

آداب و فرهنگ تجارت بین الملل

International Business culture and Etiquette

www.ketab.ir

مؤلف:

محمود محمدی



سرشناسه	: محمدی، محمود، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور	: آداب و فرهنگ تجارت بین الملل = International business culture and etiquette / مولف محمود محمدی.
وضعیت ویراست	: [ویراست ۲؟]
مشخصات نشر	: تهران: دیپادخت، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۴۰۳ص.
شابک	: 978-622-7515-38-1
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: در چاپ قبلی مولفین محمود محمدی، اصغر گرشاسبی بودند.
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۴۰۱ - ۴۰۳.
موضوع	: آداب کسب و کار Business etiquette بازرگانی بین المللی International trade آداب معاشرت Etiquette
رده بندی کنگره	: HF۵۳۸۹
رده بندی دیویی	: ۳۸۵/۵۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۶۱۰۶۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و نشریات است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ ها، سایت ها، مجله ها، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.



عنوان کتاب:	آداب و فرهنگ تجارت بین الملل
مؤلف:	محمود محمدی
ناشر:	دیپادخت
طراح جلد:	حسن ابراهیمی
نوبت چاپ:	اول
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۵۱۵-۳۸-۱
قیمت:	۱۵۰۰۰ تومان
وبسایت:	Vianbook.ir

آدرس انتشارات: میدان انقلاب، ضلع جنوب شرقی، کوچه آبرو، پلاک ۲ واحد ۴۴

شماره تماس: ۰۹۱۲۲۹۷۸۴۱۱ - ۶۶۹۵۲۱۶۲

فهرست مطالب

۸	مقدمه مؤلف
۱۰	بخش اول: آشنایی با مقوله آداب تجارت
۱	الف. چیستی آداب
۱	تعریف آداب
۲	مؤلفه‌های آداب
۳	ب. آداب و فرهنگ تجارت بین‌الملل
۳	هشیاری فرهنگی و نحوه کسب آن
۵	ده عامل موفقیت در تجارت بین‌الملل
۱۰	فرهنگ‌های های کانتکس و لوکانتکس
۱۱	پ. مؤلفه‌های آداب تجارت بین‌الملل
۱۲	آداب لباس پوشیدن و ظاهر
۱۳	آداب سلام کردن و دست دادن
۱۴	آداب تبادل کارت ویزیت
۱۴	آداب سخن گفتن
۱۴	آداب استفاده از عناوین و القاب
۱۵	آداب غذا خوردن
۱۶	آداب هدیه دادن و هدیه گرفتن
۱۷	آداب استفاده از زبان خارجی
۱۸	آداب نشان دادن زبان بدنی
۱۹	آداب نامه‌نگاری
۲۱	آداب ایمیل زدن و دریافت ایمیل
۲۳	آداب تلفن زدن و جواب دادن تلفن
۲۵	آداب کنفرانس تصویری
۲۹	بخش دوم: آداب تجارت در کشورها

۳۰.....	آفریقا.....
۳۱.....	اروپا.....
۳۲.....	خاورمیانه.....
۳۴.....	آسیا.....
۳۵.....	آمریکای لاتین.....
۳۸.....	۱. اتریش.....
۴۸.....	۲. اسپانیا.....
۵۹.....	۳. استرالیا.....
۷۰.....	۴. آفریقای جنوبی.....
۸۱.....	۵. اکراین.....
۹۲.....	۶. آلمان.....
۵۹.....	۷. آمریکا.....
۱۱۹.....	۸. انگلیس.....
۱۳۰.....	۹. ایتالیا.....
۱۴۵.....	۱۰. برزیل.....
۱۵۶.....	۱۱. بلژیک.....
۱۶۶.....	۱۲. تایوان.....
۱۷۷.....	۱۳. ترکیه.....
۱۸۶.....	۱۴. جمهوری چک.....
۱۴۵.....	۱۵. چین.....
۲۱۱.....	۱۶. دانمارک.....
۲۲۲.....	۱۷. روسیه.....
۲۳۶.....	۱۸. ژاپن.....
۲۴۹.....	۱۹. سنگاپور.....
۲۶۱.....	۲۰. سوئد.....

۲۴۹	 سوئیس ۲۱
۲۹۰	 فرانسه ۲۲
۳۰۳	 فنلاند ۲۳
۲۷۶	 کانادا ۲۴
۳۲۴	 کره جنوبی ۲۵
۳۳۷	 مالزی ۲۶
۳۴۸	 نروژ ۲۷
۳۶۰	 هلند ۲۸
۳۷۴	 هند ۲۹
۳۸۶	 هنگ کنگ ۳۰
۴۰۱	 منابع و مأخذ

www.ketab.ir

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 دادوستد باهم 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 اشتباهی 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 توانایی 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 جنبه مهمی از رابطه کاری و تجاری است و به تجار کمک می‌کند، مشتریان بیشتری جلب کنند. به طور کلی آداب و فرهنگ تجارت حول دو نکته کلیدی دور می‌زند: اول، توجه کامل به منافع و رویکردهای دیگران و دوم، به حداقل رساندن سوءتفاهمات. این دو عامل به نحوه عملکرد فرد بستگی دارد.

گام اول در آشنایی با آداب تجارت بین‌الملل کنار گذاشتن پیش‌فرض‌ها، کلیشه‌ها و اطلاعات ناقص و غلط است. دنیای امروز تفکر امروزی را می‌طلبد. قبول اینکه هر فرهنگ و کشوری دیدگاه‌ها و عملکردهای خاصی را درست می‌داند که ممکن است در فرهنگ‌های دیگر اشتباه و حتی ناممکن تلقی شود، به معنای پیموده شدن عمده راه موفقیت است. مهارت یافتن در آداب تجارت بین‌الملل در واقع به دست 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 با یکدیگر وجود قواعد مبتنی بر آداب و نزاکت سهولت و روان بودن ارتباطات، معامله و هر کار دیگری را تضمین 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 مراد به 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 مواجهه شدن دو فرهنگ متفاوت باهم 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، مبرهن خواهد بود که همین کارهای به ظاهر عادی ممکن است چه اثرات بدی روی این افراد و نتیجه

مذاکرات و مراودات کاری با آن‌ها داشته باشد. به‌هر حال افرادی که قصد دارند در صحنه‌های بین‌المللی به کار تجاری بپردازند باید با آداب و فرهنگ تجارت بین‌المللی به‌خوبی آشنا باشند. فکر نگارش کتابی که اکنون عنوان "آداب و فرهنگ تجارت بین‌الملل" را به خود گرفته است، به دنبال برگزاری برخی دوره‌های آموزشی هنر و فن مذاکره توسط نگارنده، جهت برخی علاقه‌مندان در سال‌های اخیر در ذهن نگارنده نقش بست. هرچند در انتهای کتاب هنر و فن مذاکره، که چند سال قبل به قلم نگارنده منتشر شده بود، بخشی را به ویژگی‌های سبک مذاکره‌ای 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 می‌باشند را به‌طور کامل مرتفع نماید.

به‌هر حال با اتکا به مطالعات گذشته و تحقیقات جدید در نیمه دوم سال ۱۳۹۹ 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 نمایم. حال که در زمستان سال ۱۴۰۰ بسر می‌بریم به لطف خدا کتاب آماده چاپ و در اختیار علاقه‌مندان است. به‌طور کلی این اثر در دو بخش تنظیم شده است. در بخش اول مباحث زیربنایی آداب به‌صورت کلی و مطالب مربوط به آداب تجارت بین‌الملل به‌طور خاص مورد بحث قرار گرفته است. در بخش دوم ۳۰ کشور به‌دنیای که عمدتاً طرف‌های تجاری بالقوه و یا بالفعل کشورمان محسوب می‌شوند، انتخاب و به‌طور مشروح آداب و فرهنگ تجارت در آن‌ها ذیل مؤلفه‌های مختلفی مانند ساختار تجاری، سبک مدیریت، نحوه برقراری ارتباط، سبک مذاکره‌ای، 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 صاحب‌نظران می‌تواند به رفع کاستی‌های آن کمک نماید. ضمن آرزوی مفید بودن این اثر برای علاقه‌مندان، آماده دریافت نظرات اصلاحی می‌باشم. جا دارد از دست‌اندرکاران نشر دیپادخت و مدیر محترم آن، سرکار خانم سارا حسینی ارانی به جهت عنایت خاص به طبع این اثر تشکر می‌نمایم.

محمود محمدی

زمستان ۱۴۰۰