



اگر اهل رستوران رفتن هستید، اگر سرو کارتان زیاد به کارواش می افتد، اگر این روزها مشغول اسباب کشی یا خرید لوازم خانه هستید، حتما «انعام» ما فراموش نشه! زیاد به گوشتان خورده است. لغت نامه دهخدا، «انعام» را بخشش و هبه معنی کرده است، همه ما اما می دانیم پایبند نبودن به این بخشش عواقبی دارد. مثلا اگر به نگهبان و کارسور رستوران مورد علاقه تان انعام ندهید، باید از خیر دوباره برگشتن به آن رستوران بگذرید یا دست کم دیگر توقع خوشرویی و خدمات خوب نداشته باشید!

اگر کارگر کارواش را با مبلغ مناسبی راضی نکنید، در مراجعه بعدی

چشم غره و تحویل گرفته نشدن و کثیف ماندن بخش هایی از ماشین، کاملاً طبیعی است. پیام های بدتر

هم البته غیر قابل تصور نیست، مثلاً سال ۱۹۱۸ در آمریکا، ۱۰۰ پیشخدمت را به اتهام مسموم کردن سوپ مشتریانی که انعام نمی دادند، دستگیر کردند! خلاصه انعام، چیزی بیشتر از بخشش، در واقع قرار دادی نانوشته و گاهی سفت و سخت است. از آن جایی که قرار دادهای غیر رسمی را فرهنگ جوامع تعریف می کند، رفتار انعام دادن و گرفتن در کشورهای مختلف، تنوع و گوناگونی زیادی دارد. در این پرونده از فرهنگ انعام دادن می گوئیم، جزئیاتش را در کشورهای مختلف دنیا بررسی می کنیم و از روان شناسی هم برای فهمیدن این رفتار کمک می گیریم.

پرونده ای درباره فرهنگ انعام دادن و

جزئیات این رفتار در کشورهای مختلف

انعام ما یادت نره!

انعام در دنیا و ایران

شفاهی مبلغی را که برای او در نظر گرفته اید، مشخص کنید.

❶ در آمریکا انعام دادن تقریباً اجباری است. در این کشور به دلیل پایین بودن دستمزدها پیشخدمت ها و کارگران، درآمد اصلی آن ها از انعام تأمین می شود؛ ۲۰ تا ۲۵ درصد مبلغ کل صورت حساب برای پیشخدمت ها و ۲۰ درصد کرایه برای رانندگان تاکسی، انعامی معقول و مورد انتظار است.

❷ در فرانسه، مشتری ها همواره مبلغ مختصری روی میز رستوران ها می گذارند؛ کاری که گفتیم در آلمان، گستاخی نابخشودنی به حساب می آید. نکته جالب آن که در فرانسه حق سرویس معمولاً به صورت حساب اضافه می شود و کسی انتظاری برای دریافت انعام ندارد اما چون این مبلغ به صاحب رستوران تعلق می گیرد، مشتری ها به میل خودشان برای پیشخدمت ها مبلغی انعام در نظر می گیرند.

❸ در کانادا رسم انعام دادن بسیار شبیه به آمریکاست با این تفاوت که در کانادا افراد باید بابت رقم انعام های دریافتی مالیات بدهند. کانادایی ها برعکس مردم اتریش، با انعام گرو کشی نمی کنند؛ آن ها اگر از خدمات ناراضی باشند به جای نپزداختن انعام، درباره کیفیت پایین خدمات و دلایل نارضایتی شان حرف می زنند.

❹ در کشور ما، انعام چندان تابع قاعده و قانون نیست؛ کسی، حساب و کتاب نمی کند که چند درصد صورت حساب و فاکتور ش را باید انعام بدهد اما در مشاغل مختلف، خرده فرهنگ هایی وجود دارد که بی نیاز به محاسبه و گفت و گو مشتری را به پرداخت انعام مجاب می کند؛ مثلاً کارکنان بعضی ادارات در ازای کارراه اندازی یا دریافت پول چاپ «واشیرینی بچه ها»، انعامشان را می گیرند. عروس و دامادها در ایران می دانند، غیر از هزینه های اصلی مجلس عروسی باید مبلغ نسبتاً چشمگیری را برای انعام آرایشگر و دی جی و کارکنان تالار عروسی و شاگرد گل فروشی کنار بگذارند. در رستوران های شیک و گران قیمت باین که هزینه سرویس تمام و کمال و حتی بیشتر از چیزی که باید، گرفته می شود اما مشتری ها بدشان نمی آید نگهبان جلوی در را با مبلغی اندک خوش حال کنند به ویژه اگر موقع ورود و خروج در را با احترام برایشان باز کرده باشد.

منابع: ایسنا، جام جم، همشهری آنلاین، اقتصادنیوز، فرصت امروز، دنیای اقتصاد، ترجمان

درباره انعام، یک سری قواعد کلی وجود دارد؛ مثلاً در رستوران اگر هزینه خدمات به صورت حساب شما اضافه شده، نیازی به انعام دادن نیست در غیر این صورت، بهتر است ۵ تا ۱۰ درصد مبلغ صورت حسابتان را انعام بدهید. اگر راننده تاکسی، چمدان های تان را برایتان حمل کرد واضح است که باید با انعام از او تشکر کنید، با این همه این قواعد همه جا جواب نمی دهد؛ در کشوری ممکن است نشان قدر شناسی و ادب باشد و در کشور دیگری، گستاخی به حساب بیاید. در ادامه، با جزئیات رفتار انعام دادن در چندین کشور دنیا آشنا می شوید.

❶ در هند، انعام دادن خیلی متداول نیست؛ با این حال گاهی افرادی که خدمات می دهند، خودشان از مشتری تقاضای انعام می کنند. فقط در رستوران های خیلی شیک و مجلل، حرف از انعام زده می شود؛ از میان تمام کارگران مشغول به کارهای سخت و سطح پایین هم تنها گاهی کالسکه ران ها تقاضای گرفتن انعام می کنند.

❷ در ژاپن همان طور که گفتیم انعام دادن بی ادبی است چون ژاپنی ها معتقدند ارائه کردن خدمات به مشتری، وظیفه است و دلیلی برای دریافت مبلغ اضافی وجود ندارد. ژاپنی ها باتأکید زیادی روی غرور و احترام شخصی، باور دارند وقتی پای پول به میان می آید در واقع صداقت و اخلاق فردی خدمتگذار موردتوهین قرار می گیرد. خلاصه در ژاپن همیشه حق با مشتری است.

❸ اتریشی ها میزان رضایتشان از خدمات را با انعام نشان می دهند. در این کشور، گرچه خدمه و کارکنان رستوران ها، هتل ها و... درآمد مناسبی دارند و حق سرویس در صورت حساب ها منظور می شود اما انعام ندادن به طور کلی غیرمودبانه است و فقط در صورت نارضایتی از سرویس دریافتی توجیه دارد. البته اتریشی ها فقط در رستوران های دست به جیب می شوند که پیشخدمت غذا را سر میزشان بیاورد.

❹ واژه ای که در زبان آلمانی برای انعام به کار می رود، به معنی پولی اندک برای نوشیدنی است. آلمانی ها اما به نحوه پرداخت این پول نوشیدنی خیلی حساس هستند؛ مثلاً اگر کسی بعد از صرف قهوه اش، برای تشکر مبلغی پول روی میز بگذارد آلمانی ها را عصبانی خواهد کرد. برای تشکر از پیشخدمت باید به صورت

چرا فرهنگ انعام در کشورهای مختلف متفاوت است؟

شغلی پایین رتبه است که با دریافت زیاد انعام، به نوعی احترام از دست رفته اش جبران می شود. «مایکل لین»، استاد رفتارشناسی مصرف کنندگان و بازاریابی در دانشگاه «کرنل» آمریکا می گوید در ازای افزایش درصد تولید ناخالص ملی که در مالیات جمع آوری می شود، رفتار انعام دادن کاهش می یابد. برای توضیح نظریه اش از کشورهای حوزه واسکاندیناوی مثال می آورد؛ در این کشورها میزان مالیات بالاست و احترام، مستلزم این است که جامعه به عنوان یک کل، به گونه ای طراحی شده باشد که استاندارد مطلوب زندگی را برای همه تضمین کند. پرداخت حقوق متناسب شأن افراد هم به معنای تضمین این اصل است که هر کسی می تواند با ساخت کوشی، زندگی آبرومندانه ای داشته باشد و دستمزدها منصفانه ای دریافت کند؛ لذا نیاز چندانی به انعام گرفتن وجود ندارد.



بیشتر و در نتیجه علاقه بیشتری بین دو افرادی می شود. این همان قاعده ای است که به عنوان استراتژی فروش به کار می رود؛ وقتی فروشنده بعد از گوش کردن دقیق به مشتری، درخواست او را تکرار می کند (مشابهت)، محیط گرمتری برای بستن قرارداد فراهم می کند. به این ترتیب، وقتی پیشخدمت، بعد از دریافت سفارش تان چیزی را که خواسته اید تکرار می کند، شما به احتمال زیاد در انعام دادن، سخاوتمندتر به خرج می دهید.

چه چیزی ما را به انعام دادن، مجاب می کند؟

روان شناسی انعام

تفاوت های فرهنگی در رفتار انعام دادن را به کمک روان شناسی هم می شود فهمید. «جان استیسی»، روان شناس رفتارهای شغلی، در دهه شصت میلادی (نظریه تساوی حقوق) را مطرح کرد؛ او در توضیح این نظریه می گوید: «اقتضای اجتماعی شدن ما این است که وقتی روابطمان با دیگران نابرابر باشد، احساس اضطراب و ناراحتی کنیم. احساس نابرابری و پیامدهای روانی اش در هر بافت فرهنگی، به شیوه متفاوتی توجیه می شود؛ به این ترتیب انعام در ژاپن یا نروژ، تفاوت جایگاه ها را برجسته می کند، حسن نابرابری را افزایش می دهد و باعث بالا رفتن احساس ناراحتی می شود؛ در حالی که در بریتانیا و ایالات متحده، دادن انعام، از نابرابری مالی میان مشتری و کارکنان می کاهد و تنش را کم می کند. روان شناسی همچنین ساز و کارهایی که رفتار انعام دادن را برمی انگیزد، توضیح می دهد. یکی از این ساز و کارها قاعده مشابهت است؛ به این معنی که شباهت رفتاری عم از ظاهری یا کلامی باعث ایجاد حس اطمینان

کلینیک سیماطب

کلینیک سیماطب با همکاری کادری مجرب از پزشکان متخصص و فوق تخصص و بهره گیری از پیشرفته ترین دستگاه ها و جدیدترین روش های روز دنیا در زمینه های زیبایی، جوانسازی پوست، مشاوره جراحی پلاستیک، کاشت مو در خدمت هم میهنان گرامی می باشد.

ویزیت پزشک متخصص پوست و فوق تخصص جراحی پلاستیک همه روزه با تعیین وقت قبلی

@simateb

شعار سیماطب: ارائه بالاترین میزان اثربخشی بدون عوارض



مشهد: احمد آباد خیابان کلاهدوز
کلاهدوز ۸ پلاک ۶۹
تلفن ۵ خط: ۰۵۱۳۸۴۶۲۶۰۱

۰۹۷۰۶۵۵۸۹



بزرگترین و لوکس ترین فست فود در ایران

- شعبه ۱: جاده طرقله، بعد از امام رضا ۹
- شعبه ۲: نبش چهارراه آزادشهر
- شعبه ۳: هفت تیر، بین ۱۸ و ۲۰
- شعبه ۴: بلوار جانباز، بعد از پروما

۰۹۷۰۶۵۵۸۹

تلفن سفارش

۳۱۵۱۵

ارسال رایگان به اکثر نقاط



پاستا



پیتزا ایتالیایی



ماهی تنوری



کنتای



پیتزا آمریکایی



قرمه



انواع برگر