

Negocjacje w biznesie

Autor: Małgorzata Budnik

Negocjacje - to proces, w którym przynajmniej dwie strony za pomocą komunikacji dążą do uzyskania dla siebie korzyści. Strony te posiadają odmienne stanowiska oraz interesy. Celem negocjacji jest wypracowanie wspólnego stanowiska, które znajduje się w przestrzeni akceptowalnych rozwiązań przez każdą ze stron konfliktu. Proces negocjacji charakteryzuje: konflikt interesów; istnienie wspólnej, dla każdej ze stron konfliktu, przestrzeni akceptowalnych rozwiązań; komunikacja oraz zakończenie: porozumienie lub fiasko. Dobre negocjacje dla obu stron to: proces integracyjny, rzeczowy styl negocjacji, strony konfliktu są względem siebie uczciwe, kreatywne, mają dobrą komunikację i nie dają sobą manipulować.¹

.Tak więc, negocjacje można traktować, jako element ludzkiego zachowania, które mają miejsce między jednostkami podejmującymi działanie we własnym imieniu bądź też reprezentują zorganizowane grupy.² W związku z tym zakres stosowania negocjacji w życiu społecznym i w sferze publicznej ma wiele zastosowań. Podejmowane są w sytuacjach konfliktowych występujących między stronami w celu znalezienia odpowiedniego rozwiązania i wyeliminowania zagrożenia spowodowanego przez strony zaangażowane w konflikt. Znalazły zastosowanie również w przypadku określenia warunków współdziałania podmiotów, np. w poszukiwaniu przez te podmioty wspólnego przedsięwzięcia, jak również w celu sprecyzowania zasad trwałej współzależności. Negocjacje znalazły swoje miejsce w celu określenia między stronami warunków stosunku prawnego, np. mającego charakter obligatoryjny w umowie sprzedaży, umowie o dzieło czy też umowie zleceniu. Natomiast w sytuacji negocjacji z podmiotem o kompetencjach uprawniających do stosowania władztwa administracyjnego, negocjacje mogą doprowadzić do uzgodnienia treści jednostronnego władczego rozstrzygnięcia dotyczącego organu administracji publicznej, w którym przebiega proces kształtowania sytuacji prawnej adresata, którego dotyczy rozstrzygnięcie.³

Z negocjacjami mamy do czynienia praktycznie każdego dnia, gdyż mają one miejsce również w pracy i biznesie. Występują negocjacje z podwładnymi, przełożonymi, klientami, partnerami czy też kontrahentami. Spotykamy ludzi, którzy reprezentują: różne poglądy, kierują nimi różne motywy działania czy postawy. Z tego też względu nasze zarobki, przebieg

¹ L. Baczyński, *Sekrety Skutecznych Negocjacji*, Poznań 2004, s. 6,7.

² G. I. Nierenberg, *Sztuka negocjacji*, Warszawa 1998, s. 16, 19.

³ M. Tabernacka, *Negocjacje i mediacje w sferze publicznej*, Kraków 2009, s. 19, 20.

kariery, osiągnięcia i wyniki w firmie są uzależnione od nabytych umiejętności negocjacyjnych.⁴

Najlepsze przedsiębiorstwa, które prowadzą działalność praktycznie we wszystkich ważnych dziedzinach życia wypracowały umiejętności efektywnego prowadzenia rozmów. Zatem sukces tych przedsiębiorstw, to sposób prowadzenia rozmów na każdym stanowisku pracy i w jaki sposób ludzie sobie z danym problemem radzą. Do najczęstszych tematów takich rozmów można zaliczyć m.in.: bezpieczeństwo (w sytuacji, gdy nie jest przestrzegany regulamin albo zostały naruszone zasady bezpieczeństwa), wydajność (w sytuacji, gdy pracownik źle wypełnia swoje obowiązki, nie wywiązuje się z obietnic bądź nie wykonuje zakładanej normy wydajności), jakość wykonywanej pracy i każda inna pojawiająca się kwestia, np. różne sytuacje w przypadku poczucia urażenia, zagrożenia, zranienia czy poniżenia. Najlepsze przedsiębiorstwa w zasadzie nie odróżniają się od innych firm. Różnica polega jedynie na sposobie reakcji na niewłaściwe działanie pracowników bądź pracodawcy. W nich nie czeka się, aż problemem zajmie się szef firmy czy instytucje i zostaną zastosowane odpowiednie procedury. Pracownicy sami podejmują działania w celu rozwiązania zaistniałego problemu, a nie czekają na inicjatywę zwierzchników. Dzięki temu firma rozwija się.⁵

W biznesie znajomość umiejętności negocjacyjnych potrzebna jest do nawiązania kontraktów z kontrahentami i może w efekcie przyczynić się do oszczędności w wyniku wynegocjowania korzystniejszych warunków, niższych cen czy korzyści o innym charakterze podczas dokonywania zakupu danego produktu. Przeprowadzając negocjacje poznajemy przeciwną stronę negocjacji – partnera biznesowego, dowiadujemy się niezbędnych informacji o jego usłudze i produkcie.⁶ Umiejętność negocjacji w biznesie przynosi korzyści natychmiastowe. Zysk netto – to każda złotówka, która została wynegocjowana, a kolejny telefon może być sukcesem finansowym.⁷

Poprzedzeniem takiej negocjacji jest należyte przygotowanie się do tego procesu. Proces negocjacji składa się z następujących elementów: wstępne rozpoznanie, ustalenie celów negocjacji, wstępne rozmowy, argumentacja i kontrargumentacja, projekt umowy, podsumowanie i podpisanie umowy.

⁴ D. Świerk, *Techniki najskuteczniejszych negocjatorów*, Kraków 2007, s. 5.

⁵ K. Patterson, J. Grenny, R. McMillan, A. Switzler, *Sztuka negocjacji-Jak prowadzić rozmowy ważne, trudne i decydujące*, Warszawa 2002, s. 16, 17.

⁶ <http://www.konferencja-sto.pl/negocjacje-w-biznesie>

⁷ E. Kastory, *Negocjacje z klasą*, Business Coaching 5/2010, s. 12.

Wstępne rozpoznanie polega na stworzeniu odpowiedniego zespołu, ustaleniu warunków i celów jakie zamierzamy osiągnąć, a także zebranie i poznanie różnych informacji dotyczących stron negocjacji. Można wyróżnić dwie podstawowe strategie negocjacji: strategię pozycyjną określaną również jako tradycyjną oraz strategię problemową. Pierwsza z nich polega na dokonaniu rozgraniczenia interesów wszystkich stron konfliktu. Partner w tej strategii jest postrzegany jako przeciwnik, bądź jako konkurent w stosunku do naszego biznesu. Strategię tę można podzielić na „Miękką” oraz „Twardą”. Cechą charakterystyczną strategii „Miękkiej” jest kładzenie nacisku na dobre stosunki z kontrahentami. Stosowana jest wówczas, gdy współdziałanie korzystne jest dla wszystkich stron, a współpraca niesie ze sobą lepsze funkcjonowanie biznesu. Strategię „Twardą” można scharakteryzować, jako brak zaufania do partnera, a priorytet stanowią własne korzyści w biznesie i jest źle postrzegana. Strategia problemowa traktuje konflikt, jako problem, który należy rozwiązać. W tej strategii wszystkie strony dążą do jego najefektywniejszego, w stosunku do siebie i partnerów, rozwiązania. W zależności od celu i problemu należy wówczas wybrać odpowiednią strategię, mając na uwadze, iż najważniejszym celem negocjacji jest nawiązanie współpracy z kontrahentem, wynegocjowanie jak najlepszych warunków współpracy i podpisanie umowy. Negocjacje kończą się powodzeniem, gdy wynegocjowane zostały choćby minimalne warunki współpracy, zaś niepowodzeniem, gdy tych warunków nie można wynegocjować. Wówczas z negocjacji należy się wycofać.⁸ Obecnie świadomość firm odnośnie szerokiego zakresu i znaczenia technik negocjacyjnych wzrosła.⁹

Tak więc, do fundamentalnych faz negocjacji można zaliczyć: fazę przedwstępną, fazę wstępnej negocjacji, fazę właściwych rozmów, fazę sporządzania dokumentów końcowych, fazę akceptacji (faza ratyfikacyjna i publikacyjna).

Reasumując można stwierdzić, iż negocjacje stanowią jedną z najskuteczniejszych metod rozwiązywania konfliktów w życiu prywatnym, zawodowym i społecznym. Jej strategia to cel i metoda. Jednak musi istnieć współzależność stron. Negocjujemy z tymi, których działanie może uniemożliwić osiągnięcie celu, a inne działanie pomóc w jego realizacji.¹⁰ Dzięki negocjacji możemy dokonywać skutecznej realizacji interesów, zaspakajając potrzeby i oczekiwania również na swoim stanowisku pracy, jak i rynku biznesowym. Udział ekspertów w negocjacjach jest bardzo ważny, gdyż nie dochodzi wówczas do zniekształceń

⁸ <http://www.konferencja-sto.pl/negocjacje-w-biznesie>

⁹ G. I. Nierenberg, *Sztuka negocjacji*, Warszawa 1998, s. 29.

¹⁰ E. Kastory, *Negocjacje z klasą*, BUSINESS COACHING 5/2010, s. 12.

informacji i błędów oraz oszczędza się czas, jaki zastałby poświęcony na konsultacje pośrednie.