem, že si zaměstnanci mohou ponechat pouze dárky menší nominální hodnoty, tj. méně než 25 dolarů. Volba dražšího daru totiž může v budoucnu znamenat ztrátu tváře. Tím, že se partnerům věnuje dar určité hodnoty, je v podstatě zavazuje. Pokud by v budoucnu nebyli schopni stejnou měrou tento závazek oplatit, mohou ztratit tvář. Navíc příliš drahé dárky mohou vyvolat obvinění z korupce. Taková šance, zvláště v případě obdarování vysokého vládního úředníka či jiné vlivné osoby, je vysoká. Dary a dárky by měly být profesionálně zabaleny a předávány v papírových taškách s logem organizace na konci jednání nebo banketu. Předávají se, nebo alespoň nejvzácnější z nich, vždy nejvýše postavenému. Potvrzujeme tím, že jsme si vědomi hierarchie organizace, kterou Číňané striktně dodržují. Tím jim vzdáváme patřičnou úctu. Můžeme se setkat i s odmítnutím daru, zejména u méně formálních akcí. V praxi toto odmítnutí ovšem neznamená, že dar nehodlají ve skutečnosti přijmout. Jedná se pouze o zdvořilostní akt, který se může opakovat až třikrát. Dárky se zpravidla nerozbalují na veřejnosti. Rozbalit dárek na veřejnosti by znamenalo zaměřit svou pozornost na darovanou věc a zanedbat tím myšlenku. Taková situace je nepřipustná.

- V čínské kultuře je velký význam přikládán významu čísel a barev². Magie čísel má pro Číňany obrovský význam. Pro elementární orientaci poslouží informace, že číslo osm je nejšťastnějším číslem na stupnici od jedné do devíti, číslo čtyři je jeho protipólem. Čtyřka se navíc vyslovuje stejně jako smrt, proto je zdrojem obav a nejistoty. Podobná symbolika se skrývá i v barvách a jejich odstínech, opět zjednodušeně řečeno – bílá a černá jsou považovány v čínské kultuře za barvy smuteční. Opakem je červená, symbolizující radost, sílu a štěstí. Proto se do této barvy oblékají nevěsty. Balí dárky. Dalšími základními barvami symbolizujícími pět základních prvků (dřevo, oheň, kov, vodu a zemi) jsou zelenomodrá a žlutá. Nejvhodnější barva papíru, do kterého balíme dárky pro obchodní partnery, je jednoznačně červený a červenozelený papír.
- Uzavření smlouvy se řídí několika odlišnostmi, na které příslušník západní či jiné kultury nemusí být zvyklý. První z těchto odlišností je nepřikládání důležitosti podpisu smlouvy. Číňané ho totiž považují za uzavření jedné etapy jednání o kontraktu. Je totiž zcela běžné, že v rámci obchodního partnerství se změní situace, průběh zakázky apod., proto je z hlediska čínských zvyklostí zcela běžné, změní-li se bez ohledu na smluvní podmínky, i dohoda. Proto je běžné nedodržení smluvních podmínek ze strany čínských obchodníků. Je proto nezbytné zakotvit ve smlouvě jasné pasáže o sankcích při nedodržení smlouvy. Je velmi důležité si uvědomit, že čínské právo se velmi liší v mnoha základních bodech od práva praktikovaného v naší kultuře. Proto by měla smlouva s čínským partnerem obsahovat kromě jiného i určení práva státu, kterými se případné spory mají řídit³.
- Formální oblečení při jednáních v současnosti již není tak striktně dodržováno jako dříve. Přesto se na jednání doporučuje oblek západního typu tmavší barvy, pro ženy buď kostým kalhotový, nebo kostým s delší sukní, halenka zapnutá ke krku a polobotky, i když podpatky jsou tolerovány. Obliba uniformity v Číně přetrvává, ten kdo příliš vyčnívá svým oděvem, budí nedůvěru a může se stát spíše terčem posměchu a pohrdání. Kolektivní myšlení socialistického režimu se naplno projevilo právě ve způsobu oblékání. Přesto platí, že způsob oblékání neříká o dotyčné osobě nic důležitého – nevyjadřuje ani jeho osobnost, ani náladu, dokonce ani společenské postavení.
- Velký význam hrají i vizitky a způsob jejich předání. Vizitky by měly být vždy v čínsko-anglické jazykové mutaci. Na vizitkách by měly být uvedeny pouze podnikové funkce, akademické tituly jsou nadbytečné. Tituly se neužívají ani při oslovování. Vizitky by se měly předávat oběma rukama a předání vizitky by měla provázet

² Ten je ovlivněn konceptem Jin-Jang. V minulosti byla lichá čísla symbolem Jang, tedy spojením s nebesy, s mužským principem, sudá Jin, představovala zemi a ženský princip.

³ K posílení vymahatelnosti smluvních ujednání slouží dokument nazvaný Memorandum of Understanding, volně přeloženo jako Zápis o porozumění. Tímto dokumentem si obchodníci vymezují pravidla budoucí spolupráce již na začátku obchodní spolupráce. (Rukověť exportéra při obchodování s Čínou, Česká agentura na podporu obchodu – CzechTrade)

lehká úklona. Za zcela nevhodné je považováno okamžité uložení vizitky do vizitkáře, do kapsy apod. Vizitku bychom měli položit před sebe na stůl a ponechat ji na něm po celou dobu jednání. Chceme-li vyjádřit partnerovi dostatečnou úctu, měli bychom vizitku několik vteřin, než ji odložíme před sebe, prohlédnout a pročíst. Předání vizitky má v čínské kultuře hluboký význam. Je určitým ověřením si partnerova postavení v podniku, jeho rozhodovacích pravomocí. Podpořením vážného dojmu o obchodním partnerovi může být i zvolená barva vizitky. Zlatá barva je v tomto případě nejvhodnější, neboť je považována za barvu bohatství, prestiže a prosperity.

Dnes žijeme v digitalizované době, kdy není snad jediného turisty, který by si před svou cestou do zahraničí neotevřel internet a neudělal základní průzkum o destinaci cestovního ruchu, do které míří. Vzhledem k aktuální vysoké míře života na sociálních sítích je zřejmé, že poskytovatelé služeb v České republice, kteří budou chtít intenzivně cílit na čínskou klientelu, budou muset aktivně proniknout na čínské servery. V západních zemích se běžně používají sociální sítě jako je Facebook, Twitter a Instagram, avšak z důvodu stále trvající restriktivní čínské politiky jsou tyto sítě v Číně nedostupné a používají se zde místní alternativy jako je Weibo, RenRen a 500px. Umístění na těchto sítích není možné podceňovat a je nutné provázat profily s webovými stránkami subjektu. Z toho důvodu je třeba zaměřit se i na optimalizaci webových stránek pro čínský trh, čínská klientela si totiž v mnoha případech najde dané zařízení na sociálních sítích a dál se chce tzv. „prokliknout“ na vlastní webové stránky subjektu, který by v dané destinaci chtěla navštívit.

Z toho důvodu je nutná speciální SEO optimalizace webových stránek. Jedná se o vytvoření webové stránky tak, aby byla jednotlivá hesla těmi hesly, která se nejčastěji vyhledávají na internetových vyhledávacích dostupných v daném místě. Při optimalizaci SEO je nutné, aby bylo rozložení webové stránky v určitém poměru textu, videí, fotografií, odkazů na sociální sítě a následně další webové stránky hotelových, restauračních, informačních a dalších zařízení. Problematika je vysoce specifická a rozsáhlá a rozdílností je, že státy, které mají bez problému dostupný vyhledávač Google, se mohou specializovat na jeden druh SEO, avšak státy, jako je například Čína, kde je existence a využitelnost vyhledávače Google ze strany státu omezená, je SEO optimalizace naprosto jiná.

Ubytování čínského hosta v hotelu

Čínští hosté jsou ochotni utratit poměrně vysoké částky nejen za ubytování, ale i za stravování. Proto i v České republice vyhledávají hotely třídy 4 a 5 hvězd. Služby a standard jsou v podstatě očekávatelné právě díky třídě ubytovacího zařízení.

Doporučení, jak splnit očekávání čínské klientely, ovšem bez znalostí specifik její kultury, pouze v počtu hvězdiček nenajdeme. Několik elementárních doporučení nalezneme níže:

- Bezproblémové a rychlé přihlášení hosta. Přihlášení většinou probíhá velmi brzy ráno.
- Mírný úsměv ze strany hostitele je považován za velké pozitivum. Někteří Číňané se usmívat nebudou, ale rozhodně to není výraz arogance, nebo pohrdání.
- Oceňován je uvítací pozdrav pronesený v čínštině (stačí jedna věta).
- Uvítací nápoj v podobě čaje, místní vody nebo nealkoholického nápoje.
- Velmi dobře působí připravený dotazník, který se čínským klientům předá k vyplnění při přihlášení hosta. V dotazníku si sami turisté vyplní, mají-li nějaké speciální přání a hotelu tato vazba pomůže splnit klientovi přání a poskytnout stoprocentní servis, který právě čínská klientela vyžaduje (příklad dotazníku je přiložen v příloze). Oni ocení péči a hotel se dozví, co pro ně může udělat první noc nebo následující den.
- Předem připravené pokoje, zvláště pokud turisté přilétají v noci. Nemělo by dojít k tomu, co se občas stává – oznámení pracovníka recepce, že pokoj ještě připraven není. A to i v případě, nemají-li klienti dřívější check-in zaplacen.
- Pokud už dojde k situaci, kdy turisté čekat musí, je navýsost vhodné pozvat je na čaj, mít v záloze připravené malé pohoštění (kanapky, jednohubky, malinkaté dortíčky s ovocem, ale například i jen horká voda nebo čaj). To zároveň může sloužit jako reklama pro stravovací úsek hotelu. Hosté tento čin ocení a organizátorům se rozhodně vyplatí – během pobytu se čínští turisté rádi ptají v restauraci na ony drobnůstky v občerstvení a objednávají si je jak v restauraci, tak například na pokoj.

- Malý dárek je vhodné mít připraven vždy i při odhlášení hostů. V žádném případě nic nákladného, stačí odznáček hotelu, samolepka, malá čokoláda, reklamní láhev. V současnosti je obrovský rozmach kytiček do vlasů (pozor, nosí je i dospělí).
- Mají rádi tzv. „turndownservice“ neboli „odestlání“.
- Pozitivem je uvítací dárek na pokoji v podobě pár kousků čerstvého ovoce.
- Ve vybavení pokoje by neměly chybět župany, a to i pro děti. Vyžadují kvalitní, měkký materiál, stejně tak u ručníků.
- Pokoje upřednostňují s vanou – jednoduše, čím luxusnější pokoj, tím lépe.
- Jednorázové pantofle ve vyšších třídách hotelů jsou samozřejmostí, čínští turisté je velmi rádi používají, opět by neměly chybět pantoflíčky pro děti.
- Z vybavení pokojů je třeba také dbát na kvalitu hygienických potřeb a kartáčků na zuby. Jsou vyžadovány kvalitní, pokud možno značkové.
- Přítomnost varné konvice v pokojích. Číňané konstantně přes den popíjejí ze speciální nádoby čaje, které si ráno připraví, a přes den do této nádoby jen dolévají vodu. Proto i přes fakt, že se pohybují v 5* hotelích, vyžadují tento servis, který pro hotelová zařízení není finančně ani organizačně nákladný, ale zajistí uspokojení jejich potřeb, vytvoří jim potřebné zázemí.
- Na restauraci je vyvíjen velký tlak vzhledem k požadavku snídaně v pozdějších hodinách, než kdy je podávání snídaní u nás běžné.
- Velmi důležitý je pro čínské turisty, zejména firemní klienty, výhled z pokoje hotelu – jezero, řeka, hrad, zámek, centrum města.
- Nemají rádi rohové pokoje, pokoje s číslem 4 nebo na 4. patře. Číslovka čtyři je nešťastné číslo v čínské kultuře, případně číslo 14, které jako čínský znak znamená „Já jsem mrtev.“ V čínské kultuře existuje jistý „strach“ z číslovky 4. Díky suprasegmentálním fonémům, které se v čínské kultuře neustále objevují, se číslovka 4 vyslovuje skoro stejně jako pojem smrt. Vzhledem k čínské pověřivosti se Číňané snaží této číslovce v běžném životě vyhýbat. Není vhodné umísťovat čínského hosta do pokoje číslo 4 na 4. podlaží. Stejně tak není vhodné usazovat hosty ke stolu po čtyřech atp.
- Z hlediska výběru pokojů preferují a mají v oblibě vyšší patra.
- Oceňují přístup „show we care“ – otázky, směřování do restaurace, jakoukoliv pomoc. Lze uvést, že nejsou příliš samostatní, což je ovšem vzhledem ke kolektivistickému přístupu v kultuře naprosto pochopitelné. Vyžadují velmi důkladnou, důslednou a neustálou péči. Pokud je jim poskytnuta, poskytovatel si může být sto procentně jistý, že nikdy nepřijde zkrátka. Číňané jsou velmi vstřícní klienti, vděční za dobře odvedenou práci a servis. Na druhou stranu velmi ostře vnímají veškeré nedostatky v servisu, obsluze či v neznalosti jejich kulturních specifik. Ty, pokud se objeví, výrazně ovlivní jejich výsledný dojem a případné reference.

- Vzhledem k nárůstu příjezdů čínské klientely je naprostou nutností umístit po hotelovém objektu informační tabulky psané v čínských znacích. Tyto tabulky budou převážně sloužit čínské klientele, ale vzhledem k podobnosti základů asijských znaků, bude například i korejská či japonská klientela schopna těmto tabulkám porozumět. Tyto tabulky by měly obsahovat popis místností, ukazatele pro pohyb po budově, ukazatel toalety, spa zóny, lobby baru, tabulky s popisem kuřácké a nekuřácké zóny. Čínský turista je označován za tzv. dítě kolektivního systému, zvyklé řídit se návody, trasami a doporučeními, proto tyto tabulky usnadní následnou komunikaci s čínskými turisty.



Tabulka se značením: Mluvte prosím potichu

Číňané tráví svůj čas ve skupinách, které se zejména v průběhu meetingů či hostin baví velice hlasitě. Je to projev spokojenosti a dobré nálady, proto je nutností v některých prostorách hotelu vyzvat hosty ke ztišení hlasu, zejména v zájmu ostatních klientů. Přítomnost těchto značení je běžná i v hotelích a restauracích v samotné Číně. Těmito tabulkami by hoteliér měl vybavit zejména lobby hotelu a chodby, poté by měl být přeložen plán hotelu a ubytovací řád, které jsou přítomny na každém hotelovém pokoji.



Tabulka se značením: Prosím, neplivejte na zem

Západní kultura vymezila historicky plivání na zem jako věc, která je neslušná a na veřejnosti se neprovádí, na rozdíl od toho Číňané věří, že průběžné vylučování hlenů napomáhá k očistění těla, a pokud se přes den toto vylučování potlačí, budou nemocní. Z tohoto důvodu je běžné pro obě pohlaví a všechny věkové kategorie plivání na zem skoro na všech místech. Sama Čínská státní agentura pro cestovní ruch vymezila v 64stránkové příručce o chování čínských turistů neplivání jako jednu z priorit omezení činností, v rámci zachování dobré image čínských turistů.

禁止抽烟

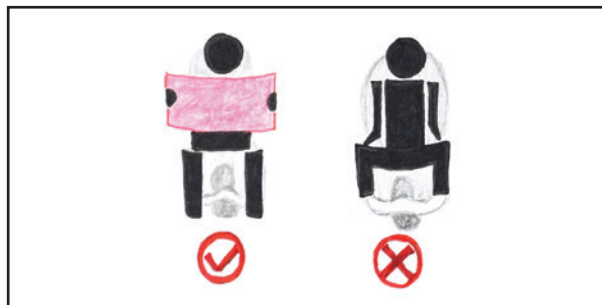
Tabulka se značením: Zákaz kouření

Zhruba 70 % čínské populace je kuřáků. Je stále sociálně běžné kouřit při všech společenských akcích, při konverzích a podobně, proto je nutností jasně vymezit nejen v hotelových, ale i v restauračních a podobných zařízeních přesné kuřácké a nekuřácké zóny. Vymezením těchto zón se poskytovatelé služeb vyhnou jak nepříjemným, tak nebezpečným situacím, které se běžně dějí.

卫生间

Tabulka se značením: Toalety

Označování toalet je běžným zvykem, v tomto případě jde jen o umístění překladu.



Piktogramy: Jak používat toaletu

Toto značení se v samotné Číně, ale i v západních zemích vyskytuje zejména v hotelech nižších tříd, ve kterých se ubytovává méně bonitní klientela, která není plně obeznámena se západními zvyklostmi užívání toalet. Díky umístění těchto piktogramů se vyhneme například poškození zařízení toalet. Obrázek ✓ vymezuje správné použití toalet, obrázek ✗ ukazuje špatné použití toalet a upozorňuje na nevhodnost stoupat si na keramickou mísu.

Značení by nemělo být vytvořeno nahodile a bezmyšlenkovitě. U značení jsou důležité faktory, jako je tvar, barva i velikost. Z tohoto lze doporučit nápisy červenou, zlatou či žlutou barvou. Červená barva je v čínské kultuře znakem radosti a štěstí, tedy vyzývající tabulky nebudou působit jako příkazové, ale jako výzva k něčemu pro čínské turisty prospěšnému. Žlutá či zlatá barva představují rovnováhu. V Číně kombinaci červené a žluté barvy můžeme vidět při všech státních slavnostech, při výrobě tradičních uzlů, či dokonce na státní vlajce. Design značení by měl být shodný s ostatním hotelovým značením. Je možné umístit pod či nad nápisy různé jazykové mutace.

Poskytovatelé jakýchkoliv zařízení nabízejících služby cestovního ruchu by si měli stanovit dle svých potřeb nápisy na tabulky. Pokud se hotel, penzion či jiné ubytovací zařízení potýká s problémem plivání, či posmrkávání ve svých prostorách ze strany čínských turistů, a zaznamenalo nelibost ze strany klientely jiných národností, stačí se jen na tento problém detailněji připravit. I taková maličkost v podobě nápisu na tabulce může výrazně přispět k eliminování problémových situací v hotelu.

HOTELOVÉ OBCHODY

Pro obchody je vhodné najmout alespoň jednoho prodavače či prodavačku, který bude specializován na čínskou klientelu. V případě, že obchod nebude považovat za lukrativní zaměstnat čínsky hovořícího prodavače, je nutné alespoň základní materiály a popisky přeložit do čínských znaků tak, aby se Číňan mohl bez omezení v prostoru obchodu pohybovat a věděl, kolik jaká položka stojí, či z jakého materiálu je vyrobená. Služby čínsky hovořících prodavačů je možné zajistit tzv. outsourcingem, a to v případě, že nastane období, kdy čínská klientela přijíždí do České republiky, zejména v průběhu oslav Nového roku a podobně.

Číňané jsou největšími konzumenty luxusního zboží. V roce 2015 poprvé čínští turisté utratili více než turisté ruští a umístili se na prvním místě pomyslného žebříčku prvenství nejvíce utrácějících turistů v České republice. Důvodem tak hojného nakupování je zejména udržení si svého sociálního postavení v Číně. Při nákupech v zahraničí totiž nenakupují zboží pro sebe, ale pro široký okruh rodiny a přátel. Ještě stále je cesta do zahraničí symbolem vysokého životního standardu a postavení, a proto si dárky nakoupenými v zahraničí udržují tento status. Rodi-

nou a přáteli je velice oceňována kvalita dovezených výrobků, které v Číně nejsou běžně dostupné. Velmi vítaným suvenýrem z České republiky jsou šperky (granáty, zlato), sklo – křišťál (vázy, lustry), porcelán (Moser), hodinky, likéry – Becherovka či pivo.

Dalším důvodem vysokých útrat za luxusní a tradiční zboží je fakt, že se v Číně na tyto typy zboží vážou až čtyři různá zdanění, a celková cena položky se tak může navýšit až o 146 %. Na jeden typ dovezeného zboží je aplikováno clo, které tvoří 4,4–60 % z hodnoty výrobku, rozlišené dle celní nomenklatury. Dále se připisuje k ceně DPH, která tvoří 17 % a daň ze spotřeby, která tvoří 30 %. Některá města a oblasti využívají i možnost tzv. vnitrostátní daně, kterou si tyto oblasti mohou určovat individuálně. Dalším neméně významným důvodem nákupů v České republice je také fakt, že v případě útraty nad 2 000 Kč je po vyplnění celního formuláře plátci navracena daň z přidané hodnoty.

Dalším bodem, který by obchod měl pro čínskou klientelu splňovat, je možnost platit kreditními kartami banky China Union Pay. Totéž platí i pro ubytování v hotelu.

Stravování čínského hosta v restauraci

Číňané kladou na stravování velký důraz, je pro ně něčím víc, než jen chuťovým prožitkem a zasycením, často se jedná o významnou společenskou událost, nebo dokonce rituál. Je zajímavé, že otázka „Jak se máte?“ znamená v doslovném překladu „Už jste jedli?“ V Číně se tak ptají na zdravotní stav, jak psychický tak fyzický. Věří totiž, že vyvážená strava nahradí každý lék a dokáže často i vyléčit nemoci. Čínská etiketa stolování zahrnuje pravidla, jak mají stolovníci sedět, připíjet nebo děkovat, ale také kdy začínat a končit s konzumací jídla. Pozvání na oběd či večeři je běžnou součástí obchodního jednání. Různé společenské události jako společná večeře či oběd jsou totiž vhodnou příležitostí k lepšímu vzájemnému poznání a vytvoření vztahu, který je pro Číňany velmi důležitý. Číňané mají ke stolování, jako i k jiným aspektům běžného života až náboženský vztah a tak se ze stolování stal rituál, který může trvat i několik hodin. Tradičně se hoduje u velkého, prostřeného, kulatého stolu, který má vyvýšený prostřední díl, s nímž se dá rotovat.

Číňané si vytvořili několik jídelních rituálů, které se liší s každou příležitostí. Jinak se hoduje na svatbě, při oslavě narození dítěte, na narozeninách. Pokud nastane výjimečná rodinná událost, sejde se rodina a příbuzenstvo. Hostitelům jsou předány dary. V některých oblastech Číny jsou podávány pokrmy, které něco symbolizují. Například na svatbě jsou podávány rituální chody, kde pokrmy obsahují některé plodiny, které jsou symbolem vztahu – například datle, lepkavá rýže, lotos. V každé vesnici jsou odlišné zvyky. V Pekingu jsou podávány nudle, které říkají, aby host ještě zůstal u hostitele. Na jihu Číny hostitel podává hostům teplý čaj se sladkým pečivem. V další oblasti se podávají pomeranče či mandarinky, které symbolizují štěstí.

Kouření u stolu i během jídla je z čínské strany obvyklé. Vzájemné pozvání na oběd či večeři je velmi oceňováno a dobře přijímáno. Někdy se při těchto příležitostech předávají i dárky, které se však u stolu zásadně nerozbalují. Je také zvykem, že obdarovaný se bude nejprve přijetí daru bránit. Dar může mít formu uspořádání oběda, banketu či večeře. A pozvat čínského partnera na společné jídlo je způsob, jak mu jeho péči oplatit.

Vhodným dárkem může být i značková lihovina nebo víno. Není ale slušné tyto dárky nosit s sebou na hostinu, hostitelé by si to opět vyložili tak, že nepřipravili dostatek pokrmů a nápojů. I zde ale existuje výjimka a tou je kvalitní, ozdobně zabalený čaj.

Stravování je skutečně jednou z nejdůležitějších částí čínské kultury, každá čínská provincie a všichni jejich obyvatelé jsou na svou národní krajevou kuchyni náležitě hrdí. Milují svou kuchyni, i když rádi ochutnají zahraniční kuchyni, je pro ně vždy velmi důležité mít kolem sebe možnost stravování v podobě kvalitně připravené národní kuchyně. Tato skutečnost se odráží i při návštěvě České republiky. Vzhledem k tomu, že Číňané, kteří k nám do země přijíždí, jsou vždy organizováni – buď je to firemní klientela, nebo turisté, kteří přijíždějí pod hlavičkou cestovní kanceláře – nabídka stravování je vždy sestavována tak, aby turisté ochutnali českou národní kuchyni, ale více jsou směřováni do kvalitních čínských restaurací. Z české kuchyně není nejvhodnější nabízet omáčky, knedlíky. Pokud ano, jediný způsob vhodný pro servírování těchto pokrmů, je na oddělených talířcích a v miskách.

Pokud poskytujeme stravování čínským turistům, je vhodné dodržet způsoby servírování korespondující s čínským tradičním způsobem, tj. servírování pokrmu odděleně na samostatných podnosech, miskách a tácech, které se umístí doprostřed stolu na otočný ovál.

Pokrmy je nezbytné servírovat v typickém pořadí:

1. Několik malých předkrmů
2. Polévka
3. Několik hlavních chodů
4. Dezert, kterým je ve většině případů ovoce

Je důležité vědět, že v Číně je zvykem konzumovat v průběhu servírování ostatních chodů právě polévku, proto by bylo naprosto zásadní chybou polévku během stolování odnášet. Odnést ji lze až před konzumací dezertu. Rovněž je dobré vědět, že čínskou tradicí stolování je nedojídání jídel.

I přesto, že některé lokální kuchyně se vyznačují nasládlou chutí, Číňané nevyhledávají sladké zákusky a dezerty v českém pojetí. Navíc bývá zvykem sladkosti si dopřávat až při odpoledním čaji či kávě v kavárnách. Podstatnou skutečností, na kterou by žádný restauratér neměl zapomínat, je potřeba servírovat pokrmy tak, aby bylo možné je sdílet. Tento zvyk dělá prakticky z celé asijské kuchyně, nejen z čínské kuchyně, kuchyni zážitkovou. Navíc odkazuje na historii čínské kuchyně, kdy se vždy rodina a přátelé scházeli u stolu, dobrého jídla a vše – zážitky, příběhy, události a pokrmy – spolu sdíleli.

Suchá jídla jsou střídána těžkými a těžká jídla lehkými. V čínské kuchyni by měly být vystřídány všechny barvy a chutě. Množství chodů se liší v každé oblasti. V Pekingu se například podává osm talířů s jídlem a osm misek s teplými pokrmy. Na severovýchodě Číny se každé jídlo podává dvakrát, protože sudá čísla jsou šťastná pro zdejší lid. Sever Číny nabízí jako zákusek smažené nebo opékané placky. Je neslušné si jídlo dochucovat.

Polévka se donese ve velké míse až po hlavním jídle. Lidé si polévku nalijí do svých použitých misek, ze kterých doposud jedli. Nejdříve se polévka jí hůlkami. Až se zkonsumují veškeré velké kousky, polévka se vypije.

Nejdůležitějším sdělením je informace, že pokud jsou čínští turisté spokojeni se stravováním a stolováním, jejich loajalita, vděčnost a náklonnost k hostiteli, hotelu, gastronomickému zařízení, nesmírně stoupá. Vzhledem k bonitě čínských turistů přijíždějících do České republiky, je velmi důležité si tuto skutečnost uvědomovat, neboť právě čínští turisté jsou ochotni za cestování, pobyty, zážitky a stravování utratit astronomické částky. Avšak je hlubokým omylem domnívat se, že není třeba zaměřit se na kvalitu služeb. Současná cestující čínská klientela požaduje za své peníze ty nejlepší služby. Znalost etikety čínského stolování zásadně vede ke spokojenosti této klientely.

ČÍNSKÁ ETIKETA STOLOVÁNÍ

Čínská etiketa zahrnuje pravidla, jak mají stolovníci sedět, připíjet nebo děkovat, ale také kdy začínat a končit s konzumací jídla. Pozvání na oběd či večeři je běžnou součástí obchodního jednání. Kulatý stůl se používá, protože odpadá problém s vyznačováním pozic a snadná je i přístupnost chodů ze všech míst stolu. Co se týče zasedacího pořádku, je v Číně, stejně jako i v jiných kulturách, zvykem posadit svého hosta na čestné místo. U stolu je jediná čestná pozice, a to čelem ke vchodu do místnosti. Protože je ale v Číně skromnost považována za ctnost, nesmí nás překvapit, že se host bude zdráhat se na toto místo posadit. Důležité také je, aby se obsadila všechna místa u stolu, proto bývá k večeři často přizván i řidič, průvodce, nebo personál restaurace.

Prazvláštní pověry provázejí stolování v Číně. Jakmile se objedná ryba a první polovina je snědena, nesmí se na talíři otočit, aby se mohla dojist. Číňané totiž věří, že otočení ryby přináší smůlu. Navíc otočením ryby jako byste říkali, že rybářova loď se převrátí. Tuto pověru by obsluha restaurace měla znát.

Obrovský přestupek vůči evropské etiketě stolování je hlasité říhání. To ovšem neplatí v Číně. Tam je tento hlasitý projev považován za vyjádření díky, spokojenosti s kvalitou pokrmu a kompliment kuchaři. Nepřípustné ale je, aby se host během hostiny vysmrkal, nebo nakláněl nad miskou s rýží. Podobně je vnímán i mírný nepořádek na

stole a kolem stolu. Pokud na talíři zůstanou zbytky jídla, je tento úkon přesně v souladu s čínskou etiketou – dojedení veškerého jídla z talíře znamená mírnou potupu hostiteli – malé porce apod. Zbylé jídlo je potěchou pro hostitele i restauraci – hostu bylo nabídnuto více jídla, než zvládl sníst.

K nedorozumění může dojít i v případech, kdy cizinec nepochopí význam smíchu. To se projeví například při nehodě, při níž se Číňané cizincům smějí, aniž by nějakým způsobem přispěchali na pomoc. Cizinec by si měl v takové situaci uvědomit, že se nejedná o škodolibost, ale že se tímto způsobem Číňané vyrovnávají s nepříjemnými zážitky a situacemi, nebo když si nejsou jisti tím, jak by měli v takové situaci reagovat.

Číňané přikládají velký význam šťastným číslům a barvám. Proto by měl být stůl pro osm, nebo dvanáct lidí. Bílá a černá barva jsou považovány za barvy smuteční, naopak červená je v Číně barvou síly, radosti a štěstí. Tyto barvy by měly vévodit výběru barev pro prostření tabule. Z hlediska etikety je nezbytné dodržovat zásadu neprobírání obchodních záležitostí při jídle, i když má nálepkou obchodního oběda či večeře. Pokud přece jen na tato témata dojde – obchod se probírá jen okrajově a velmi všeobecně.

NÁPOJE

Pro většinu světových národů jsou nápoje neodmyslitelně spjaty se stravováním. Ne pro národ čínský. Pokud bychom se zaměřili na spojení nápojů s pokrmy, je zcela běžné, že se při firemní nebo rodinné večeři podává pouze horká voda. Číňané jsou přesvědčeni, že je lidskému organismu prospěšnější než studená voda. Zejména ženám a jejich orgánům.

Dalším, běžně servírovaným nápojem při večeři, je pivo, které je v Číně velmi oblíbené, stejně jako červené víno a sladké nealkoholické nápoje jako například Sprite či Coca-Cola. Na rozdíl od evropských turistů turisté čínští prakticky nepijí bílé víno. Další rozdíl je nechuť pít alkoholu příliš často. Raději pijí svou pálenku „bajjou“, a to především při slavnostních příležitostech jakými jsou pro ně svatby, narozeniny, firemní večeře, stolování s cizinci, při kterém chtějí předvést své národní zvyky a tradice. Konzumace alkoholu tedy neprobíhá v častých intervalech. I z důvodů špatného odbourávání alkoholu v organismu. Číňané obecně velmi špatně vstřebávají alkohol, proto není vůbec vhodné jim ho nabízet či „vnucovat“. Pálenka *Baijiu*, s obsahem 40–50 objemových procent alkoholu, je vyráběná z obiloviny jménem čirok, a svým charakterem je nejbližší nápoji vodka. Z toho důvodu je možné doporučit pro přípitek například slivovici, meruňkovici či jinou pro Českou republiku typickou pálenku.

Číňané během jídla pijí nejen čaj, ale i alkohol (víno, pivo nebo čínskou pálenku). Pivo a víno se v Číně pijí vlažné, proto bychom to neměli obsluze vytýkat, nejedná se o chybu v servírování. Z hlediska etikety není vhodné, aby alkohol pila žena. Pouze cizinka může alkohol přijmout, ale i tak by měla jen poděkovat, ochutnat a sklenku odložit.

Obecně platí pravidlo, že nejoblíbenějším nápojem je pro Číňany čaj. Jsou zvyklí jej pít po celý den a při všech příležitostech. Neustále s sebou nosí malé termosky s listy čaje uvnitř. Ty během dne několikrát zalévají horkou vodou. Proto je důležité mít v hotelu či v restauraci, hostící čínské klienty, neustále zdarma k dispozici horkou vodu. Většinou se jedná o čaj zelený nebo bylinný, popřípadě polofermentovaný čaj Oolong. Do čaje se přidávají také různé přísady, nejčastěji jasmín. Klasický černý čaj (v Číně nazývaný červený) není tak rozšířený, jak se většina lidí domnívá, pije se spíše na jihu země. Čaj se pije především hořký, bez cukru. Někteří Číňané pijí ze zdravotních nebo finančních důvodů pouze čistou převařenou vodu, což může být pro cizince překvapivé. Dalším oblíbeným nápojem, zejména mládeží, je tzv. „bubbletea“.

PŘÍPITEK

Přípitek je běžný začátek společenské události v Číně. Předpokládá se, že pozvaný partner pronese také několik přípitků. Může o to být požádán hostitelem, dokonce i o to, aby zazpíval písničku. Někdy sám hostitel obchází stůl a pronáší přípitky k jednotlivým hostům. Je-li připíjeno na naši osobu, je vhodné přípitek opětovat, tedy pozvednout sklenku a alespoň symbolicky upít. Je slušné se při této příležitosti usmívat.

Pro přípitek se většinou používá lihovina vyrobená z prosa, která se nazývá mao tchaj. Je to velmi zvláštní nápoj, pro většinu Evropanů má nezvyklou až nepříjemnou chuť, ale je slušnost alespoň symbolicky ochutnat. Jako alternativní nápoj k přípitku si můžeme objednat ohřáté červené rýžové víno. Přípitků je hodně během celé doby jídla. Pokud nechceme pít mao tchaj, je možné si vybrat i víno, pivo nebo horkou vodu. Odmítnutím alkoholu nikoho neurazíme, jako se to může stát u jiných kultur.

ČÍNSKÉ HŮLKY JAKO NEZBYTNÁ SOUČÁST STOLOVÁNÍ

Asi nejznámějším prvkem čínského stolování jsou hůlky. Údajně jsou na světě déle než 5 000 let. Číňané používají dlouhé dřevěné hůlky zužující se do kulatého konce.

Než začne samotná konzumace jednotlivých pokrmů, hostitel jimi ukáže na misky, které většinou stojí uprostřed stolu, a dá tím pokyn, že můžeme začít jíst. Tyto misky většinou obsahují různé studené pochoutky, které plní funkci předkrmu. Speciálními hůlkami (nepoužíváme svůj pár, který jsme již měli v ústech, případně použijeme jejich opačný konec) si nabíráme kousky jídel ze společných mís a dáváme si je na rýži, kterou máme samostatně v rýžové misce. Pokud nám hostitel podá kousek jídla, je zdvořilé jídlo přijmout a poděkovat, jelikož je nám tak prokazována pozornost. Číňané nepoužívají klasický příbor, ale již zmíněné hůlky. I přesto, že jako cizinci můžeme o vidličku a nůž požádat, hostitelé, případně hosté ocení, pokud se o používání hůlek alespoň pokusíme, není to nijak složité. Hůlky držíme většinou v pravé ruce, dolní je zapřena o prsteníček a s horní hůlkou hýbeme.

ETIKETA ZACHÁZENÍ S HŮLKAMI

- Hůlky se používají nejen přímo k jídlu, ale i k nabírání jednotlivých pokrmů z misek a podnosů a také k odstraňování kostí.
- Pokud bychom se jakkoliv dotkli jídla (ale i svých úst) prsty, bylo by to považováno za nechutné – mělo by docházet k minimálnímu kontaktu hůlek s ústy. Cucání konců hůlek se považuje za velmi neslušné.
- Zkřížením hůlek dáváme najevo, že již nebudeme pokračovat v jídlu. Pokud hůlky nepoužíváme, můžeme je položit na speciální podložku nebo na stůl, ale vyvarujme se pokládání hůlek rovnoběžně s talířem, protože to podle Číňanů přináší smůlu.
- Dáváme pozor, abychom hůlkami na nikoho neukazovali nebo aby nám hůlka neupadla na zem.
- Nikdy hůlkami jídlo nemícháme ani je nezapichujeme do misky s rýží, není to v Číně dobré znamení, neboť je zde určitá podobnost s obřadem pro zemřelé.
- Pokud je na servírovacích talířích lžice a vidlička, použijte je, nepoužívejte vaše hůlky. Není dovoleno jídlo míchat nebo otáčet podnos s jídlom, dokud neskončila se servírováním druhá osoba.
- Pokud příbory k servírování chybí, použijí se hůlky, ale jídlo je nabíráno druhým koncem, nikoliv stranou, která se vkládá do úst.
- Při jídlu se u stolu nepoužívají nože. Na rozdíl od nás Číňané a ostatní východoasijské národy nakrájí ingredience na kousky ještě předtím, než je přinesou na stůl, abyste si je mohli nabrat hůlkami.

- Čínské zvyky považují použití nožů a vidliček u stolu za barbarské. Propichovat a krájet maso u stolu se považuje za neurvalé a přirovnává se k válečnému použití nožů jako zbraní.

PRŮBĚH STOLOVÁNÍ – ODLIŠNOSTI ZPŮSOBUJÍCÍ NEDOROZUMĚNÍ

Samotné stolování začíná čajem, potom následuje již zmíněný předkrm, ten je většinou složen z několika druhů specialit (anýzová vejce, marinovaná okurka, nakládané zeli), pak následují jídla z drůbeže (pekingská kachna, kuře kungpao), ryby (kapr chungšao, úhoř na čínský způsob, žraločí ploutve na sádle), mořské produkty (hřebenatky v rajčatové omáčce, mořská ouška dušená se šunkou) nebo masitá jídla (vepřový bůček s kapustičkami, svíčková s řapíkatým celerem).



Vepřové maso s hřebíčkem

Češi mají někdy pocit, že znají čínskou kuchyni velmi dobře, viz známý pokrm „čína“ nebo „švej-ču-žu“. Nenechme se ale zmást, takové „šuej ču žou“ v překladu znamená maso vařené ve vodě, takže místo očekávaných kousků smaženého vepřového masa se na stůl pravděpodobně dostanou kousky hovězího vařeného ve vodě. Polévka se v Číně podává buď na konci hostiny, nebo na začátku hostiny a poté se konzumuje v průběhu celého obědu nebo večere.

Základním pravidlem stolování je nabírat malé porce. V Číně se velmi často stává, že slavnostní večere nebo banket má až dvacet chodů. Menu by mělo obsahovat všechny dominantní chutě (sladká, slaná, hořká, kyselá a ostrá), i konzistence (měkká, křupavá). Pokud se konzumuje jídlo (většinou rýže) z misky, nenaklání se konzument k misce nad stůl, ale drží se miska při jídle přímo u úst. Podle Číňanů je porcování jídla prací kuchaře. Někdy může kuchař hostovi přinést ukázat jídlo celé, nenaporcované, po ukázce ale obsluha jídlo odnese a naporcuje, případně ho naporcuje přímo na místě.

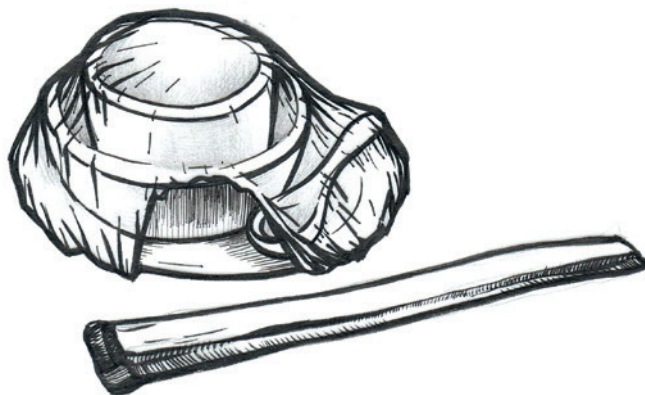


Krevety na pálivý způsob

Dezert neznamena konec hostiny. V případě čínských zvyklostí naopak připravuje na další chody. Signálem pro ukončení hostiny je ovoce. Úplně na závěr je podáván čaj a vlhké ručníky pro omytí rukou. Pokud je dojedeno, je slušností vstát od stolu a v případě restaurace i odejít. Ještě chvíli zůstat je možné, pokud bylo nabídnuto pohoštění v soukromí. Čínští hosté většinou čekají, až odejdou hosté zahraniční. Na totéž je nezbytné se připravit i v opačném případě.

POSTUP PŘI KONZUMACI JÍDLA

Číňané jsou zvyklí si vždy před jídlem v zařízeních společného stravování rozbalit igelitový balíček, kde najdou talířek, misku na namáčení omáčky, hrníček na čaj či teplou vodu a hůlky, vše je hygienicky baleno (viz ilustrační kresba):



Poté, co je naservírováno jídlo na společných talířích, oddělují si Číňané porce, které přesouvají na svůj talíř a zde dle libosti konzumují různé kombinace jídel.

Lze konstatovat, že úroveň hygienických podmínek v Číně není vždy stabilní a pro prevenci a vyvarování se jakýmkoliv nečistotám se vžilo opatření hygienického balení. Přijedou-li čínští turisté do České republiky, do země, která je pro ně exotická a nevědí, jakou hygienickou úroveň očekávat, tento krok poskytnutí balených pomůcek je vstřícným gestem, který ulehčí mnoho osobních zdráhání. Přítomnost setu také ulehčí obsluze připravení stolu pro čínské klienty. Číňané si během konzumace jídla musí v západních zemích „doobjednávat“ talíře, misky a hrníčky, horkou vodu a podobně a obsluha často neví, jak tyto požadavky uspokojit.

Může dojít i k tomu, že si Číňané rozbalí set k jídlu a budou si je chtít i opláchnout čajem či teplou vodou, podle toho, co je jim poskytnuto. Posléze veškerý odpad včetně použitého čaje či horké vody vyhodí do připravené misky na odpad. Z tohoto důvodu tedy hostitel či restaurátér dbá na přítomnost tohoto příslušenství.



Konvička na horkou vodu či čaj

Po proceduře očištění nádobí je strážník připraven ke konzumaci jídla.

Číňané velice dbají na hierarchii významnosti členů skupiny, proto je vžitým zvykem, že hostitel usadí nejdůležitějšího člena skupiny po své pravici, ideálně naproti vstupním dveřím. Nejdůležitějším členem může být vnímán například z rodiny nejstarší člen, při obchodním jednání ředitel či nadřízený všem ostatním. Mezi přáteli je vždy všemi obecně vnímáno, kdo je ze skupiny nejdůležitější.

OBJEDNÁNÍ JÍDLA

Pokud se jde hromadně obědovat či večeřet, vždy kombinaci jídel objednává hostitel. Tento zvyk je vžitý v čínské kultuře, a tedy pokud skupina turistů půjde hromadně do české restaurace, bude očekávat, že jídlo vybere čínský průvodce s doporučením českého průvodce, či nejváženější člen skupiny, který bude mít pravděpodobně již zkušenosti se západní gastronomií a bude tak považován za nejzkušenějšího. Na ně se tedy obrací obsluha restaurace, na nikoho jiného!

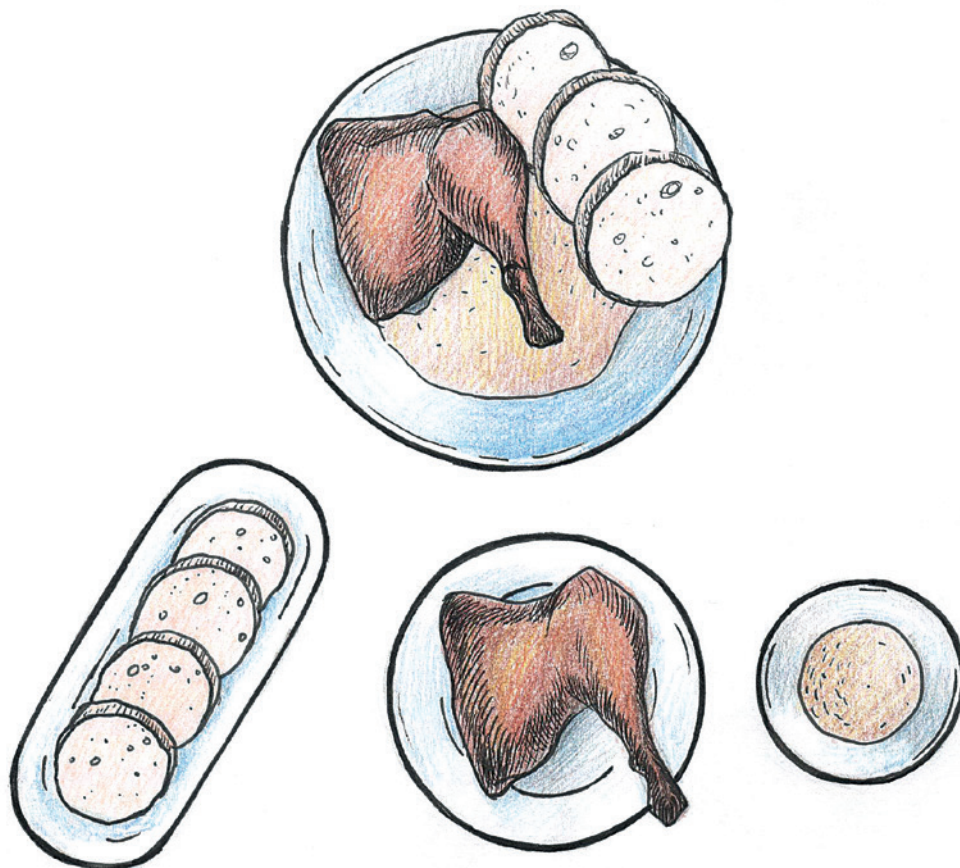
Hostitel vybere, po diskusi se členy skupiny, různou kombinaci chodů počínaje od předkrmů, polévek, hlavních chodů až po dezerty a tato kombinace vybraných jídel je následně a postupně po chodech přinesena doprostřed stolu na otočný skleněný kruh, ze kterého si každý individuálně nabírá na svůj menší talířek či do své misky. V případě, že má někdo potravinové alergie či nekonzumuje specifické druhy pokrmů, je vhodné to po vyzvání hostitelem oznámit, ale neklást na to velký důraz. Předpokládá se, že z objednaného množství pokrmů si vždy každý člověk vybere, co konzumovat může a pokládá se za nezdvouřilost, pokud někdo na svých preferencích trvá.

Konvička se zeleným čajem či teplou vodou musí být všude přítomná, ale během jídla si každý individuálně může objednat vlastní nápoj, který preferuje. V tomto ohledu musí být obsluha stejně připravená, jako například na českou klientelu a hostitel by se během jídla měl tázat, zda všichni členové skupiny mají, co potřebují. Pokud je konverzace u stolu tzv. v plném proudu, je neslušné přerušovat ji kvůli žádosti o doplnění čaje či objednávce nápojů. Pro tyto případy je vžitý zvyk zaklepat dvakrát prsty lehce o stůl, a hostiteli tímto gestem dává člověk najevo, že prosí o dolití nápoje.

Hostitel pozná, že všichni dojedli a jsou syti jen tak, že jim na talíři zůstane trocha jídla a strážníci už nepokračují v konzumaci. Pokud host dojí svůj talíř a na otočném stole není žádné jídlo, hostitel automaticky objednává další chody. Jídla se v čínské kultuře nedojídají, ze strany strážníka by to byl náznak, že hostitel neobjednal dostatek a nechce dostatečně pohostit. Je tedy důležité, aby byl vždy správně vybrán poměr jídla pro počet účastníků večeře. Hostitel pro jistotu vždy raději objedná více než méně, v anglickém jazyce je pro to používaný velice přesný výraz „overorder“. Poté, co hosté dojí, hostitel se obvykle zeptá, zda jsou všichni dosyta a dobře najezení, dle zásad čínského stolování by měli všichni souhlasit, i přesto, že to tak vždy být nemusí. Proto je zásadní, aby hostitel, v tomto případě místní průvodce napojený na čínského průvodce skupiny, jasně odhadl situaci a poměr předkrmů, hlavních jídel a dezertů, a nechal množství pokrmů připravit na míru každé skupiny.

NÁVRH MENU PRO ČÍNSKOU KLIENTELU

Při návštěvě čínské skupiny turistů české restaurace by bylo prospěšné předem připravit speciální menu sestavené na míru požadavkům čínských specifik a to bylo následně servírováno v duchu čínského stolování. Číňané jsou zvyklí na předem připravené menu hostitelem, proto pro ně není žádným překvapením, když dorazí do restaurace například na organizovanou událost a nevybírají si z jídelního lístku, jen v jednotlivých chodech přijímají jídlo, které je servírováno na kruhový otočný stůl. Oddělíme tedy jednotlivé části jídel na individuální talíře a necháme strážníky, aby si tato jídla mohli různě kombinovat dle vlastních chutí (viz přiložená vizualizace).



DOPORUČENÉ SERVÍROVÁNÍ POKRMU

Navrhované menu by mělo zahrnovat alespoň tři fáze chodů. Nejdříve by byly servírovány předkrmy, poté hlavní chody a na závěr dezerty, i když na samotný závěr oběda či večeře je vhodné servírovat ovoce. To je signál, že je stolování u konce. Pro čínské turisty je přijatelnější, pokud námi nabízené pokrmy budou připraveny s nižším obsahem mléčných výrobků a budou servírovány jiným způsobem, než na který jsme zvyklí v České republice. Pokrmy nejsou servírovány individuálně strážníkům, ale umístí se na otočný ták, tzv. „lazysuzan“, ze kterého si každý individuálně nabírá kombinaci jídel. Může se tedy stát, že si čínský turista naloží na svůj talíř kombinaci našich tradičních jídel, která není běžná. Z tohoto důvodu by byl celý proces návštěvy restaurace a konzumace jídel doprovázen krátkým výkladem s ukázkou překladu menu s fotodokumentací, tedy přiblížením české gastronomie Číňanům. Číňané během jídla intenzivně komunikují a pointou hostiny není jen se nasytit, jsou zvyklí naslouchat výkladu hostitele.

Vývary jsou pokaždé jednou z částí čínských obědů či večeří. Různorodost čínských pokrmů je nepřehledná, proto je možné do české kuchyně začlenit i delikatesy, které se jiným národnostem běžně neservírují – hovězí či vepřový jazyk, morková kost, smažený vepřový mozeček, šneci a jiné ne tak běžně servírované české pokrmy. Záměrně by se nabídka měla vyhýbat mléčným produktům a pokrmům z nich, jako jsou nakládaný hermelín, pomazánka z pivního sýru či kulajda.

SEZNAM ČESKÝCH POKRMŮ A DOPORUČENÍ JEJICH PŘÍPRAVY A SERVÍROVÁNÍ PRO ČÍNSKÉ TURISTY

PŘEDKRMY A POLÉVKY

Hovězí a kuřecí vývar: Příprava těchto polévek bude klasicky česká s kořenovou zeleninou a variací koření. Vaječné nudle či játrové knedlíčky, které se běžně do polévek přidávají, budou na separátním talířku, odkud si každý strážník bude moci nabrat potřebný poměr.

Zelná polévka: Receptura zůstává bez větších změn až na přidání závěrečné zakysané smetany pro zjemnění, která bude separátně připravená v misce pro strážníky, kteří by chtěli tuto kombinaci ochutnat.

Hovězí jazyk s kedlubnovým ragú: Tento předkrm je možné buď smažit či jen povařit, a dále pak na tenké plátky nakrájet a buď nastudeno či nateplo servírovat.

Mrkvance: Buchty typické pro část Vysočiny, jsou vyrobené z kynutého těsta a je v nich zapečená mrkvová náplň.

Tento pokrm je charakterem velice podobný knedlíčkům baozi, typickým pro čínskou gastronomii. Mrkvance se přinesou s předkrmy a nechají se na stole po celý večer až do podávání dezertů.

Utopenec s cibulí: Tento klasický předkrm je zde začleněn z důvodu zástupce alespoň jedné z uzenin, i přesto, že nejsou Číňané velkými konzumenty uzenin, rádi poznávají v malém množství nové chutě. Vzhledem k odlišnostem ve stolování je vhodnější předložit jakýsi utopencový salát, který po malých kouscích budou moci ochutnávat a nebudou si rovnou muset nabrat celý špekáček.

Šneci po staročesku s křenem a jablky: Tento recept dává možnost poznat i staré, tradiční, v restauracích ne tak běžné jídlo, jako jsou vaření šneci. V Číně se konzumují mořští šneci běžně, proto rozhodně není na škodu tento recept začlenit do nabídky.

HLAVNÍ CHODY

Svíčková na smetaně: Způsob přípravy masa a omáčky bude až do finálního kroku přidání smetany stejný jako u klasické svíčkové na smetaně. Pro zachování tradiční chuti a receptury se smetana přidá ve velmi malém množství. Ideálně se vytvoří dvě misky, které budou obsahovat omáčku s přidanou smetanou a bez ní.

Pečená kachna s variací zelí a knedlíků: Příprava tohoto pokrmu bude běžná, tak jak ji známe. U tohoto pokrmu bude rozdílný pouze způsob servírování.

Pečené vepřové koleno: Pečení na pivě, aby dostalo jídlo jiný nádech chuti, než na kterou jsou Číňané zvyklí, je pro čínské turisty velmi zajímavé. Na separátní talířky je vhodné servírovat klasické přílohy – kozí rohy, pálivé papriky, kyselé okurky, hořčici, křen a podobně.

PŘÍLOHY

Knedlíky: Variace knedlíků může být rozmanitá, karlovarské, houskové, klasické bramborové, chlupaté, ale i plněné knedlíky uzeným. Z různých zdrojů vychází, že knedlíky jedli v Číně dříve než ve střední Evropě, proto začleňujeme knedlíky pro porovnání. Je dobré si uvědomit, že české knedlíky čínští turisté příliš v oblibě nemají.

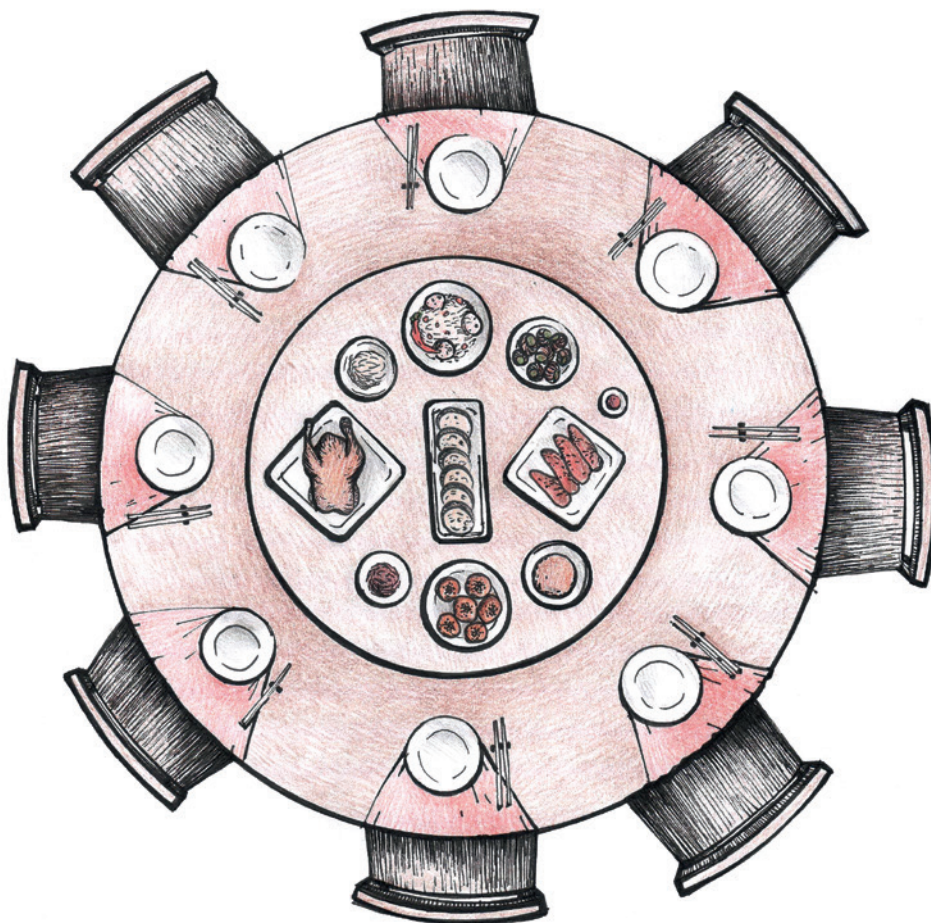
Bramborový salát: Receptura vynechá majonézu, bude se například přidávat jen hořčice a nálev z nakládaných okurek.

DEZERTY

Variace českého ovoce s ovocným sorbetem: Asiaté obecně konzumují více ovoce, tedy lze nabídnout lokální ovoce z České republiky, jako jsou švestky, hrušky, angrešt a podobně, dle aktuální sezonní produkce.

Minidezerty: Větrník, špička, indiánek a různé zákusky pro nás typické.

Stůl připravený pro čínskou klientelu by v ideálním případě měl vypadat dle níže znázorněné kresby. Jedná se o hlavní chody, kdy je servírována kachna se zelím a knedlíky, svíčková na smetaně, utopencový salát, mrkvance a šneci po staročesku. Restauratér by měl při přípravě stolu myslet na počet židlí a umístění strážníků. Jak již bylo zmíněno, nikdy nesmí žádná židle zůstat neobsazena, a také se nikdy nesmí stát, že se některý z hostů ke stolu nevejde. V případě, že se bude jednat o předem připravovanou večeři či banket, je nutností umístění jmenovek, kdy nejdůležitější z hostů sedí po pravici hostitele, ideálně tváří ke dveřím.



Stůl připravený pro čínskou klientelu s naservírovanými českými pokrmy

Závěr

Čínská lidová republika je pro naši zemi vítaným zdrojovým trhem cestovního ruchu. Pravidelné linky mezi Čínou a Českou republikou létající 2x týdně dopravují dvojí typ čínských turistů mířících do České republiky:

- *firemní klientelu*, která přijíždí do České republiky na pozvání českých firem a partnerů. Bohatá klientela, která vždy přijíždí s doprovodem, jako malá skupina, případně jednotlivci. Ubytování má zajištěno v 4 a 5 hvězdičkových hotelích, vyhledává luxus a pohodlí. Požadavek bývá na jednolůžkový pokoj pro každého turistu. Nemohou ovlivnit svůj program, mají ho předem daný. Zpravidla v České republice setrvávají po dobu 2 přenocování. Mezi jejich doplňkový program patří procházka Prahou, projížďka po Vltavě, návštěva luxusní české, případně čínské restaurace; nákupy. Vyjíždějí na jednodenní výlety do Drážďan, Vídně, Budapešti.
- *organizované skupiny běžných turistů*; jejich pobyt je organizován cestovní kanceláří. Délka jejich pobytu zpravidla nepřesáhne 2–3 přenocování, na rozdíl od firemní klientely vnímají Českou republiku jako jedno ze zastavení na svém evropském putování. Ubytování těchto turistů je zpravidla orientováno na hotely nejvyšší třídy, stejně jako u firemní klientely. Pokoje zpravidla poptávají buď jednolůžkové, nebo dvoulůžkové. Součástí zájezdu je vždy návštěva čínských restaurací v Praze – nejlépe na Chodově, Vinohradech či v Praze 4. A alespoň jednou návštěva restaurace české. Nejvyhledávanější jsou restaurace v Obecním domě, na Pražském hradě a na Žofíně. Mezi jejich doplňkový program patří fakultativní výlety do Karlových Varů, na Karlštejn či do Českého Krumlova. Centrem jejich pozornosti jsou rovněž místa, na nichž byly natáčeny romantické čínské seriály.

Obě skupiny čínských turistů z české kuchyně nejvíce objednávají řízek, přírodní plátky masa, rybu, zeleninové přílohy. Zeleninové přílohy je nejlépe předkládat čínským turistům dušené, restované, tedy jakkoliv tepelně upravené.

Jazyk, v němž je potřeba zajistit těmto turistům tlumočení či průvodcovské služby, je čínština – mandarínština a kantonština (turisté z Tchaj-wanu). Z hlediska tlumočení je velmi důležité najímat pokud možno rodilé mluvčí. Pro Číňany je typické používání jinotajů, příměrů, které je obtížné pochopit v pravém významu. Jednotlivé odstínění a správný význam může zpravidla pochopit a vysvětlit pouze rodilý mluvčí popřípadě člověk dlouhodobě v Číně žijící. Překlady jak z čínštiny do češtiny, tak opačným směrem, nemalou měrou přispívají ke spokojenosti turistů. Nesprávný překlad bývá velmi často zdrojem špatného až urážlivého vnímání druhou stranou a může zapříčinit nespokojenost klienta. Ten svou nespokojenost najevo nikdy nedá, už kvůli specifikům této kultury, ztrátě tváře, ale také se již k organizátorovi programu, poskytovateli služeb, nikdy nevrátí.

Příloha: Dotazník pro čínského klienta k vyplnění při příjezdu v anglickém jazyce

PERSONAL PROFILE PREFERENCE

We want to be the company that understands people's needs better than anyone else in our industry. To personalize your stay and make it more comfortable and enjoyable; please complete the information below and give it to our Front Desk staff.

*** My preferred floor is:**

- High Floor Low Floor Non-smoking Smoking
 Near the elevator Away from the elevator

*** My preferred room type is:**

- King Double

*** Please clean my room:**

- After 12 noon Before 12 noon

*** Please change my bed sheets:**

- Every other day Once a week

*** My preferred bedding is:**

- Soft Mattress Firm Mattress Down Quilt Cotton Quilt
 Blanket Special Pillow as:

*** I prefer the room turndown service between:**

- 6-7 p.m. 7-8 p.m. I don't need turndown service

*** I want my bill divided into**

- Room & Others Room/Laundry/Telephone/Others
 Room/Telephone/Others Room/Laundry/Food & Beverage/Others

*** I would like to receive the following newspaper:**

China Daily (English) Shanghai Daily (English) Local Newspaper in Chinese

*** My preferred fruits are:**

Apple Orange Banana Others:

*** My favorite drink is:**

*** My favorite food is:**

*** I'm allergic to:**

Name: **Check in:** **Check out:**

Room No.: **Priority No.:**

Phone: **E-mail:**

Příloha: Dotazník pro čínského klienta k vyplnění při příjezdu v mandarínštině

宾客喜好调查表

为了能使您的入住更加舒适, 请您填写如下信息给到前台任何一位员工, 我们将竭尽所能去满足您的需求并为您创造一个愉快的旅程。

* 我喜欢的楼层:

- 高楼层 低楼层 非吸烟 吸烟
 靠近电梯 远离电梯

* 我喜欢的房型是:

- 大床 双床

* 请打扫我的房间:

- 12点之后 12点之前

* 请更换我的床单:

- 一天隔一天 一周 每天

* 我喜欢的床:

- 软床垫 硬床垫 羽绒被 棉被
 毛毯 特别的枕头:

* 我喜欢夜床服务:

- 6-7 7-8 我不需要开夜床

* 我的账单

- 房费&其它 房费/洗衣费/电话费/其它
 房费/电话费/其它 房费/洗衣费/餐饮酒水费/其它

* 我希望收到的报纸:

中国日报 (英文) 上海日报 (英文) 苏州日报

* 我喜欢的水果:

苹果 橙子 香蕉其它:.....

* 喜欢的食物:

* 我过敏的东西:

姓名: 入住日期: 退房日期:

房间号码.: 优悦会号码.:

电话.: 邮箱:

Tato publikace byla vydána za finanční podpory
Asociace hotelů a restaurací České republiky z. s., Vysokou školou hotelovou v Praze 8, spol. s r.o.,
v rámci řešení projektu „Specifika čínské klientely v hotelech a restauracích v České republice“.

Specifika čínské klientely v hotelech a restauracích v České republice

© Mgr. Monika Klímová, Ing. Kristýna Kortová, Praha, 2016

Ilustrace: Yana Badulaeva, Mgr. Monika Klímová, Ing. Kristýna Kortová

Fotografie: Mgr. Monika Klímová

Fotografie na titulní straně obálky: © kzenon / 123RF

Grafická úprava a tisk: Iva Vodáková – DURABO Čelákovice

Počet stran: 44

ISBN 978-80-87411-72-8



ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



THE CZECH ASSOCIATION®
OF HOTELS
AND RESTAURANTS



ISBN 978-80-87411-72-8



9 788087 411728