

ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163с.

4. Плотніченко С.Р., Гаврилюк І.І. Роль стратегічного управління при виході аграрних підприємств на зовнішній ринок/ С. Р. Плотніченко, І. І. Гаврилюк.// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)/ За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2014. - №4 (28).- 163 с. С. 148-150.

5. Плотніченко С.Р. Формування ефективного ринку сільськогосподарської продукції / С. Р. Плотніченко.// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)/ За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. - №2 (22).- 389 с. С. 317-322.

МЕТОДИ ВЕДЕННЯ ПЕРЕГОВОРІВ.

Плотніченко С.Р.

к.е.н., доцент

Попович С.В.

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного, Мелітополь

У сучасному світі багато менеджерів та бізнесменів на початковому та більш продвинутому рівні можуть нехтувати певними правилами та техніками ведення переговорів. Деякі на інтуїтивному рівні виконують та застосовують їх, але є й ті, хто не знаючи про основ роблять велику кількість помилок які, у свою чергу, призводять до втрати відносин із клієнтами та доходу.

Отже, важливо мати уявлення про основні техніки ведення ділових переговорів, знати додаткові прийоми та вміти їх застосовувати.

Процес ведення переговорів складається з п'яти етапів. Далі наведенні їх завдання та принципи.

Перший етап — початок ведення переговорів. На цьому етапі встановлюється контакт з партнерами, залучається увага, також це найкращий час для пробудження інтересу, а у разі потреби «перехоплення» ініціативи в процесі переговорів.

Для початку переговорів кращим рішенням буде створення сприятливого «клімату». Треба уникати складних речень, незрозумілих пояснень. Намагайтеся говорити коротко, ясно, змістовно, звертайтеся до співрозмовників за ім'ям, подбайте про свій зовнішній вигляд.

Другий етап — передавання інформації. На цьому етапі важливим буде збирання спеціальної інформації щодо проблем, вимог і побажань партнера та його організації (фірми), виявлення мотивів і цілей партнера. передавання запланованої інформації, формування основ для аргументації чи попередньої

перевірки правильності вузлових пунктів власної аргументації, аналіз і перевірку позиції партнера, попереднє визначення напрямків наступної діяльності, що в остаточному підсумку спростить останню фазу — прийняття рішень. Канадський гуру бізнес-психології та соціальних контрактів Малкольм Гладуелл вважає, що для успіху ділових переговорів вам потрібно «заразити» співрозмовника своєю ідеєю.

Третя фаза — аргументування. На цій фазі формується попередня думка, визначається позиція щодо даної проблеми, яка влаштовує обидві сторони. Тут можна спробувати змінити, в разі потреби, вже сформовану думку (позицію), закріпити те, що вже сформувалося чи змінилося, на нову думку. На цьому етапі можна усунути чи пом'якшити суперечності, що позначилися до переговорів чи виникли у процесі їх проведення, критично перевірити власні положення й факти, викладені партнером.

Для досягнення успіху в переговорах в аргументації необхідно використовувати правила культури й етики проведення:

- варто оперувати простими, ясними, точними й переконливими поняттями;
- темп і способи аргументування варто вибрати з урахуванням особливостей характеру та звичок партнера;
- аргументація повинна бути коректною стосовно партнера;
- варто уникати неділових висловів і формулювань, що ускладнюють сприйняття сказаного, але загалом мова повинна бути образною, а аргументи — наочними.

На цьому етапі доречним буде об'єктивний метод. Такий метод переговорів пропонує оцінити інтереси сторін, виходячи з різних критеріїв. Це підсилить ваші аргументи, захистить інтереси і допоможе вийти із ситуації протистояння. Такий підхід створює нейтральну базу для згоди учасників переговорів. Він однаково допомагає й обґрунтувати свою позицію, й відхилити невігідну пропозицію.

Також можна звернути уваги на техніку "поза грою", яка стане відмінним рішенням в тих випадках, коли один партнер викликає в іншого роздратування.

Четвертий етап — спростування аргументів партнера. У цей час, між партнерами відбувається розмежування окремих заперечень щодо суб'єктів, об'єктів, місця, часу і наслідків, пояснення висловлених чи невисловлених заперечень, зауважень, сумнівів, а також нейтралізація зауважень партнера, якщо для цього є можливості, спростування заперечень партнера.

Під час вирішення зазначених завдань варто дотримуватися логічної структури спростування зауважень і аргументів партнера, зокрема, локалізувати кожне зауваження чи аргумент; проводити аналіз зауважень; виявляти справжні причини; вибрати тактику спростування. На цьому етапі у нагоді може стати техніка "мозковий штурм", що допоможе вирішити спірні моменти на ділових зустрічах або переговорах. Ця техніка передбачає відмову від запропонованих раніше варіантів обома сторонами і спільну розробку нових варіантів вирішення спірних моментів. При цьому

обов'язково потрібно проводити тест на реальність, тобто перевіряти, наскільки реально виконати те, про що йдеться мова.

П'ятий етап— прийняття рішень. Головним на цьому етапі є досягнення основної, чи, у найгіршому випадку, запасної (альтернативної) мети, забезпечення сприятливої атмосфери наприкінці переговорів, стимулювання партнера до виконання намічених дій, складання всеосяжного резюме переговорів, зрозумілого для всіх учасників, із чітко виділеним основним висновком, підписання угоди за результатами переговорів.

Якщо виникають якісь труднощі із прийняттям рішення варто скористатись вигідним, або методом апельсина, який допомагає відштовхуватися від істинних бажань людей. Під час перемовин учасники зазвичай заявляють про свої позиції, і пошук рішення обертається навколо них. А ось жорстке збереження позицій віддаляє сторони від згоди. Побороти цей супротив допомагає фокусування на вигоді. Саме вигода вказує на причини й бажання, які приводять людей до озвучених позицій. Але позиція – це шлях до одержання вигоди. А якщо вигоди збігаються, шляхи вирішення можуть змінюватися. Тобто зростає ймовірність успіху ділових переговорів. Приклад. Двоє ділять апельсин. На старті очевидно, що оптимальне рішення – це коли кожен отримує половину. Але при обговоренні питання з'ясовується, що одному він потрібен для соку, а іншому для цукатів. Як наслідок кожен отримує своє: один — шкірку, а інший — м'якота.

Після ознайомлення з декількома методами, що використовуються при веденні ділових переговорів, можна зробити висновок, що будь-які ділові переговори проводяться з використанням хоча б одного з цих методів, а іноді і більшості. Не знання цих методів може призвести до програшу у переговорах, втрати авторитету, та отримання не бажаного результату. Щоб мати успіх у цій справі, потрібно регулярно проводити моніторинг нових принципів і методів впливу на співрозмовника/клієнта, а також відвідувати тренінги, проводити змодельовані переговори.

Список літератури:

1. Техніка ведення ділових переговорів: <https://buklib.net/books/26687/>
2. Секретні техніки ведення переговорів: що потрібно знати: https://news.24tv.ua/ru/sekretni_tehniki_vedennya_peregovoriv_shho_potribno_znati_n1321380
3. Про успіх ділових переговорів. Що потрібно знати, щоб отримати бажане: <https://ckp.in.ua/lifestyle/19097>
4. Плотніченко С.Р Зв'язки з громадськістю як позитивний імідж в органах влади./ С.Р. Плотніченко, К.В. Анатасова // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2018. - №1 (30).- 163 с. С. 53-55.
5. Плотніченко С.Р.Організація ділових переговорів в бізнесі/ С.Р. Плотніченко// Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163 с. С. 56-58.