

بررسی و تحلیل نقش خلاقیت در مذاکرات

حسین محمدی (نویسنده مسئول)^۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین الملل، دانشگاه شاهد، تهران، ideas20200@gmail.com

چکیده

هدف این مقاله تشریح راه هایی است که در آن مجموعه وسیعی از کارهای تجربی در زمینه خلاقیت می توانند به طور معناداری به مذاکره کمک کنند. کارشناسان مذاکره توصیه می کنند که مذاکره کنندگان برای ایجاد توافقات یکپارچه باید در حل خلاقانه مشکلات شرکت کنند، و هم نظریه پردازان مذاکره و هم متخصصان معتقدند که تفکر "خارج از چارچوب" و تولید ایده خلاق برای مذاکره برد-برد ضروری است. خلاقیت، بعنوان یک بخش از نوآوری صحیح، مذاکره کنندگان را قادر می سازد تا بعنوان راه حل موجود و احتمالی برای مشکلات مختلفی بوجود آمده، نقص های اطلاعاتی یا ناسازگاری های احتمالی عمل کنند. خلاقیت خصوصا در مذاکرات بین المللی مهم می باشد چون آنها ممکن است پیچیده باشند و سنجیدن موقعیت آنها سخت باشد که مذاکره کنندگان باید به شیوه خلاقانه ای با موقعیت ها برخورد کنند. تحقیقات تجربی بسیار کمی در مورد تفکر خلاق، طوفان فکری و سایر روش های ایده آفرینی در مذاکره وجود دارد. این مقاله مفهوم خلاقیت را به عنوان یک عنصر استراتژیک و فرآیندی مرکزی در پویایی حل بن بست ارزیابی می کند و یکی از مواردی است که باید بیشتر مورد توجه جامعه پژوهش قرار گیرد.

واژه های کلیدی

خلاقیت، مذاکره، تفکر خلاق

مقدمه

وقتی که تجارت بصورت جهانی در می آید، ارتباط مذاکراتی چالش های جدیدی را بوجود می آورد و فاصله بین دو طرف مذاکره اجازه مذاکره کامل را به آنها نمی دهد تا از همه منافع مذاکره بهره ببرند. سیستم های مذاکراتی توسط ایمیل می تواند عملکردهایی را بوجود آورد، اما نمی تواند محتوی مذاکرات را تعیین کند وقتی که از لحاظ پویایی مسائل مذاکراتی را تغییر می دهد. کاربرد نوآوری ها می تواند سودمند باشد نه تنها برای پشتیبانی از فرآیند مذاکره، بلکه همچنین در آماده سازی مرحله مذاکره هم سودمند خواهد بود. برای صرفه جویی در زمان و منابع اطلاعاتی می توان از جمع آوری و تحلیل الگوریتم ها در محیط آنلاین برای کمک به آماده سازی مذاکرات، آگاهی بیشتر در مورد طرف دیگر مذاکره، موقعیت فعلی آن، و روابط و سازمان های معرفی شده در تخصص و تجربه استفاده کرد. خلاقیت، بعنوان یک بخش از نوآوری صحیح، مذاکره کنندگان را قادر می سازد تا بعنوان راه حل موجود و احتمالی برای مشکلات مختلفی بوجود آمده، نقص های اطلاعاتی یا ناسازگاری های احتمالی عمل کنند. خلاقیت خصوصاً در مذاکرات بین المللی مهم می باشد چون آنها ممکن است پیچیده باشند و سنجیدن موقعیت آنها سخت باشد که مذاکره کنندگان باید به شیوه خلاقانه ای با موقعیت ها برخورد کنند.

خلاقیت

مزلو^۱ به عنوان یک انسانگرا خلاقیت را نیروی بالقوه ای می داند که از آغاز زندگی به همه یا بیشتر افراد هدیه شده است و در جریان رشد همراه با فرهنگ پذیری افراد این توانایی رفته رفته کمرنگ و یا بروز آن مهار می شود.

سیف (۱۳۷۹) می نویسد: آفرینندگی را می توان با اشاره به تعدادی توانایی ذهنی که منجر به تولید آثار خلاق می شود توصیف کرد؛ بنابراین خلاقیت توانایی عبور از مرز دانسته ها محدودی عادی دارد که برای رسیدن به مرز ندانسته هاست (سیف، ۱۳۷۹: ۸۴) و به طور کلی خلاقیت مفهومی چند بعدی و کیفیتی است که در همه انسانها وجود دارد و تفاوت تنها در میزان آن است.

گیلفورد^۲ باور دارد که خلاقیت، توانایی ویژه ای برای افراد برگزیده نیست، بلکه ویژگی مشترک همه انسانها است. از این رو توجه وی به اندازه گیری کمی ویژگی های خاصی جلب شد که با توانایی های، همه افراد در ارتباط است. گیلفورد خلاقیت را استعدادی نهفته توصیف می کند که قابل دیدن نیست و تنها به کمک آزمون هایی قابل اندازه گیری است که بر عواملی که وی آنها را مقوله و مقوله فرآورده تغییر شکل می نامد، تکیه می کند. گیلفورد خلاقیت را تعامل این دو عامل جدا از هم می داند. گروه دیگری از پژوهشگران خلاقیت را توان ایجاد کاری نو (یعنی غیر تقلیدی و غیر منتظره) با کیفیتی عالی، شایسته و سودمند تعریف کرده اند. صاحب نظران علم خلاقیت، در پاسخ به این سؤال که انسان ها چگونه از خود خلاقیتی بروز می دهند؟ متأسفانه تاکنون تصویر جامعی از فرایند خلاقیت ارائه نداده اند، اما اکثر آنها درباره اینکه مراحل سیر خلاقیت به شکل مجزا و به هم پیوسته هستند، اتفاق دارند (چراغ چشم، ۱۳۸۶).

خلاقیت در حقیقت محصول نوعی خیال پردازی است فرد خلاق خیال پردازی می کند و رؤیاهایش دنیا را غنا می بخشد. سراسر تکامل انسان و آگاهی او به وجود همین خیال پردازان بستگی داشته است. خلاقیت یعنی میدان دادن به نو، بدیع، نسخه اصل و ۱۵ دست اول. خلاق یعنی دست نخورده و تازه، ناشناخته. خلاق کسی است که چیزی از ناشناخته را با خود به دنیای شناخته به ارمغان بیاورد. کسی که خداوند پیامش را از طریق او به گوش دیگران می رساند.

از مجموعه تعاریف نگرش به خلاقیت می توان نتیجه گرفت که نگرش مجموعه های نسبتاً پایداری از احساسات، باورها و آمادگیهای رفتاری نسبت به اشخاص، اندیشه ها یا گروه هاست. نگرش در مجموع شامل نظامی با دوام است که عنصری شناختی، احساسی و گرایش به عمل را در بر می گیرد (حسینی، ۱۳۷۶: ۲۸).

بطور کلی خلاقیت تحت تأثیر دو عامل درونی و بیرونی شکل می گیرد. عامل بیرونی مربوط به عناصر محیطی و فرهنگی است و تحت تأثیر شرایط، مکان ها و ابزارها قرار دارد. اما عامل درونی، به ویژگی ها و ذهنیات خود فرد مربوط بوده و تحت سیطره نگرش ها نقطه نظرات خود اوست. از این دیدگاه، نگرش به خلاقیت، به معنای موضع گیری ذهنی نسبت به این مقوله و چپستی و حتی ضرورت آن محسوب می شود.

¹ Maslow

² Guilford

رانکو^۳ (۲۰۱۴) عنوان می‌دارد: خلاقیت ایجاد ارتباط بین ایده‌های نو و دانش جدید است. آن‌چه امروزه به عنوان دانش نامیده می‌شود، تجارب، مهارت‌ها و اطلاعات است، اما در آینده فرآیندهای خلاق، دانش نامیده می‌شود و خلاقیت افراد به وسیله چگونگی استفاده از دانش اندازه‌گیری می‌شود.

شین^۴ (۲۰۱۰)، خلاقیت را حل مسئله به نحوی که ماهیتی «بدیع و نو داشته باشد» تعریف می‌کند.

مدنیک^۵ می‌گوید: خلاقیت عبارت است از شکل دادن به عناصر متداعی به صورت ترکیبات تازه است که یا با الزامات خاصی مطابق، یا به شکلی مفید است (به نقل از سام خانیان، ۱۳۸۷).

ورنون^۶ (۱۹۸۹) معتقد است خلاقیت توانایی شخص در ایجاد ایده‌ها، نظریه‌ها، بینش‌ها به اشیای جدید و بازسازی مجدد در علوم و سایر زمینه‌هاست که از نظر محققان، ابتکاری و از نظر علمی، زیبایی‌شناسی، فن‌آوری و اجتماعی با ارزش قلمداد می‌گردد.

"خلاقیت" فرآیندی است ذهنی که نتیجه آن ایجاد افکاری است در عین حال جدید و ارزنده. تیلر (۱۹۹۸) خلاقیت را یک فرآیند می‌داند یعنی موضوع خلاقیت یک امر دفعتی و ناگهانی نیست بلکه پدیدار شدن خلاقیت و دوام آن به یک شرایط خاص از جهت تداوم زمانی نیاز دارد مفهوم دیگر خلاقیت از دیدگاه تیلر نو و جدید بودن افکار است، البته به نظر می‌رسد که علاوه بر نو و جدید بودن افکار ذهنی، نتیجه‌بخشی و گران‌سنگ بودن آن نیز از اهمیت خاصی برخوردار است (زارعی زوارکی و صفایی، ۱۳۸۹).

دیدگاه راجرز^۷ (۲۰۰۵) در مورد خلاقیت بسیار انسان‌گرایانه و مبتنی بر اصول فردی است. انسانی که قابلیت بروز توانمندی‌ها و مهارت‌ها را در خود ایجاد نموده و اعتماد به استعدادهای خویش را تقویت نموده است، بدون هیچ ممانعت و محدودیتی اندیشه و تفکرات خود را متجلی می‌کند، چنین انسانی در برخورد با رویدادها، اندیشه‌ای نو و تفکری خلاق را که منتسب به تمایلات ذهنی و شخصیتی وی می‌باشد نمایان می‌سازد. بنابراین مفهوم "اظهار وجود" و یا "ابراز وجود" منشأ شخصیتی دارد به نوعی که وابستگی آن با تصورات و تخیلات ذهنی است. هر مقدار این شخصیت قوی‌تر جلوه کند تصورات و تخیلات ذهنی قوی‌تر بوده و از سوی دیگر تصورات و تخیلات قوی ذهن نیز نمایان‌گر شخصیت و ابراز وجود سازمان‌یافته‌تری است. راجرز مفهوم استقلال‌طلبی را منتسب به خلاقیت می‌داند، استقلال‌طلبی نه به معنای بی‌نیازی و محبوس شدن از دنیای پیرامون بلکه استواری در ابراز اندیشه است که در ذهن فرد نهادینه شده و باعث تسلسل در ایجاد فکر نو و خلاقیت می‌شود (همان).

از دیدگاه گیلفورد^۸ "خلاقیت" یعنی حل یک مشکل یا سلسله‌ای از مسائل کوچک و بزرگ. مفاهیم موجود در این تعریف قدرت حل مشکل و مشکل‌زدایی با ابعاد مختلف را در برمی‌گیرد. گیلفورد با بیان ظهور خلاقیت با تعمیق بخشیدن به تفکر، قدرت ذهن را بسیار گسترده می‌داند و برخورد با مسائل و مشکلات در هر سطحی را امری خلاقانه معرفی می‌کند. تعاریف بسیار زیادی از خلاقیت ارائه شده است که در کتب مختلف وجود دارد اما، آن‌چه که به عنوان وجه مشترک می‌توان و یا به عبارتی دیگر از بین تعاریف موجود، تعریف کاربردی را که قابل اندازه‌گیری و استدلال باشد، نظریه گیلفورد دانشمند آمریکایی است (همان).

مذاکره

مذاکره نوعی مباحثه استراتژی‌محور است که در صدد برطرف‌سازی دغدغه‌ها و نیازها به گونه‌ای برمی‌آید که برای هر دو طرف دخیل، قابل پذیرش تلقی می‌شود. در یک مذاکره، هر طرف سعی می‌کند دیگری را متقاعد به پذیرش نقطه نظر خود کند. اما در عین حال، تمام

³ Runco

⁴ Shin

⁵ Mednic

⁶ Vernon

⁷ Rogers

⁸ Guilford

تلاش بر این است که از هرگونه جدال دوری شود و طرفین گاهی دست به سازش زده و مشغول به درک طرف دیگر می‌شوند تا بتوانند به نتیجه‌ای منصفانه دست یابند.

مذاکره یک فرایند ارتباطی دو یا چندطرفه هدفمند است که الزاما در قالب گفت‌وگو و مکاتبه نبوده و در این ارتباط در کنار برطرف کردن تعارضات طرفین و رسیدن به توافق منافع مدنظر آن‌ها نیز محقق شود. وقتی در تعریف مذاکره از کلمه «هدفمند» استفاده می‌کنیم، به این معنی است که طرفین با هدف کسب منافع بیشتر نه الزاما سود بیشتر دور میز مذاکره می‌نشینند. در اینجا از کلمه سود استفاده نکردیم؛ زیرا ممکن است به این معنی باشد که یکی از طرفین برای کسب سود بیشتر دست به اقدامات و رفتارهای غیراخلاقی هم بزند؛ در صورتی که در یک مذاکره موفق و اصولی اقدامات غیراخلاقی جایگاهی ندارد. همچنین در این تعریف از کلمه منفعت به جای سود استفاده کردیم؛ زیرا ممکن است مثلا رضایت یکی از طرفین برای طرف دیگر منفعت باشد.

هدف از مذاکره حل و فصل نقاط اختلاف، به دست آوردن مزیت برای یک فرد یا جمعی، یا دستیابی به نتایجی برای ارضای منافع مختلف است. مذاکرات توزیعی یا مصالحه با مطرح کردن موضع و دادن امتیاز برای دستیابی به توافق انجام می‌شود. میزان اعتماد طرف های مذاکره کننده به یکدیگر برای اجرای راه حل مورد مذاکره، عامل اصلی در تعیین موفقیت یک مذاکره است. مردم هر روز مذاکره می‌کنند، اغلب بدون اینکه آن را یک مذاکره در نظر بگیرند (Adnanm, 2016).

مذاکره ممکن است در سازمان‌ها، از جمله شرکت‌ها، سازمان‌های غیرانتفاعی، و دولت‌ها و همچنین در مراحل فروش و حقوقی و موقعیت‌های شخصی مانند ازدواج، طلاق، فرزندپروری، دوستی و غیره رخ دهد. مذاکره‌کنندگان حرفه‌ای اغلب متخصص هستند. نمونه‌هایی از مذاکره کنندگان حرفه‌ای عبارتند از مذاکره کنندگان اتحادیه، مذاکره کنندگان خرید، مذاکره کنندگان صلح. آنها همچنین ممکن است تحت عناوین دیگری مانند دیپلمات‌ها، قانونگذاران یا کارگزاران کار کنند. مذاکرات همچنین ممکن است توسط الگوریتم‌ها یا ماشین‌هایی انجام شود که به عنوان مذاکره خودکار شناخته می‌شود (Adnan, 2018, Adnan, 2019). در مذاکره خودکار، شرکت کنندگان و فرآیند باید به درستی مدل‌سازی شوند (Hargreaves, 2008).

مذاکره در زمینه‌های مختلف می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد. اینها ممکن است شامل کنفرانس‌هایی بین اعضای سازمان ملل برای ایجاد هنجارهای بین‌المللی، نشست‌های بین جنگجویان برای پایان دادن به یک درگیری نظامی، جلسات بین نمایندگان شرکت‌ها برای انجام معامله، و گفتگو بین والدین درباره نحوه مدیریت مراقبت از کودکان باشد (Chris, 2017).

میانجیگری شکلی از مذاکره است که در آن شخص ثالث به طرفین درگیر در مذاکره کمک می‌کند، معمولاً زمانی که خودشان قادر به انجام این کار نیستند. مذاکره میانجی را می‌توان در مقابل داوری قرار داد، جایی که طرف‌های متعارض متعهد به پذیرش تصمیم شخص ثالث می‌شوند. نظریه پردازان مذاکره به طور کلی بین دو نوع اصلی مذاکره تمایز قائل می‌شوند: مذاکره توزیعی و مذاکره یکپارچه (Richard, 2001). نوع مذاکره ای که انجام می‌شود به طرز فکر مذاکره کنندگان و موقعیت مذاکره بستگی دارد. برای مثال، رویارویی‌های یکباره که در آن روابط پایدار رخ نمی‌دهد، به احتمال زیاد منجر به ایجاد مذاکرات توزیعی می‌شود، در حالی که روابط پایدار به احتمال زیاد نیاز به مذاکره یکپارچه دارند (Shell, 1999). نظریه پردازان در تعریف خود از این دو نوع اساسی متفاوت هستند.

عوامل کلیدی در مذاکرات وقتی صحبت از مذاکره به میان می‌آید، برخی از عناصر یا عوامل کلیدی وجود دارند که در صورت موفقیت شما نقش دارند:

طرفهای درگیر: طرفین مذاکره چه کسانی هستند و منافع آنها چیست؟ پیشینه همه افراد درگیر چیست و این موضوع چگونه بر موقعیت آنها در بحث تأثیر می‌گذارد؟

روابط: رابطه طرفین و واسطه‌های آنها در مذاکره چگونه است؟ طرفین چگونه به هم مرتبط هستند و چه نقشی در شرایط فرآیند مذاکره ایفا می‌کند؟

ارتباط: چگونه نیازهای طرف‌های درگیر به بهترین شکل برای تضمین توافق‌هایشان از طریق مذاکره بیان می‌شود؟ موثرترین راه برای انتقال نتایج و نیازهای مورد نظر چیست؟ چگونه طرفین می‌توانند مطمئن باشند که شنیده می‌شوند؟ گزینه‌های جایگزین: آیا هیچ

جایگزینی برای آنچه در ابتدا هر یک از طرفین می‌خواهند وجود دارد؟ اگر توافق مستقیم ممکن نباشد، آیا طرفین باید به دنبال نتایج جایگزین باشند؟

گزینه‌های واقع بینانه: چه گزینه‌هایی ممکن است برای دستیابی به یک نتیجه ممکن باشد؟ آیا طرفین اعلام کرده‌اند که در کجا ممکن است در خواسته‌هایشان انعطاف وجود داشته باشد؟

دعاوی مشروع: آیا آنچه هر یک از طرفین درخواست می‌کند و وعده می‌دهد مشروع است؟ طرفین برای اثبات ادعای خود و اثبات صحت مطالبات خود چه مدرکی ارائه می‌کنند؟ آنها چگونه تضمین خواهند کرد که نتایج مذاکرات را دنبال خواهند کرد؟

سطح تعهد: میزان تعهد مورد نیاز برای رسیدن به نتیجه مذاکرات چقدر است؟ چه چیزی برای هر یک از طرفین در خطر است و آیا مذاکرات تلاش‌هایی را که برای دستیابی به نتایج مذاکره باید انجام شود در نظر می‌گیرد؟

خلاقیت در مذاکره

تکنولوژی مدرن اجازه فرآیندهای تجاری مختلف و ارتباط‌های متعددی را به ما می‌دهد. وقتی که تجارت جهانی می‌شود، ارتباط مذاکره‌ای چالش‌های جدیدی را بوجود می‌آورد و فاصله بین دو طرف مذاکره اجازه مذاکره کامل را نمی‌دهد تا از مزایای کامل مذاکره بهره‌بردار. در این بخش، تاثیر نوآوری‌ها بر روی مباحثات بررسی می‌گردد. در مقالات منتشر شده می‌توان راه‌های مختلفی از مفاهیم نوآوری، ابداع و خلاقیت یافت. واژه نوآوری از کلمه لاتین *innovare* می‌آید که به معنای تجدید یا ماهیت جدید است و بعنوان ایجاد ایده‌های جدید و اجرای عملی آنها می‌باشد. ابداع مربوط به محققان و مخترعان و ایجاد ایده‌های فنی جدید و اختراع دنیای تکنیکی است. نوآوری به صنعتکاران و تاجران تعلق دارد که عوامل مهمی در رشد اقتصادی هستند و تعریف نوآوری، تلاش‌های لازم برای ایجاد گزینه‌های موجود بصورت عملی است بهره‌برداری تجاری و تشخیص عناصر وارد شده در بازار. آمابیل نوآوری را بعنوان اجرای موفقیت‌آمیز ایده‌های جدید و مناسب معرفی می‌کند. برای خلاقیت هم می‌توان گفت که خلاقیت قسمت مهمی از نوآوری است. راهکارهایی وجود دارد که در آنها، مفاهیم خلاقیت و نوآوری را نمی‌توان جدا از هم دانست. دی پائو و سایرین، می‌گویند که خلاقیت که برای اهداف تحقیقاتی بکار می‌رود در حل مسائل بکار می‌رود و تفکر خلاقانه در فرآیند تشخیص وجود مشکلات، نقص‌های اطلاعاتی، و عناصر حذف شده موجود است، و خلاقیت فرضیه‌هایی درباره این کمبودها شکل می‌دهد، تست‌هایی را انجام می‌دهد و نتایج را بدست می‌آورد. خلاقیت را می‌توان بعنوان یک مفهوم چند بعدی در نظر گرفت که از مولفه‌های مختلفی تشکیل شده است. دی پائو و سایرین، مولفه‌های زیر را برای خلاقیت پیشنهاد می‌کنند:

- سلاست: ایجاد ایده‌های سلیس.
 - انعطاف‌پذیری: ایجاد ایده‌ها از طبقات مختلف.
 - ابتکار: نادر بودن - ناشناخته بودن هر ایده.
 - توصیف جامع‌تر: بروزرسانی اطلاعات مربوطه.
- خلاقانه‌ترین تحقیقات با تفکر خلاقانه همراه هستند. خصوصیات متمایزی برای افراد خلاق، گسترش فرصت‌ها برای خلاقیت در دوره زمانی معین، و عوامل محیطی اجتماعی برای ایجاد محیطی برای خلاقیت وجود دارد. مدلی برای درک خلاقیت را می‌توان بشکل زیر توصیف کرد:

- مرحله ثابت‌سازی ردیابی مشکل و تشخیص یا نیازها. نیاز یا ردیابی مشکل میتواند بصورت ناخودآگاه رخ دهد، اما پس از اینکه آن تعیین و ثابت شد، تفکر تحلیلی و فرآیندهای خلاقانه می‌تواند آغاز گردد.
- آماده‌سازی. در مرحله آماده‌سازی اطلاعاتی درباره موقعیت جستجو می‌گردد و مورد تحلیل قرار می‌گیرد.
- تکوین (تعلیق). در مرحله تکوین، ایده به حد کمال خود رسیده است، تا اینکه ایده بصورت کاملاً سیستماتیک و منظم مشخص می‌گردد.

- توصیف سیستماتیک ایده ها. در این مرحله به خلاقیت متوسل می شویم وقتی که در مراحل دیگر میتوانیم از تفکر تحلیلی استفاده کنیم.
- پیدا کردن یک راه حل. در این مرحله موارد ممکن از اعمال در مورد اجرای ایده را داریم.
- ارزیابی. در مرحله ارزیابی نتایج ایده ها برآورد می گردد.

توانایی مذاکره کنندگان برای ایجاد تغییر در ذات خود به مذاکرات موفقیت آمیز وابسته است. بنابراین نتیجه بستگی به خلاقیت مذاکره کننده خواهد داشت. برای تعیین اینکه خلاقیت چطور بر روی نتایج تاثیر می گذارد وقتی که مذاکره کننده آنرا انجام میدهد و مهم است که محتوی مذاکره تعریف گردد. خصوصیات مختلفی می توانند احتمال انتقال بیان مورد نظر را محدود سازند. محتوی مذاکره میتواند بعنوان بیان فردی خلاقیت مذاکره کنندگان عمل کند و می تواند هم اثرات منفی و هم اثرات مثبتی بر روی نتیجه مذاکره داشته باشد. محتوی مذاکره را می توان بصورت تکمیلی یا توزیعی تعریف کرد. در محتوی مذاکره تکمیلی، شایستگی های نسبی همه طرف های مذاکره کننده افزایش می یابد و در محتوی مذاکره توزیعی، تقسیم بندی خواهیم داشت، یعنی اسنکه هر طرف مذاکره کننده بخاطر گرفتن مزایای بیشتر برای خودشان تلاش می کنند.

در محتوی مذاکره تکمیلی، مذاکره کنندگان میتوانند راه حل های خلاقانه تری ارائه دهند که نه تنها مزایایی برای هر دو طرف خواهد داشت، بلکه همچنین ارزش کلی توافق را هم بالا می برد. با محتوی پیچیده و بی نظیر مذاکره، مذاکره کنندگان ممکن است سود های خلاقانه خود را در فرآیند مذاکرات بیشتر نشان دهند. INSPIRE اولین سیستمی است که طراحی شد تا مذاکرات را در اینترنت ایجاد کند و این سیستم با مذاکره بعنوان فرآیند برآیند در محتوی مربوطه برخورد می کند. این فرآیند شامل آماده سازی برای مذاکره، مذاکره، و توافق می باشد:

آماده سازی شامل درک مسائل موجود در مذاکره، چالش ها و فرصت ها است که منجر به ساخت عملکرد می گردد. مذاکرات شامل همکاری با پیشنهادات، ارزیابی پیشنهاد بر اساس ارزش های عملکرد مزایا هستند و نمایش گرافیکی از موارد پویای مذاکره را فراهم می سازند.

توافق در مورد محاسبه پیشنهادهای احتمالی می باشد که در مصالحه یا مذاکره مجدد حکمفرما است. در آزمایش نوآوری ها برای نتایج مذاکره، تاثیر غیر قابل انکار آنها بر روی ارتباط طرف های مذاکره کننده را میتوان دید. استنباط ارتباط بین دو فرهنگ میتواند تاثیر مهمی بر روی نتیجه مذاکره داشته باشد. بنابراین ضروری است که به تاثیر ارتباط بین فرهنگ ها بر روی مذاکرات نگاه کنیم تا فرآیندهای ارتباط بین فرهنگ ها و تاثیرات احتمالی آنها را آزمایش کنیم.

برخی از رویکردهای خلاقانه برای توسعه استراتژی ها و تاکتیک های مذاکره عبارتند از:

دوره نهفتگی یا کمون

این یک مرحله در فرآیند حل مسئله (آماده سازی، بررسی، تحلیل و تأیید) است. در این مرحله ما به طور فعال به تعارض یا اختلاف مورد نظر نمی پردازیم. بلکه این دوره امکان پردازش ناخودآگاه موقعیت را فراهم می کند. اساساً، به فرد اجازه می دهد تا موقعیت موجود را درونی کند تا توانایی ایده پردازی و اجرای تصمیمات بعدی را آزاد کند. **قالب های خلاقیت**

این الگوها امکان یک رویکرد منطقی برای حل مسئله را فراهم می کند. به عنوان مثال، یک مدل منطقی ممکن است شامل: درک مشکل، طراحی یک برنامه، اجرای برنامه، و نگاه به گذشته باشد. یکی دیگر از مدل های الگو ممکن است بر روانی، انعطاف پذیری و اصالت در پرداختن به یک موقعیت تمرکز کند. تسلط توانایی ایجاد راه حل های بسیاری برای یک تعارض است. انعطاف پذیری توانایی تغییر رویکرد به یک مشکل است. اصالت توانایی ایجاد راه حل های غیر معمول و منحصر به فرد است.

طوفان فکری

این تکنیکی است که برای برانگیختن خلاقیت در گروه ها مورد استفاده قرار می گیرد که در آن هدف افزایش کمی و کیفی ایده های گروهی با تشویق تبادل آزاد و حذف انتقاد است.

تفکر همگرا در مقابل تفکر واگرا

تفکر همگرا روشی است که به سمت یک پاسخ واحد پیش می رود. تفکر واگرا روشی برای تفکر در مورد یک مشکل است که در بسیاری از جهات ممکن از مسئله به بیرون حرکت می کند و شامل تفکر بدون مرز، انعطاف پذیری مقوله ها و اصالت فکر می شود.

بکارگیری رویکردهای استدلال قیاسی و استقرایی

استدلال قیاسی فرآیند نتیجه گیری منطقی از اطلاعات داده شده است. استدلال قیاسی بر سازگاری شناختی تمرکز دارد. مردم با تمرکز بر نتیجه گیری و نه منطق، قوانین منطق را به طور منظم نقض می کنند. همچنین تمایلی به سوگیری تایید وجود دارد، که به جستجو یا توجه کردن فقط به اطلاعاتی مربوط می شود که باورها یا درک فرد را تایید یا تایید می کند. در مذاکره، سوگیری تایید باعث می شود که افراد اطلاعات (اجتماعی یا موقعیت‌های) مرتبط با فرآیند مذاکره را تشخیص ندهند یا نتوانند. استدلال استقرایی فرآیند آزمون فرضیه یا آزمون و خطا از اطلاعات داده شده است بیشتر بر متقاعد کردن یا متقاعد کردن دیگران متمرکز است.

تاکتیک های مذاکره خلاق ممکن است شامل موارد زیر باشد:

تقسیم‌بندی - تقسیم کردن مسائل به بخش‌های قابل حل. این فرآیند امکان یکپارچه‌سازی را فراهم می‌کند با افزودن علایق اضافی و ترکیب‌های جدید از آن علایق، آن را گسترش می‌دهد. همچنین به بازنمایی مشکل کمک می‌کند به جای حل یک مشکل، تعریف می‌کند. این فرآیند در جستجوی اختلافات در یک مذاکره که منجر به مبادلات خلاقانه می‌شود، حیاتی است.

یافتن تفاوت ها - یک مذاکره کننده خلاق به دنبال روش هایی برای همسوسازی و همسویی مجدد علایق می شود. توانایی همسو کردن مسائل در تقویت توانایی مبادله موضوعات مستقل مهم است.

پل زدن - این یک نوع راه حل یکپارچه است که در آن یک گزینه جدید ایجاد می شود که منافع حیاتی هر دو طرف را برآورده می کند. این رویکرد مستلزم درک منافع طرف مقابل و اجتناب آگاهانه از چانه زنی موضعی است.

کاهش هزینه - تاکتیکی برای ایجاد احساس کامل در طرف مقابل با کاهش هزینه های خود. گرامت غیراختصاصی توافقی که در آن یک مذاکره کننده آنچه را که می خواهد دریافت می کند، و دیگری با روشی که در ابتدا خارج از محدوده مذاکره بود، جبران می شود (یا پرداخت می شود).

ساختارهای احتمالی - قراردادهای احتیاطی توافقاتی هستند که در آن مذاکره کنندگان بر اساس تفاوت هایشان در باورها، پیش بینی‌ها، مشخصات ریسک و منافع شرط بندی می‌کنند. برای مؤثر بودن، قراردادهای اضطراری مستلزم:

- تداوم
- درجاتی از تعامل مداوم بین طرفین.
- قابلیت اجرا
- شرایط توافق در صورت تحقق یک مورد غیرقابل اجرا قابل اجرا است.
- وضوح و اندازه گیری تعیین احتمال به راحتی قابل دستیابی است.
- جستجوی بازخورد این فرآیند شامل جستجوی ورودی از طرف درگیر در مذاکره در مورد درک آنها از فرآیند و نتایج است.

منابع

۱. حسینی، افضل السادات (۱۳۷۶). چگونگی پرورش خلاقیت در دانش آموزان؛ رشد معلم.
۲. سام خانیان، محمد ربیع (۱۳۸۷). خلاقیت و نوآوری در سازمان آموزشی، تهران: انتشارات رسانه
3. Adnan, Muhamad Hariz Muhamad; Hassan, Mohd Fadzil; Aziz, Izzatdin; Papatungan, Irving V (2016). "Protocols for agent-based autonomous negotiations: A review". 2016 3rd International Conference on Computer and Information Sciences (ICCOINS). Kuala Lumpur, Malaysia: IEEE: 622–626. doi:10.1109/ICCOINS.2016.7783287. ISBN 978-1-5090-2549-7. S2CID 11379608.
4. Adnan, Muhamad Hariz; Hassan, Mohd Fadzil; Aziz, Izzatdin Abdul; Rashid, Nuraini Abdul (2019), Saeed, Faisal; Gazem, Nadhmi; Mohammed, Fathey; Busalim, Abdelsalam (eds.), "A Survey and Future Vision of Double Auctions-Based Autonomous Cloud Service Negotiations", Recent Trends in Data Science and Soft Computing, Springer International Publishing, vol. 843, pp. 488–498, doi:10.1007/978-3-319-99007-1_46, ISBN 978-3-319-99006-4, S2CID 169093081
5. Adnan, Muhamad Hariz; Hassan, Mohd Fadzil; Aziz, Izzatdin Abd (2018). "Business Level Objectives of Customer for Autonomous Cloud Service Negotiation". Advanced Science Letters. 24 (10): 7524–7528. doi:10.1166/asl.2018.12971. S2CID 116247733.
6. Hargreaves, Brendan; Hult, Henrik; Reda, Sherief (January 2008). "Within-die process variations: How accurately can they be statistically modeled?". 2008 Asia and South Pacific Design Automation Conference. IEEE: 524–530. doi:10.1109/aspdac.2008.4484007. ISBN 978-1-4244-1921-0. S2CID 12874929.
7. Chris Honeyman & Andrea Kupfer Schneider, eds., The Negotiator's Handbook (Dispute Resolution Institute Press, 2017; Victor Kremenyuk, ed., International Negotiation. JosseyBass, 2nd ed. 2002)

8. Richard Walton & Robert McKersie, A Behavioral Theory of Labor Negotiations [McGraw-Hill 1965]; Leigh Thompson, The Mind and Heart of the Negotiator [Prentice-Hall 2001]; I William Zartman & Victor Kremenyuk, eds., Peace vs Justice: Negotiating Forward- vs Backward-Looking Outcomes. Rowman & Littlefield, 2005]
9. Shell, G Richard (1999). Bargaining for Advantage. United States: Penguin. ISBN 9780670881338.