

УСПЕШНОЕ ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ

Родионова Ирина Евгеньевна

студент Сибирского государственного университета путей сообщения, РФ, г. Новосибирск

Смоленцева Елена Михайловна

студент Сибирского государственного университета путей сообщения, РФ, г. Новосибирск

Цевелев Владимир Викторович

научный руководитель, доц., канд. экон. наук Сибирского государственного университета путей сообщения, РФ, г. Новосибирск

Каждый человек в своей жизни сталкивается с теми или иными противоречиями, конфликтными ситуациями, без которых не обойтись и в бизнесе. Наиболее эффективным способом разрешения конфликтов являются переговоры, при проведении которых участвующие стороны пытаются найти взаимоприемлемые решения для достижения поставленной цели. Главная задача переговоров заключается в поиске оптимального варианта для достижения желаемого результата.

Проведение переговоров является одной из важнейших сторон деятельности любой организации, так как умение общаться с деловыми партнерами и убедить их принять или отказаться от каких-либо условий соглашения, может существенно повлиять на уровень прибыли и успешность предприятия в целом.

Для эффективных переговоров необходима тщательная предварительная подготовка к ним, включающая в себя разработку стратегии их ведения с учетом информации о партнере: его личных качествах, интересах, потребностях. Также ведущим переговорный процесс необходимо уметь сочетать дипломатию, убеждение, компромисс, быть внимательным к аргументам оппонента.

Следует отметить, что не существует универсальной выигрышной стратегии для всех случаев жизни, так как ее выбор «во многом зависит от ожидаемых последствий переговоров для каждой из сторон, от понимания успеха переговоров их участниками» [2, с. 373].

Но все же можно выделить основные стратегии ведения переговоров: «выигрыш-проигрыш», «проигрыш-выигрыш», «проигрыш-проигрыш», «выигрыш-выигрыш», «выигрыш».

Суть подхода «выигрыш-проигрыш» состоит в стремлении каждого из участников переговоров к достижению собственной победы без учета интересов другой стороны. Для достижения желаемого результата, в данном случае могут применяться всевозможные средства и приемы, например, власть, связи, а также различные уловки и угрозы.

При такой стратегии происходит жесткое психологическое давление на оппонента, поэтому он вынужденно принимает невыгодные, навязанные условия сделки. Кроме того противоречия, конфликты и столкновения при ведении переговоров могут спровоцировать напряженность, и даже разрыв отношений, поэтому данная стратегия применяется преимущественно при кратковременных деловых связях.

Примером стратегии «выигрыш-проигрыш» может послужить установление монополии на

рынке, когда компания-монополист диктует свои цены другим фирмам.

Стратегия «проигрыш-выигрыш» может применяться в двух ситуациях:

1. когда партнер осуществляет жесткое давление, применяя все свои преимущества;
2. при добровольном отказе от победы, если результат переговоров является не главным, а сами переговоры служат другим целям.

В обоих случаях, она сопровождается существенными уступками и нарушением интересов проигрывающей стороны. Пример — сезонные скидки на товар.

Поддерживая принцип «проигрыш-выигрыш», человек испытывает множество отрицательных эмоций, которые постепенно накапливаясь приведут к тому, что возникнет неприязнь между партнерами, и разрушаться уже построенные отношения.

Следующая стратегия «проигрыш-проигрыш» характеризуется тем, что каждый из партнеров в первую очередь хочет выиграть, но в результате проигрывают обе стороны, поскольку переговоры, которые выстраиваются вокруг требований к собеседнику сдать позиции, заходят в тупик. При этом возможны два варианта развития данной стратегии: либо избегать конфликта, либо прийти к компромиссу по тем или иным вопросам.

Примером данной стратегии может послужить задержка поставки товара, в результате которой фирма не получила запланированную прибыль, а покупатели необходимый им товар.

«Стратегия «выигрыш-выигрыш» представляет собой реализацию на практике одного из важнейших принципов человеческого взаимодействия. Он состоит в том, что выигрыш одного из партнеров более результативен, если созданы условия для успешной деятельности всех партнеров» [3]. В данном случае соблюдаются интересы обеих сторон, поэтому каждый из партнеров может твердо отстаивать свои позиции и будет прикладывать максимум усилий для выполнения своих обязательств.

Рассмотрим два примера на стратегию «выигрыш-выигрыш».

1. Фирма сдает в аренду одно из своих свободных помещений, а деньги, полученные за нее, идут на погашение кредита банку.
2. Двум сотрудникам фирмы необходимо добраться для удаленного филиала, при этом у одного из них есть автомобиль, оба останутся в выигрыше, если один подвезет, а другой заплатит за бензин.

При стратегии «выигрыш» на проведении переговоров главной целью является достижение собственной победы, не смотря на выигрыш или проигрыш партнера. Эта стратегия легко может перейти в стратегию «выигрыш-проигрыш» или «выигрыш-выигрыш».

Стратегия «выигрыш-выигрыш» считается наиболее успешной для ведения переговоров. В данном случае хочется процитировать рассказ Стивена Кови, доказывающий жизнеспособность данной стратегии:

«Однажды мне довелось консультировать президента широкой сети предприятий розничной продажи. Он сказал:

— Идея «выигрыш-выигрыш» весьма привлекательна, но не реалистична. Все время кто-то выигрывает, а кто-то проигрывает. Если не соблюдать правила игры, ничего не получится.

— Отлично, — ответил я. — Попробуйте применить к покупателю принцип «выигрыш-проигрыш». Если вы не монополист, это реально?

— Ну...Нет.

— Почему?

— Я попросту потеряю покупателей.

— Хорошо. Следуйте схеме «проигрыш-выигрыш»: отдавайте товар без коммерческой наценки. Это реально?

— Нет. Без прибыли нет торговли.

Мы рассмотрели оставшиеся варианты стратегий и оказалось, что, действительно, «выигрыш-выигрыш» — самый реалистичный подход.

— Положим, с клиентами это так, — признал мой собеседник. — Но не с поставщиками.

— По отношению к поставщику вы сами являетесь клиентом. Почему здесь не должен действовать тот же принцип?» [1, с. 54]

В заключение следует отметить, что придерживаться какой-либо стратегии постоянно неправильно, так как нужно учитывать конкретный переговорный процесс, цели и условия его проведения.

Так если вы не хотите разрывать отношения с партнером, но результат переговоров для вас на втором месте, то лучше всего использовать стратегию «проигрыш-выигрыш».

Подход «выигрыш-проигрыш» следует использовать, если вы нацелены на кратковременные деловые связи с партнером.

Стратегия «выигрыш» будет успешной в условиях, когда нет достаточного количества необходимой информации, и неизвестно как долго будут продолжаться деловые связи. Эта стратегия хороша еще тем, что она может перейти либо «выигрыш-выигрыш» или в «выигрыш-проигрыш» при проведении переговоров.

Что касается стратегии «проигрыш-проигрыш», то она применяется довольно редко и является малоэффективной.

Список литературы:

1. Кови Стивен Р. Семь навыков высокоэффективных людей. Возврат к этике характера. — М.: Вече, Персей, Астрель, 1998. — 88 с.
2. Конфликтология: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики управления и гуманитарно-социальным специальностям / Под редакцией Ратникова В.П. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2012. — 543 с.
3. Саркисян Б.С. Выбор успешной стратегии переговоров — [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://www.elitarium.ru/2006/08/04/vybor_ushpeshnojj_strategii_peregovorov.html (дата обращения 02.05.2015).
4. Шевчук Д.А. Конфликты: избегать или форсировать?: все о конфликтных ситуациях на работе, в бизнесе и личной жизни. — М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2009.