

„Wpływ nastawienia emocjonalnego na przebieg i wyniki negocjacji”.

Przedmiotem rozprawy doktorskiej jest wpływ nastawienia emocjonalnego na przebieg i wyniki negocjacji. Praca składa się z siedmiu rozdziałów.

Rozdział pierwszy zawiera przegląd literatury na temat pozytywnych i negatywnych emocji kształtujących proces negocjacyjny. Rozdział drugi dotyczy wpływu inteligencji emocjonalnej na zachowania negocjacyjne.

W rozdziale trzecim zaprezentowany został program badań własnych i metodologia a także techniki pomiaru zmiennych zależnych i niezależnych. Sformułowano też następujące hipotezy badawcze:

1. Pozytywne nastawienie do oponenta podczas negocjacji prowadzi do lepszego własnego wyniku niż nastawienie negatywne.
2. Wysoki poziom inteligencji emocjonalnej negocjatorów sprzyja osiągnięciu większego zysku.
3. Emocje negatywne ujawniane przez negocjatora sprzyjają zawieraniu mniej korzystnego dla jego rozmówcy kontraktu.
4. Dostrzegając pozytywne nastawienie partnera, negocjator zwiększa poziom oczekiwań i osiąga lepsze kontrakty.

Kolejne rozdziały rozprawy przedstawiają specyfikę trzech rodzajów sytuacji negocjacyjnych. Przedmiotem każdego eksperymentu jest kupno bądź sprzedaż maszyny drukarskiej.

Pierwszy eksperyment – OCZEKIWANIA – koncentrował się na wyobrażeniach o partnerze negocjacyjnym i wpływie, jaki wyobrażenia te mają na oczekiwany wynik porozumienia. Badani (180 osób) nie negocjowali, a jedynie zgłaszali przypuszczalne strategie.

Eksperyment drugi - GRA NEGOCJACYJNA, dotyczył wpływu, jaki na przebieg i wyniki negocjacji mają nastawienia do rozmówcy wytworzone na tuż przed mającą się rozpocząć rozmową biznesową. Negocjowano w losowo dobranych diadach „kupujący-sprzedający”. Badaniem zostało objętych 160 osób.

Eksperyment trzeci – GRA ARANŻOWANA – polegał na przeprowadzeniu negocjacji z podstawionym partnerem (aktorem), którego zadaniem było okazywanie połowie rozmówców życzliwości a drugiej połowie, niechęci. W badaniu wzięło udział 90 osób.

Zastosowano następujące metody badawcze:

1. Gra negocjacyjna kupno-sprzedaż maszyny drukarskiej

2. Kwestionariusz INTE (Kwestionariusz Inteligencji Emocjonalnej) N.S. Schutte, J.M. Malouffa, L.E. Hall, D.J. Haggerty, J.T. Cooper, C.J. Golden, L. Dornheim
3. Test wiedzy na temat negocjacji
4. Ankieta: opinie na temat negocjacji
5. Ocena siebie i przedstawiciela drugiej strony w negocjacjach
6. Test kompetencji afektywnych TEKA (Z. Nęcki)

Rozdział siódmy zawiera interpretację badanych zależności i podsumowanie uzyskanych wyników.

Wyniki przeprowadzonych badań udowodniły tylko częściowo słuszność założonych hipotez. Wykazano, że w przypadku eksperymentu OCZEKIWANIA u badanych z przychylnym obrazem rozmówcy i u badanych z wrogim obrazem oponenta istnieje tzw. „życzeniowa percepcja własnego sukcesu”, czyli bez względu na obraz rozmówcy (życzliwy, czy też nie) spodziewano się znacznych korzyści własnych.

Rezultaty eksperymentu GRA NEGOJACYJNA pokazały, że podczas negocjacji pozytywne nastawienie do oponenta jest związane z uzyskiwaniem gorszego wyniku porozumienia wówczas, kiedy rozmówca jest negatywnie nastawiony. Jeśli obie strony są życzliwie do siebie nastawione, uzyskanie lepszego lub gorszego wyniku jest uzależnione od odgrywanej przez badanego roli *kupującego* lub *sprzedającego*. W diadach, w których istniała wzajemna wrogość rozmówców wobec siebie, przewagą w negocjacjach wykazali się negatywnie nastawieni do partnerów *sprzedający*.

Wyniki eksperymentu GRA ARANŻOWANA wykazały, że emocje negatywne ujawniane przez negocjatora (aktora) prowadzą do zawarcia mało korzystnych kontraktów przez badanych. Natomiast rezultatem demonstrowania pozytywnych emocji przez negocjatora (aktora) jest zawarcie przez badanego korzystnego dla siebie kontraktu.