

کوهن، هرب، Cohen, Herb

این مورد را مذاکره کنید / هرب کوهن؛ مترجمان محمدابراهیم گوهریان، مهین خالصی؛ تحقیق و تدوین مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های تجارت جهانی گوهریان،

تهران: نسل‌نواندیش، ۱۳۸۸

ص ۳۶۰

مجموعه کتاب‌های تجارت جهانی؛ ۱۷

۹۷۸-۹۶۴-۴۱۲-۵۹۶-۶ دوره: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۲۱۳-۴

فیفا

Negotiate this! by caring, but not T-H-A-T much, c۲۰۰۳

مذاکره

گوهریان، محمدابراهیم، ۱۳۳۱، مترجم

الامسی، ماسن، مترجم

مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های تجارت جهانی گوهریان

BF۲۷/م۴۲۹۰۸۸

۳۰۲۱

۱۸۵۰۰۸۱

مجموعه کتاب‌های تجارت جهانی (۱۷)

این مورد را مذاکره کنید!

نویسنده: هرب کوهن

محمدابراهیم گوهریان، مهین خالصی

تحقیق و تدوین: مؤسسه مطالعات و

پژوهش‌های تجارت جهانی گوهریان

www.Goharian.com

ویراستار: فریبا عابدین‌نژاد

ویرایش نهایی: زهرا صفاری

صفحه‌آرا: الهه ایمنی

طراح جلد: ندا ایمنی

ناشر: نسل‌نواندیش

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۶

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۲۱۳-۴

ISBN: 978-964-236-213-4

کتاب‌های مورد نیاز خود را از فروشگاه انتشارات نسل‌نواندیش تهیه فرمایید.

نشانی فروشگاه نسل‌نواندیش: میدان ولیعصر - ابتدای کریمخان - پلاک ۳۰۸

تلفن: ۸۸۹۴۲۲۴۷ - ۹

www.naslenowandish.com

info@naslenowandish.com



naslenowandish

انتشارات نسل‌نواندیش

https://telegram.me/naslenowandish

فهرست

۱۱	پیشگفتار مجموعه
۱۵	فصل ۱: لذت درگیری مستقل
۴۳	فصل ۲: رهایی از طریق مذاکره
۷۹	فصل ۳: انجام بازی
۱۱۵	فصل ۴: بازی توأم با انگیزه
۱۴۵	فصل ۵: فرموان برای ... مله کردن
۱۹۳	فصل ۶: تی آی پی، دراکر
۲۰۱	فصل ۷: زمان و زمان بندی
۲۲۱	فصل ۸: اطلاعات
۲۴۹	فصل ۹: قدرت
۲۶۱	فصل ۱۰: منابع قدرت
۳۲۹	فصل ۱۱: درباره این ... و آن مذاکره کنید
۳۴۷	فصل ۱۲: بازی زندگی

پیشگفتار

تجارت جهانی کالا و خدمات از دو جنبه اهمیت دارد. اول، اقتصادها از طریق تجارت نیازهای یکدیگر را با حداقل هزینه تأمین می‌کنند. از این منظر با توجه به «منافع‌های نسبی» مختلفی که در کشورها وجود دارد، تقسیم کار بین اعضای بهترین راه برای دسترسی به رفاه و رشد اقتصادی بیشتر است. این همان نکته با نظریه‌ای است که دیوید ریکاردو در ابتدای قرن نوزدهم مطرح و آن را به نام خود در متون اقتصادی و بازرگانی ثبت کرد. دوم و مهم‌تر آن که، اقتصاد از طریق تجارت کالا و خدمات با فناوری‌های نوین آشنا می‌شوند. از این منظر تجارت جهانی شاهراه یادگیری است. درواقع، اقتصادها با روی آوردن به تجارت سیاست بازاری را دنبال می‌کنند که اجازه تبادل اطلاعات و انتقال جدید دانش علمی و فنی موجود را در پیشروترین مرزهای جهان به آنها می‌دهد. این مسئله به‌ویژه در این دوره متأخر اقتصاد جهانی برجسته‌تر است، زیرا از یک سو فناوری تولید بسیار پیشرفته شده و ارتباطات تجاری سازمان‌یافته بین کشورهای با فناوری به‌کاررفته در تولید کالاها و خدمات و اشاعه آن را فراهم می‌کند و از سوی دیگر، بخش عمده‌ای از تجارت به صورت درون‌بنگاهی و میان‌بنگاهی انجام می‌گیرد که امکان انتقال و جذب دانش علمی و فنی موجود در مرزهای جهانی را بیش از پیش می‌کند. نکته دوم نیز مرتبط با همان مفهوم و نظریه مزیت نسبی ریکاردوست.

اما صرف ورود در عرصه تجارت جهانی به معنای حصول این دو هدف مهم نیست. واقعیت امر این است که سهم‌بری اقتصادها از تجارت جهانی و همین‌طور بنگاه‌ها، بسته به ظرفیت‌های فن - شناختی آن‌ها متفاوت است. اقتصادها با فناوری بالاتر توان اختراع، ابداع و در نتیجه تولید و عرضه کالاهای نوین با ارزش افزوده بالاتر و همچنین توانایی حضور در مراحل آغازین معرفی و بلوغ محصول در بازار را دارند. زمانی که بازار بر اثر افزایش عرضه و تعداد رقبا اشباع می‌شود و قیمت کاهش می‌یابد، حنبز با راه‌یابی محصولی جدید با ارزش افزوده بالاتر روانه بازار می‌نند. به این صورت انباشت سود و ثروت و همین‌طور ابداع و اختراع به پیش و رور علاوه بر این، تأمین شرایط زیرساختی و پشتیبانی مناسب و در نهایت تأمین خلق بای مختلف زنجیره، از تولید تا مصرف در بازارهای جهانی، نقشی به هم در نفوذ به بازارهای جهانی و تقویت قدرت رقابتی دارد که این اقدامات به‌خوبی از عهده آن برمی‌آیند. این نکته نیز مرتبط با مفهوم و نظریه موسوم به «مزیت رقابتی» یا «سیاست راهبردی تجاری» است که طی دو دهه اخیر توسط نظریه‌پردازانی چون مایکل پورتر^۱ و پاول کروگمن^۲ ساخته و پرداخته شده است. این رویکرد علاوه بر توانایی برای تولید کالاها و خدمات با قدرت رقابتی بالا که مستلزم پیش‌شرط‌هایی چون تحقیق و توسعه به‌مدت‌های طولانی و هدایت راهبردی کارآمد دولت است، از تغییر و تحولات موجود در بازارهای جهانی، ساز و کارهای نفوذ در بازارها، روش‌های مذاکره و چانه‌زنی، روش‌های انعقاد قراردادهای موردی، جزئیات بازارها به تفکیک منطقه‌ای و کشوری، روش‌های بازاریابی و تبلیغات به تفکیک کالایی و خدماتی و

1. Michel Porter

2. Powell Crugman

استفاده از ابزارها و فنون نوین تجاری از جمله اینترنت و غیره آگاهی بسیار تخصصی و فنی داشته و نقشی بسیار مهم در موفقیت تجاری دارد. درواقع، این موارد جملگی ناظر بر ظرفیت جذب یک بنگاه در سطح خرد یا یک اقتصاد در سطح کلان است. برای پیشبرد سیاست تجاری و دسترسی به مزیت رقابتی باید عوامل اثرگذار بر ظرفیت جذب، از مدیریت درون‌بنگاهی گرفته تا مسائل مورد اشاره را، به‌خوبی فرا گرفت و به اجرا درآورد. به‌جز این راهی برای حضور در بازارهای جهانی وجود ندارد و نباید با صرف کاربرد واژگانی چون «جهش صادراتی» و نظایر آن خود را فریفت؛ «نابرده زنج گنج» میسر نمی‌شود. مزیت‌های موجود در کالاها و خدمات با ارزش افزوده بالا به مراتب‌های نسبی طبیعی با ارزش افزوده پایین از رهگذر خلق و ایجاد مزیت رقابتی میسر می‌شود و این بدون حداکثر تلاش و کوشش برای تأمین سرمایه‌مدکور، در چهارچوب برنامه‌ای هدفمند و راهبردی، چه در سطح کلان و چه در سطح خرد، امکان‌ناپذیر است.

در همین راستا مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های تجارت جهانی گوهریان با تأکید بر رسالت و مأموریت سازمانی خود مبنی بر افزایش دانش علمی و فنی موجود در حوزه‌های مختلف تجارت و بازرگانی، بر آن است تا با فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی از جمله تألیف و ترجمه آثار مهم، به پیشبرد هدف مذکور کمک کند. بر مبنای اعتبار بود سنده، اثر و همین‌طور نظرهای کارشناسی مجموعه مشاوران عالی علمی مؤسسه که از صاحب‌نظران بنام و برجسته کشور در حوزه‌های مختلف‌اند، ترجمه‌ها شناسایی و به فارسی برگردانده می‌شوند.

تألیف‌ها نیز به‌طور عمده به مهم‌ترین مسائل تجاری و بازرگانی با رویکرد کاربردی در حوزه‌های مختلف می‌پردازند. کتابی که پیش رو دارید یکی از کتب همین مجموعه است که در قالب پروژه‌ای پژوهشی و تحقیقاتی با

عنوان «تجارت جهانی» آغاز شده است. هدف این پروژه آماده‌سازی و انتشار حداقل ۱۰۰ جلد کتاب بوده است که امیدواریم در آینده‌ای نزدیک به‌طور کامل عملی شود.

تردید نیست که چنین تلاشی در برابر آنچه باید باشد و به‌ویژه آنچه باید به اهتمام دولت و دانشگاه صورت گیرد، ناچیز است اما به تعبیر زیبای ولانا «آب دریا را اگر نتوان کشید/ هم به قدر تشنگی باید چشید». رهنمون، امید است که این کوشش مورد توجه جامعه علمی، کارشناسی، بازرگاران، فعالان تجارت، چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی، قرار گیرد. همین‌طور امید است این مؤسسه با دریافت نظرهای ارزشمند و سودمند شما درباره آن کتاب‌ها و سایر فعالیت‌های مؤسسه، به اطلاعات و انتقادهای مؤثر و سازنده و اصلاحی دست یابد.

با آرزوی ایرانی سرافراز، اقتصادی قوی با کارشناسان و فعالان تجاری سربلند و موفق در عرصه‌های ملی و جهانی.

محمدابراهیم گوهریان

مدیرعامل