###### 28

###### آزاد.jpeg

###### دانشگاه آزاد اسلامي

###### واحد تهران مرکز

**موضوع:**

**بررسي رابطه بين مهارت مذاكره مديران بازرگاني با فروش شركت**

**استاد راهنما:**

**دانشجو:**

فصل اول :

كليات تحقيق

**مقدمه :**

دنيايي كه در آن زندگي مي كنيم شاهد تحولات شگرفي است . سرعت اين تحولات روز به روز بيشتر مي شود به طوري كه به هيچ وجه با گذشته هاي دور قابل قياس نيست . اگر بخواهيم آمادگي همراهي و توان لازم براي همگامي با اين تحولات داشته باشيم به ناچار بايد اطلاعات ، دانش ، ابزارها و توانمندي هاي مناسب و ضروري را در خود ايجاد و شكوفا كنيم . در اين ميان هم مدير علاوه بر توانايي هاي فني نياز به داشتن مهارت هايي در برقراري ارتباط مؤثر با ديگران را بايد لازمه ي كار خود قرار دهد چون كار مدير دستيابي و رسيدن به اهداف سازماني است حال براي رسيدن به اين اهداف سازماني از مهارتهاي ارتباطي كه بنحوي برطرف مورد نظر خود بتواند نفوذ پيدا كند بايد استفاده كند . هر روز كه مي گذرد همه ما چه به عنوان يك فرد ، مدير ، سازمان و شركت در محدودة گسترده تر و پيچيده تري از ارتباط با ديگران قرار مي گيريم .

مهارت ايجاد ارتباط مؤثر و كارآمد يكي از مهمترين مهارت هاي لازم براي هر مدير به شمار مي رود زيرا موفقيت يك مدير بيش از آنكه به تواناييهاي تكنيكي اش مربوط باشد به توانايي او در برقراري ارتباط مؤثر با ديگران بستگي دارد نتايج تحقيقي كه توسط نشريه Fortune بر روي 200 مدير از شش شركت انجام شده حاكي از آن بوده كه بزرگترين عامل شكست مديران ، ضعف مهارت هاي ارتباطي آنان بوده است . ( Ertel , 1999 , 23 )

يكي از مهمترين مهارت هاي ارتباطي ، مهارت در مذاكره1 است[[1]](#footnote-1) ، مذاكره يعني راه نفوذ در ديگران به منظور مبادله ي افكار يا اشياء مادي است، مذاكره مهم ترين و رايج ترين وسيله برقراري ارتباط بين انسان هاست . و چون تمام نيازها ، ادامه زندگي ، امنيت ، آسايش زندگي ، رفاه اقتصادي ، افزايش آگاهي ، بالابردن سطح زندگي و پيشرفته ترين سطح اين است كه ، با ديگران براي تأمين نيازهاي خود به توافق برسند.

روابط به دليل وجود اهداف مشترك وجود دارد ، و بر اين دلالت دارد كه ابزار دستيابي به اين اهداف توسط طرف هاي در حال مذاكره تقسيم مي شوند ، بنا بر اين فرآيند مذاكره خريدار و فروشنده به طور همزمان با عناصر همكاري و تعارض روبرو مي شوند . همكاري ،‌اهداف متقابل و فردي را تأمين مي كند در حالي كه تعارض محيط رقابتي را براي دو طرف فراهم مي كند براي اطمينان از اين كه اين توافق از نفع شخصي شان حمايت مي كند . ( wimsaatt and Gassenheimer , 1996 , 21 )

براي حداقل كردن اين تعارض و براي رسيدن به راه حل هاي مصالحه ، استفاده و كاربرد   
مهارت هاي مذاكره و انتخاب تاكتيك هاي مناسب مفيد است .

يكي از نقش هاي مدير از نظر مينتز برگ نقش مذاكره كننده است.(رضائيان1380، 19)

يكي از عوامل اساسي و بسيار مهم بر موفقيت و پيشرفت شركت ها برخورداري مديران اين سازمان ها از مهارت ها و فنون مذاكره مي باشد كه اين خود يك عامل بسيار مهم در موفقيت و انجام مذاكرات و عقد قراردادها مي باشد پس يكي از توانمندي هاي مهارتهايي كه براي مدير لازم است فراگيري و كسب مهارت مذاكره است .

**تعريف موضوع تحقيق:**

در دنياي امروز ، دگرگوني هايي بسيار زياد همراه با گسترش رقابت درزمينه هاي متنوع ،‌ بويژه در بازارها مشاهده مي شود بازاريابي از محدوده ي توليد ، قيمت گذاري ، شناسايي بازار و توزيع كالا فراتر رفتند و شركت ها مجبور به ايجاد تماس و ارتباط با خريداران بالقوه و بالفعل مي نمايد با توجه به تغيير در زمينه مفهوم بازاريابي كه از كسب سود از طريق افزايش فروش برمبناي توليد به كسب سود از طريق ارضاي نياز خريداران بر مبناي خريدار و مصرف كننده تغيير جهت داده خواه ناخواه مصرف كننده و خريدار كه در اين مفهوم فرصت مشاركت پيدا نموده است به آنان نيز حق تصميم گيري مربوط به كارشان داده شده است دراين جا اهميت مذاكره بيش از هر زماني ديگر روشن ديده شده است و هر چه افراد بيشتري در تصميم گيري ها مشاركت داشته باشند احتمال عدم توافقها نيز بيشتر خواهد شد با توجه به اين موارد آشنايي مدير و بازارياب با مهارت هاي اساسي مذاكره امروزه از اهميت خاصي برخوردار شده است . آشنايي و نهايتاٌ سلطه به اصول و مهارت هايي در مذاكره مديران را به اين توان مجهز مي كند كه در جريان ارتباطات با ديگران از پايين ترين و ابتدايي ترين مذاكرات تا بالاترين حد خودش يعني مذاكرات بين المللي با طرف هاي مذاكره به نحوي مذاكره كنند كه توافق حاصل از مذاكرات معقول ، منطقي و در بيشتر مواقع به نفع خود باشد .

بنابراين مساله اصلي تحقيق به صورت زير تعريف مي گردد:

رابطه بين مهارت مذاكره مديران بازرگاني با فروش شركتهاي كاشي و سراميك چگونه است؟

**تاريخچه و سابقه موضوع تحقيق :**

با بررسي تحقيقات انجام شده در داخل كشور كه از طريق مطالعه پايان نامه ها در كتابخانه ها و مركز اسناد و مدارك و بررسي پايان نامه هاي خارجي كه از طريق سايت UMI انجام گرفت , سابقه اي از انجام پروژه اي مرتبط با موضوع وجود ندارد.

فقط تحقيقي در سطح بين الملل توسط رون آندريا كه طي سال 2005 مهارت مذاكره در فروش را مورد بررسي قرار داده كه هدف از اين تحقيق شناسايي راه حل هايي جهت اجراي مذاكرات فروش بود در اين تحقيق 2000فروشنده به طور يكسان از 500 شركت ثروتمند از همه صنايع را مورد بررسي فرار دا د.و محققاني ديگر نظير توني مانينگ و باب ربرتسون بروي مهارت مذاكره و نفوذ در دو بخش طي سال 2003 و پولينس و ديگران كه در مورد تفاوت هاي فردي و انگيزش در استفاده از مهارت هاي مذاكره در سال 2000 را مورد تحقيق قرار داده اند.

**اهميت و ضرورت تحقيق :**

مذاكره امروزه يكي از با اهميت ترين و مهمترين كار هر مدير به حساب مي آيد . هر مدير خواه ناخواه مرتبط با افراد زير دست و مافوق و كليه افرادي كه به نحوي با سازمان مرتبط در تماس اند برخورد دارد اين ارتباط خود نشان دهنده مذاكره است يعني اين ارتباطات به همين جا ختم نمي شود . بلكه وقتي اين ارتباطات از مرزهاي سياسي كشورها مي گذرد رابطه پيچيده تري تحت عنوان روابط خارجي پيش مي آيد كه اين نوع ويژه اي از مذاكرات و توانمندي هاي فوق العاده اي را طلب مي كند اين فرآيند امروزه با سرعت و تنوع و پيچيدگي خاص خودش به پيش مي رود كه اين يك حقيقت غير قابل انكار و قطعي به شمار مي آيد عدم تسلط به اصول فوق باعث خواهد شد كه ، علاوه بر منافع فرد سازماني ، منافع كلان و ملي نيز در معرض تضييع و خطر قرار مي گيرد . بنا بر اين براي حفظ منافع خرد و كلان و تقويت فرهنگ مذاكراتي بايد به نحو شايسته اي اقدام مثبت و سريعي در اين زمينه ايجاد ، توسعه و تقويت اين عامل انجام گيرد با اين وجود در ايران بسياري از مديران روش درست انجام كار مذاكره را نمي دانند هر چند اين افراد جهت انجام امور تجاري خود دائماٌ در حال مذاكره اند ، ليكن حرف انجام عملي دليل بر آن نمي شود كه آن عمل درست انجام شود ، مذاكره هم احتياج به دانش و مهارت خاص خود دارد كه مديران ما بايستي با اين مهارت ها آشنايي پيدا كنند و آن را به خوبي فراگيرند و از جنبه علمي آنر ا بياموزند با برخورداري از مهارت در مذاكره بدون اتلاف وقت و انرژي و منابع به راحتي مي توانند از نقطه نظرات هم مطلع شوند و به خوبي از اين مذاكرات سود ببرند .

از ضروريات اين تحقيق آن است كه با توجه به جنبه رقابتي شدن امروزه شركت ها,انتصاب مديراني كه بتوانند فروش شركت را بالا ببرنداز اهميت بالايي برخوردار است.

**اهداف تحقيق :**

مذاكره يكي از كارهاي روزمره يك مدير به حساب مي آيد براي جلوگيري از اتلاف وقت و نتيجه داشتن اين مذاكرات چه خوب است كه مديران ما از دانش و مهارت مذاكره[[2]](#footnote-2)1 بهره گيرند تا به نتايج اصولي برسند.

هدف اصلي از اين تحقيق عبارت است از :

ارزيابي تاثير مهارت مذاكره مديران بازرگاني با فروش شركت در صنعت كاشي و سراميك است.

**چهارچوب نظري تحقيق :**

برنامه ريزي ,هدايت و تحليل نتايج مذاكرات تجاري ,عناصر كليدي تجارت موفقيت آميز است .

بهبود مهارتهاي مذاكرات تجاري يك وظيفه مشكل ,با ارزش و اغلب از نظر شخصي چالش بر انگيز است . اين پديده اي خارق العاده است كه مذاكرات مي تواند شامل بعد وسيعي از موضوعات پيماني ,تجاري و مالي باشد ,در بسياري از موارد مذاكرات بسيار پيچيده تر مي شوند .

سرعت تجارت افزايش يافته است فشارشديد را بر آن افرادي كه در جستجوي مذاكره هستند كه مي خواهند امتازات بهتري از مذاكره را بدست آورند,قرار مي دهند. كاربرد مهارت هاي مذاكره وقتي به درستي انجام شود فعاليت حرفه اي مي شود.(Ashcroft,2004,229)

بيشتر فروش هاي تجارت با تجارت مستلزم مهارت هاي مذاكره است . (katler,2000,638)

تعاريف زيادي از مذاكره وجود دارد:

فارينتون و واترز مذاكره را :

فرايند حل اختلاف عقيده هايي كه در معاملات پيماني بين خريدار و فروشنده بوخود مي آيد.كه در اين تعريف مختصر از مذاكره نياز براي فرآيند را تاكيد مي كند . (Ashcroft.2004,230)

فيشر و ديگران مي گويند كه مذاكره وسيله اي اساسي در بدست آوردن اين است كه شما از ديگران چه مي خواهيد.pullins & etal,2000,467))

مذاكره فرآيند ، تصميم گيري توافقي بين افراد به هم وابسته و با توجيحات متفاوت است و يا مي توان گفت مذاكره فرآيندي است كه دو يا چند نفر يا گروه داراي هدف هاي مشترك و متضاد ، طرح هاي پيشنهادي خود را بيان مي كنند و شرايط خاص خود را مورد بحث قرار مي دهند تا احتمالاٌ به توافق برسند به عبارت ديگر مذاكره در صورتي مشترك است كه طرفين ترجيحات متفاوتي داشته باشند . مذاكره به معني گفتگو ، بحث يا چانه زني جهت دستيابي به توافقي در معاملات بازرگاني مي باشد كه شامل مراحل برنامه ريزي ، ارزيابي و در مرور و تجزيه و تحليل مي باشد از اين رو مي توان گفت كه مذاكره نوعي از ابزار ارتباطي بين دو طرف براي نيل به توافق پيرامون نيازها و نظرات متفاوت است .

1. 1- Negotiation [↑](#footnote-ref-1)
2. 1- Negotiation skill [↑](#footnote-ref-2)