

عنوان مقاله:

شناسایی و دسته بندی انواع تاکتیک های مورد استفاده در مذاکرات تجاری

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

محمدعلی نکاحی - کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

محمد مهدی فراخی - استادیار رشته مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

سعید مرتضوی - استاد رشته مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

امروزه در جهت اثربخش نمودن مذاکرات، می بایست مذاکره کنندگان این فرآیندها را با توجه به پارامترهای تأثیرگذار محیطی مدیریت کنند. پیش نیاز انجام مذاکرات اثربخش، تسلط مدیران بر تاکتیک ها و استفاده ی به جا از آنها در جهت اجرای استراتژی های مورد نیاز در هر نوع از مذاکرات می باشد، اما شناسایی تاکتیک های اثربخش، نیازمند در نظر گرفتن تمامی عوامل تأثیر گذار محیطی از قبیل: سبک های رفتاری طرفین، ویژگی های روانشناختی، فرهنگ، نوع مذاکره و ... می باشد. این تحقیق با هدف کمک به انجام مذاکرات تجاری در محیط داخلی صنعت منطقه اقدام به شناسایی و دسته بندی این تاکتیک ها نموده است. در این پژوهش محقق در جهت شناسایی تاکتیک ها ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و مرور تحقیقات پیشین به یک دسته بندی ابتدایی از این تاکتیک ها دست یافته است که در ادامه با استفاده از مصاحبه با خبرگان این دسته بندی را کامل کرده و پس از آن در جهت شناسایی میزان اهمیت آنها با استفاده از تحلیل مقایسه زوجی که با نظر خبرگان انجام گرفته است. در ادامه این داده ها به کمک نرم افزار Expert Choice تحلیل گردیده است. یافته های حاصل منجر به انجام رتبه بندی جامع فعلی از تاکتیک ها گردیده است. بر اسا این دسته بندی، تاکتیک هایی که در پیش از شروع یک جلسه مذاکره مورد استفاده قرار می گیرند، بعنوان مهمترین بخش از انواع تاکتیک ها معرفی گردیده اند.

کلمات کلیدی:

مذاکر، تاکتیک های مذاکرات، فرهنگ، ارتباطات، مذاکرات تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/484245>

