

عنوان مقاله:

عوامل تاثیرگذار فرهنگی در مدیریت مذاکرات تجارت بینالملل

محل انتشار:

کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

آذر تقی زاده - کارشناسی ارشد - مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

عباسعلی قیومی - عضو هیات علمی و دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

شادان وهاب زاده - عضو هیات علمی و استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

خلاصه مقاله:

عدم شناخت کافی از تفاوت‌های فرهنگی، ریشه بسیاری از چالش‌ها و سوءتفاهمات در ارتباطات و مذاکرات فرهنگی در تجارت بینالملل میباشد. از آنجا که این امر میتواند باعث از دست دادن مشتریان، سود بالقوه و هم چنین ارزش افزوده ناشی از آنگردد، بنابراین در نهایت موجب از دست دادن سهم بازار جهانی میشود. در صورتی که شناخت فرهنگ و ارزشها و بسط آنها در تجارت بینالملل میتواند سهم فراوانی را به همراه داشته باشد. از آنجا که تجارت بین الملل سهم فراوانی در افزایش و رشدتجارت جهانی را دارا میباشد، لذا شرکتهای فعال در عرصه تجارت بینالملل با توجه به گستردگی فرهنگی که در جهان حاکم است نیاز به برقراری ارتباط با افراد و فرهنگهای متفاوت میباشد. عوامل مختلفی بر فرایند مذاکره تاثیر میگذارند که در نهایت منجر به موفقیت یا عدم موفقیت در مذاکرات میشوند. این عوامل میتواند فیزیکی مانند مکان و فضای مذاکره یا مرتبط با افراد مذاکره کننده مانند جنسیت آنها، برقراری تماس چشمی و غیره باشد. شناسایی این عوامل و درک میزان تاثیرگذاری آنها بر فرایند مذاکره در بهبود روابط و در نهایت موفقیت در مذاکره تاثیرگذار است. با توجه به اهمیت این عوامل، تحقیق حاضر درصدد است تا به بررسی و معرفی این مفاهیم بپردازد.

کلمات کلیدی:

فرهنگ، تجارت بینالملل، مدیریت مذاکرات بینالملل، مذاکره

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/606121>

