

عنوان مقاله:

بررسی استراتژی تجاری در مذاکرات چینی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی حقوق، روانشناسی، علوم تربیتی و رفتاری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سعید لندران اصفهانی - عضو هیئت علمی و استادیار، دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی- منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان، ایران

داوود رحیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان، ایران

محمود جمالی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

نظریه مذاکره غرب دو استراتژی مذاکره عمومی را ارائه می کند: همکاری و رقابت. اولی اغلب استراتژی برد-برد نامیده می شود در حالی که دومی استراتژی برد - باخت در نظر گرفته می شود. فرد متعارف مذاکره استراتژی مذاکره را هم برد - برد یا برد - باخت و هم همکاری یا رقابت توصیف می کند. این مطالعه نشان می دهد که همکاری و رقابت - دو استراتژی عمومی مذاکره غربی - نظیرهای شرقی را در فرهنگ سنتی چین مییابد: برد - برد (اصل کنفوسیوس) و برد - باخت (حیله های جنگی چینی) هر دو در فرهنگ سنتی چینیه دایت کننده روح تجارت چینی وجود دارند. مذاکره کننده چینی هم از استراتژی همکاری از نوع کنفوسیوسی و هم از استراتژی رقابتی نوع Sun Tzu در مذاکرات استفاده می کند - استراتژی ترکیبی که من آن را استراتژی مذاکره همکاری - رقابت چینی می نامم. واژه همکاری - رقابت نشان می دهد که مذاکره کنندگان چینی می توانند هم به طور مشارکتی و هم به طور رقابتی مذاکره کننده چون آنها با مشخصات فرهنگی ویژگیهای همکاری و رقابتی حرکت میکنند. این توضیح می دهد که چرا استراتژی مذاکره چینی اغلب در ادبیات به عنوان متناقض نما، ضد و نقیض، بیگانه و اسرار آمیز توصیف می شود، سنت کنفوسیوسی و حیللهای جنگی چینی به چینی ها استراتژی فرهنگی حک شده همکاری - رقابت را اعطا می کند که با آن هم به طورصادقانه و هم متقلبانه مذاکره می کنند. این تحقیق نشان می دهد که درجه اعتماد در طرف دیگر نقش مذاکره کننده چینی را تلقین می کند در حال ایفای نقش است. وقتی اعتماد متقابل زیاد است

کلمات کلیدی:

استراتژیهای تجاری، مذاکرات، چینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1523443>

