

آداب و فرهنگ تجارت بین الملل

International Business culture and Etiquette

مؤلفین: محمد محمدی
اصغر گریزانی

ناشر: نشر ذره

میر شلمه	محمّدی، محمود، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	آداب و فرهنگ تجارت بین‌الملل = /international business culture and etiquette
مولفین	محمود محمدی، اصغر گرشاسبی.
مشخصات نشر	تهران: نشر ذره، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۴۶۹ ص.: مصور (بخشی رنگی)، جدول، نمودار.
شابک	978-964-9918-143
وضعیت فهرست نویسی	فنی
یادداشت	کتبخانه: ۴۶۹.
یادداشت	واژه‌نامه.
موضوع	آداب کسب و کار
موضوع	آداب معاشرت
موضوع	بازرگانی بین‌المللی
شناسه افزوده	گرشاسبی، اصغر، ۱۳۴۴ -
زده بند	HF۵۲۸۹/م۳۱۴ ۱۳۹۳
زده دیواری	۳۸۵/۵۲
شمار کتابخانه ملی	۳۴۱۱۲۴۳



نشر ذره

آداب و فرهنگ تجارت بین‌الملل

International Business culture and Etiquette

محمود محمدی - اصغر گرشاسبی

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۳

حروفچینی: مریم صانعی دره بیدی - فاطمه محمدی

صفحه آرا: زهرا جعفری

چاپ و صحافی: جاوگستر

مدیر مسئول: حسن معادیخواه

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

نشر ذره، تهران، میرداماد، نرسیده به اسکان، شماره ۳۴۹، طبقه ۹، تلفن: ۸۸۷۹۶۲۸۲ - ۸۸۸۸۰۱۳۱

فهرست مطالب

مقدمه مؤلف ۷

بخش اول: آشنایی با مقوله آداب تجارت

الف. چیستی آداب ۱۱

تعریف آداب ۱۱

مولفه‌های آداب ۱۲

ب. آداب و فرهنگ تجارت بین‌الملل ۱۳

هنرهای بازرگانی و نحوه کسب آن ۱۳

دعای موفقیت در تجارت بین‌الملل ۱۵

تحلیل گرایش‌های تجاری ۱۸

فرهنگ‌های کسب و کارهای کانتکس ۲۱

پ. مولفه‌های آداب تجارت بین‌الملل ۲۲

آداب لباس و ظاهر ۲۴

آداب سلام کردن و دست‌دادن ۲۵

آداب تبادل کارت ویزیت ۲۵

آداب سخن گفتن ۲۶

آداب استفاده از عناوین و القاب ۲۶

آداب غذاخوردن ۲۷

آداب هدیه‌دادن و هدیه گرفتن ۲۸

آداب استفاده از زبان خارجی ۲۹

آداب نشان‌دادن زبان بدنی ۳۰

آداب نامه‌نگاری ۳۲

آداب ایمیل‌زدن و دریافت ایمیل ۳۴

آداب تلفن‌زدن و جواب‌دادن تلفن ۳۶

آداب کنفرانس تصویری ۳۸

آداب کنفرانس تلفنی ۴۰

بخش دوم آداب تجارت در کشورها

۴۳	الف. آداب تجارت منطقه‌ای
۴۳	آفریقا
۴۴	اروپا
۴۶	خاورمیانه
۴۷	آسیا
۴۹	اقیانوسیه
۴۹	امریکا لاتین
۵۱	ب. آداب تجارت کشوری
۵۲	۱. انگلیس
۶۴	۲. اسکاندیناوی
۷۶	۳. استرالیا
۸۸	۴. آفریقای جنوبی
۱۰۰	۵. اکراین
۱۱۳	۶. آلمان
۱۲۹	۷. آمریکا
۱۴۴	۸. انگلیس
۱۵۸	۹. ایتالیا
۱۷۴	۱۰. برزیل
۱۸۶	۱۱. بلژیک
۱۹۷	۱۲. تایوان
۲۰۹	۱۳. ترکیه
۲۱۹	۱۴. جمهوری چک
۲۳۱	۱۵. چین
۲۴۷	۱۶. دانمارک
۲۵۹	۱۷. روسیه
۲۷۵	۱۸. ژاپن

۲۹۰		۱۹. سنگاپور
۳۰۳		۲۰. سوئد
۳۲۰		۲۱. سوئیس
۳۳۵		۲۲. فرانسه
۳۵۰		۲۳. فنلاند
۳۶۳		۲۴. کانادا
۳۷۵		۲۵. کره جنوبی
۳۹۰		۲۶. مالزی
۴۰۳		۲۷. ژاپن
۴۱۷		۲۸. هلند
۴۳۲		۲۹. هند
۴۴۵		۳۰. هنگ کنگ
۴۶۰		منابع و مآخذ

مقدمه مؤلف

دنیای امروزی، به لطف پیشرفت‌های شگرف در ارتباطات، هر روزه در حال کوچک شدن است و تجار و بازرگانان از کشورهای مختلف دنیا مایل و یا مجبور به معامله و داد و ستد با هم هستند، لذا نمی‌توان از مقوله تفاوت‌های فرهنگی ملل مختلف غافل بود. در بازار بزرگ و رقابت‌گرایی بین‌الملل آشنایی کامل با ریزه‌کاری‌های آداب و فرهنگ طرف‌های تجاری یک ضرورت است و کوچک‌ترین اشتباه می‌تواند موجب اختلال در روابط و ناکامی در دستیابی به منافع شود.

آداب و فرهنگ تجارت در اصل با ایجاد رابطه درست و اعتمادسازی میان افراد سروکار دارد. در دنیای تجارت این افراد هستند که بر موفقیت یا شکست کار تجاری اثر دارند و آشنایی با آداب و فرهنگ تجارت می‌تواند برای افراد در موفقیت و جلوگیری از شکست را به حداکثر برساند. آداب تجارت مجموعه‌ای از رهنمودها و قواعد لازم برای رفتار مناسب در محیط کاری و تجارت است. آداب مناسب حتی می‌تواند از رابطه کاری و تجاری است و به تجار کمک می‌کند، مشتریان بیشتری جلب کنند.

به‌طور کلی آداب و فرهنگ تجارت را می‌توان به دو نکته کلیدی دور می‌زند: اول، توجه کامل به منافع و رویکردهای دیگران و دوم، به حداقل رساندن سوء تفاهات. این دو عامل به نحوه عملکرد فرد بستگی دارد.

گام اول در آشنایی با آداب تجارت بین‌الملل کار گذاشتن پیش فرض‌ها، کلیشه‌ها و اطلاعات ناقص و غلط است. دنیای امروز تفکر امروزی را می‌طلبد. قبلاً این که هر فرهنگ و کشوری دیدگاه‌ها و عملکردهای خاصی را درست می‌داند که ممکن است در فرهنگ‌های دیگر اشتباه و حتی ناهنجار تلقی شود، به معنای پیموده شدن عمده راه موفقیت است.

مهارت یافتن در آداب تجارت بین‌الملل در واقع بدست آوردن یک مهارت نرم است. یکی از برجسته‌ترین کارکردهای آداب و نزاکت نشان دادن احترام و ملاحظه نسبت به دیگران است. این امر به ایجاد و تداوم روابط خوب میان افراد کمک می‌کند. در واقع هنگام تعامل افراد باید به یکدیگر وجود قواعد مبتنی بر آداب و نزاکت سهولت و روان بودن ارتباطات، معامله و هر کار دیگری که در میان می‌نماید.

با توجه به نکات فوق، تجاری که می‌خواهند وارد عرصه تعامل با همتهای خارجی شوند باید پیچیدگی‌های کار در صحنه‌های بین‌المللی را مدنظر قرار دهند. تجارت امروزی بعد جهانی دارد و مستلزم سفر افراد به کشورهای خارجی و مراوده با مشتریان، همکاران و طرف‌های خارجی است. هر

کشوری یا فرهنگی دارای آداب و قواعد رفتاری خاص خود است که بسیاری از آنها مدون نیستند. هنگام مواجه شدن دو فرهنگ متفاوت با هم احتمال بروز اشتباهات کوچک آدابی به راحتی وجود دارد. این اشتباهات به ظاهر ساده می‌تواند عواقب منفی در روابط تجاری و اصل همکاری به جای گذارد.

خیره شدن به یک مشتری ژاپنی و یا بلند حرف زدن با طرف فیلیپینی به ظاهر اموری طبیعی هستند اما برای کسانی که با فرهنگ و آداب این دو کشور آشنا هستند، میرهن خواهد بود که همین کارهای به ظاهر عادی ممکن است چه اثرات بدی روی این افراد و نتیجه مذاکرات و مراودات کاری آنها داشته باشد. به هر حال افرادی که قصد دارند در صحنه‌های بین‌المللی به کار تجاری بپردازند باید با آداب و فرهنگ تجارت بین‌المللی به خوبی آشنا باشند.

فکر نگارش کتابی که اکنون عنوان "آداب و فرهنگ تجارت بین‌الملل" را به خود گرفته است، به سال ۱۳۷۱ هجری قمری یعنی دوره‌های آموزشی هنر و فن مذاکره توسط نگارنده، جهت برخی علاقمندان در سال ۱۳۷۱ هجری قمری در ذهن نگارنده نقش بست. هر چند در انتهای کتاب هنر و فن مذاکره، که چند سال قبل به قلم نگارنده منتشر شده بود، بخشی را به ویژگی‌های سبک مذاکرات و نقش عوامل فرهنگی در مذاکرات بین‌المللی اختصاص داده بودم اما مطالب بیان شده در آن کتاب به فراخور موضوع کتاب مختصر بود و نمی‌توانست به‌طور مشخص نیازهای تجار و بازرگانانی که در عرصه بین‌الملل درگیر مذاکرات مختلف تجاری می‌اشند، به‌طور کامل مرتفع نماید.

به هر حال با اتکا به مطالعات گذشته و مطالعات جدید در نیمه دوم سال ۹۲ پس از جمع‌آوری و مطالعه حدود ۲۰۰۰ صفحه تصمیم گرفتم کتابی تخصصی در مورد آداب و فرهنگ تجارت بین‌الملل با محوریت آداب تجارت در ۳۰ کشور منتخب دنیا تألیف کنم. حال که در تابستان سال ۹۳ بسر می‌بریم به لطف خدا کتاب آماده چاپ و در اختیار علاقمندان قرار گرفته است. به‌طور کلی این اثر در دو بخش تنظیم شده است. در بخش اول مطالب زیربنایی آداب به صورت کلی و مطالب مربوط به آداب تجارت بین‌الملل به‌طور خاص مورد بحث قرار گرفته است. در بخش دوم ۳۰ کشور مهم دنیا که عمدتاً طرف‌های تجاری بالقوه و یا بالفعل کشور می‌شوند، انتخاب و به‌طور مشروح آداب و فرهنگ تجارت در آنها ذیل مولفه‌های مختلف تجارت تجاری، سبک مدیریت، نحوه برقراری ارتباط، سبک مذاکرات، ضوابط لباس پوشیدن و غذا خوردن و ... مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

واقعیت این است که نگارنده در ابتدا عنوان آداب تجارت بین‌الملل را بر روی این اثر گذاشته بود اما از آنجایی که بحث آداب و تشریح آن بدون ورود به مسائل فرهنگی ممکن نبود ناگزیر واژه فرهنگ نیز در عنوان کتاب وارد شد.

این اثر مانند سایر آثار نگارنده خالی از نقص نیست و طبعاً نقطه نظرات صاحب نظران می تواند به رفع کاستی های آن کمک نماید. ضمن آرزوی مفید بودن این اثر برای علاقمندان، آماده دریافت نظرات اصلاحی می باشم. جا دارد از دست اندرکاران نشر ذره و مدیر محترم آن، جناب آقای حسن معادیخواه به جهت عنایت خاص به طبع این اثر تشکر می نمایم.

محمود محمدی - اصغر گرشاسبی

تابستان ۱۳۹۳

www.ketab.ir