



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för psykologi
Kandidatuppsats

Subjektiva faktorerers uppskattade värde i förhandling och sambandet till big five

Subjective factors perceived value in negotiation and the connection to big five

Joel Hörnberg Lindgren

Kandidatuppsats HT 2021

Handledare: Mats Dahl

Abstract

Negotiation research has focused on the distributive negotiation and partly overlooked important social psychological variables. The purpose of the study was to analyze social psychological subjective factors and contribute to negotiation research, by identifying which of the study's subjective factors were valued most in a private and a business-related negotiation and examining whether the assessment of the factors differs depending on differences in big five personality traits. The study method was a correlation study with a quantitative approach. The answers were collected through an online survey with convenience selection over 18 years ($n = 31$). In business-related negotiations, factors such as respect, justice and good attitude have been ranked highly. In private negotiation, factors such as positivity, long-term relationship with the other party and peace were ranked highly. Factors that differed significantly from each other based on whether they were a private or business-related negotiation were that the negotiation should be fair, efficient, ethically correct, and more. The study also showed that an individual who is highly valued in the personality trait extraversion differs in how he values the factor justice. The higher an individual is valued in extraversion, the more the individual values justice in business-related negotiations as opposed to private negotiations. Furthermore, the study shows that individuals with a high appreciation of the personality trait agreeableness show a significant difference in how they value respect, the other party can admit mistakes and win the negotiation. An individual with a high estimate of agreeableness values the variables higher in business-related negotiation than privately.

Key words: negotiation, subjective factors, big five, social psychology, social negotiation.

Sammanfattning

Förhandlingsforskning har fokuserat på den distributiva förhandlingen och delvis förbisett viktiga socialpsykologiska variabler. Syftet med studien var att analysera socialpsykologiska subjektiva faktorer och bidra till förhandlingsforskningen, genom att identifiera vilka av studiens subjektiva faktorer som värderades högst i dels en privat, dels en affärsrelaterad förhandling samt undersöka om uppskattningen av faktorerna skiljer sig åt beroende på skiljaktigheter i big five personality traits. Studiens metod var en korrelationsstudie med en kvantitativ ansats. Svaren insamlades genom en webbenkät med bekvämlighetsurval över 18 år (n = 31). Vid affärsrelaterad förhandling har faktorer som respekt, rättvisa och god attityd rankats högt. Vid privat förhandling rankades faktorer som positivitet, långsiktig relation till motparten och fredlighet högt. Faktorer som signifikant skiljde sig från varandra basera på om de var en privat eller affärsrelaterad förhandling var att förhandlingen ska vara rättvis, effektiv, etiskt korrekt med flera. Avslutningsvis visade studien att en individ som skattats högt i personlighetsdraget extraversion skiljer i hur denne värdesätter faktorn rättvisa. Desto högre en individ skattats i extraversion desto mer värdesätter individen rättvisa i affärsrelaterade förhandlingar till skillnad från privat förhandling. Vidare visar studien att individ med hög skattning av personlighetsdraget agreeableness visar signifikant skillnad i hur de värdesätter respekt, motparten kan erkänna fel och vinna förhandlingen. Individ med hög skattning av agreeableness värdesätter variablerna högre i affärsrelaterad förhandling än privat.

Nyckelord: förhandling, subjektiva faktorer, big five, socialpsykologi, social förhandling.

Tack

Författaren vill inledningsvis tacka alla deltagare i det empiriska arbetet. Ett särskilt tack till handledare PhD, associate professor Mats Dahl för ovärderligt stöd i planering och skrivandeprocessen. Författaren vill även rikta ett tack till familjemedlemmar och vänner som har bidragit med hjälp, råd och korrekturläsning. Ett extra stort tack riktas till alla er som hjälpt till att sprida enkäten.

Subjektiva faktorerers uppskattade värde i förhandling och sambandet till big five

Förhandling är grunden till stor del av vår vardagliga kommunikation med andra människor. I synnerhet när kommunikation kretsar kring skiljaktigheter mellan parter. Huruvida det handlar om en löneförhandling, köp av en ny bil, en komplex internationell relation eller var två individer ska spendera sin semester brukar det vanligtvis lösas genom förhandling. Luecke et al. (2003) menar att en förhandling innebär gemensamt sökande efter överenskommelse med dialog som verktyg. Curhan et al. (2006) & Thompson et al. (2010) menar att förhandling definieras som alla situationer där det krävs kommunikation och samarbete med minst en annan person för att uppnå ett specifikt mål.

En stor del av forskningsområdet har länge sett förhandling som en materiell och ekonomisk dragkamp. Anledning till detta menar Thompson et al. (2010) är att ekonomiska intresset spelat en dominerande roll. Målet i en förhandling har länge enbart syftat till att generera ekonomiskt mervärde. Genom att enbart se förhandling ur ett ekonomiskt perspektiv menar Curhan et al. (2006) att socialpsykologiska värden går förlorade. Denna studie kommer i enlighet med Curhan et al. (2006) undersöka socialpsykologiska värden genom subjektiva faktorer i förhandling, samt identifiera en intern rangordning. Studien ämnar bidra till forskningen genom att fördjupa förståelsen för vilka subjektiva faktorer människan värdesätter i dels privat, dels affärsrelaterad förhandling. Curhan, Elfenbein & Xu (2006) menar att mellan privat och affärsrelaterad förhandling föreligger skillnader värda vidare forskning. Studien ämnar även besvara huruvida skillnad i uppskattat värde för subjektiva faktorer uppstår beroende på vilket personlighetsdrag i big five theory man skattas högt i och form av förhandling. Forskning menar att av de faktorer som påverkar uppnåendet av önskvärda förhandlingsresultat, är personlighetsdrag hos förhandlaren en av de kritiska faktorerna (Gilkey och Greenhalgh 1986). Curhan et al. (2006) menar att det finns skillnader i vilka subjektiva faktorer man värdesätter högt beroende på formen av förhandling. Studien kommer ställa big five theory i relation till subjektiva värden vid dels privata förhandlingar, dels affärsrelaterade förhandlingar. En affärsrelaterad förhandling kan exempelvis vara en löneförhandling och en privat förhandling kan exempelvis vara ett par som försöker komma överens om var de ska resa (Thompson et al. 2010).

Vidare finns det ett syfte i att skilja på två typer av förhandlingssituationer, distributiv och integrativ. Under en distributiv förhandling fördelas ett visst värde. En distributiv förhandling resulterar i att ena partens vinning sker på bekostnad av motparten. Distributiv förhandling kan beskrivas som en förhandling där parterna har fasta parametrar och genom olika taktiker ämnar vinna större del av innehållet än motparten (Harvard business essentials & negotiation, 2003). Distributiv förhandling kan liknas med begreppet fixed pie perception. Enligt Mary et al. (2020) innebär fixed pie perception förhandlaren övertygelse om att motpartens intressen och prioriteringar står i direkt motsats till förhandlaren egna intressen och prioriteringar, ett förhållande som lätt skapar problem i en förhandling. Integrativ förhandling innebär i stället skapande av mervärde i förhandling. I stället för att fördela bytet är ändamålet att arbeta tillsammans för att hitta ett resultat som bäst hjälper båda sidor. Den interaktiva förhandlingstekniken syftar till att alla parter i en förhandling ska vara nöjda med resultatet. En "win-win situation" (Amanatullah, Morris & Curhan, 2008). Thompson et al. (2010) menar att en win-win situations innebär en överenskommelse där nyttan för vad parterna är intresserade av maximeras. Ett exempel på en distributiv förhandling kontra en integrativ förhandling är två systrar som delar på en apelsin. Ena system behöver skalet för en kaka och andra system behöver saften för en juice. Vid en distributiv förhandling får systrarna halva apelsinen var. Vid en integrativ förhandling tar ena system fruktsaft och andra system skalet. vid den integrativa förhandlingen har mervärde skapats för båda parterna utan att tillföra mer värde till bytet.

Subjektiva värden i förhandling

Enligt Thompson och Hastie (1990) kan förhandling fördelas efter två kategorier, ekonomisk och socialpsykologisk. Den ekonomiska förhandlingen innefattar ett mer distributivt synsätt och innebär huruvida ett avtal uppnåtts, till vilket värde resurserna fördelats och hur mycket värde det skapat för parterna. Den socialpsykologiska innefattar mjuka värden runt om en förhandling. Curhan et al. (2006) menar att subjektiva faktorer innefattar förhandlaren känslor om processen snarare än processen i sig. Subjektiva faktorer är olika faktorer som individen värdesätter i förhandling. Subjektiva faktorer värde får sin prägel av hur individen uppfattar någonting. Det kan exempelvis vara samarbetsförmåga, vänlighet, etiskt korrekt, positivitet, trygghet med flera. (e.g., Fortgang, Lax, & Sebenius, 2003; Morris, Larrick, & Su, 1999; Tinsley, O'Connor, & Sullivan, 2002). Vidare menar Curhan, Elfenbein & Xu (2006) att genom identifiering och belysning av värdet för subjektiva faktorer i förhandling ökar sannolikheten att hitta oidentifierade variabler som kan

avslöja nyckelområden för framtida socialpsykologisk förhandlingsforskning samt bidra till skapande av nya teorier om det subjektiva värdets roll i förhandlingar.

Studien av Elfenbein och Xu (2006) undersökte subjektivt värde i förhandling. Det visade att de subjektiva faktorerna som nämnts av studiens respondenter var efterfrågan på etisk korrekthet, respekt, tillförlitlighet, inte göra bort sig, trygghet och materiella faktorer som att vinna förhandlingen med flera. Trots att mätvärdena för en objektiv prestation ligger i resultatet av förhandlingen var den faktorn inte nämnvärt framträdande. 20 % av deltagarna i studien uppgav inte några faktorer som beskrev de objektiva resultaten i förhandlingen. Överraskande nog, bland deltagare som rapporterade objektiva mätvärden, bedömdes de i allmänhet mindre viktiga än många andra faktorer som var mer personliga och subjektiva. Ett resultat som tyder på att subjektiva värden i förhandlingar kan vara dramatiskt underskattade i sin verkliga betydelse (Elfenbein & Xu, 2006).

Förhandlingsforskare fokuserar vanligtvis på den distributiva förhandlingen men studier om socialpsykologins roll i förhandling har blivit alltmer vanligt. Curhan och hans kollegor Elfenbein och Eisenkraft (2010) fann att med värdesättande av subjektiva värden och iakttagande av den socialpsykologiska miljön i en förhandling ökade sannolikheten för ett förbättrat ekonomiskt resultat i efterföljande förhandling. De menar även att förhandling som avslutas i gott socialt tillstånd kan vara minst lika viktigt som att avsluta en förhandling med ett bra ekonomiskt resultat. Straub och Murnighan (1995) menar att i vissa fall är den subjektiva känslan av en förhandling den enda feedback som förhandlare kan få eftersom förhandlaren inte vet hur lågt en motpart hade kunnat gå. Vidare menar forskning att genom skapande av ett omfattande, induktivt ramverk för att mäta subjektiva värden inom förhandling finns potential att identifiera potentiella döda vinklar eller blindspots inom förhandlingsforskning samt belysa viktiga arbetsområden inom förhandlingsforskning. Materialet kan även bidra till framtida forskning som skapar teorier om det subjektiva värdets roll i förhandling (Kurtzberg & Medvec, 1999; Valley, Neale, & Mannix, 1995; Thompson 1990).

Big five theory

Forskningen menar att av de faktorer som påverkar uppnåendet av önskvärda förhandlingsresultat, är personlighetsdrag hos förhandlaren en av de kritiska faktorerna. Beroende på vilket personlighetsdrag en förhandlare skattas högt i kan förhandlingar bli

produktiva eller improduktiva (Gilkey och Greenhalgh 1986). Förhandlare som är medvetna om sina egna personlighetsdrag kan justera sin taktik, de kan också observera motparts personlighetsdrag för att göra taktiska justeringar i hanteringen av dem (Gilkey och Greenhalgh 1986). Många Förhandlingsforskare stödjer att "personlighetsdrag är stabila och varaktiga egenskaper hos individer som predisponerar förhandlare att reagera på situationer på särskilda sätt" (Anderson och Thompson 2004). Således kan förhandlingsframgång i stor uträkning bestämmas av personlighetsdrag.

Big five theory, innefattar fem universella personlighetsdrag som anses vara oberoende av kultur och situation. Big five theory har under andra hälften av 1900 talet vuxit fram tack vare Ernest Tupes, Raymond Christal och Lewis Goldberg. Personlighetsdragen som teorin består av är conscientiousness, extraversion, agreeableness, openness, neuroticism (Goldberg, 1993; McCrae & Costa, 1987).

Conscientiousness (samvetsgrann) indikerar ofta drag av självdisciplin, pliktrogenhet och att vara målinriktad. Individer som skattas högt i samvetsgrannhet uppfattas ofta som envisa, fokuserade samt att de gärna planerar i god tid i stället för att vara impulsiva. Med hög grad av samvetsgrannhet vill individen gärna styra sina impulser. Individer med låg grad av samvetsgrannhet tenderar ofta att uppfattas flexibla, spontana och slarviga (Costa & McCrae, 1995).

Extraversion (Extraversion) innefattar individer som skattas högt i extraversion, de tenderar ofta att uppfattas som självsäkra, energiska, positiva och som gärna söker andras sällskap. Individer med hög skattning inom extraversion tycks vara entusiastiska och föredrar att interagera med sin omgivning (Costa & McCrae, 1995).

Agreeableness (tillmötesgående) innebär tendensen att vara samarbetsvillig och att ha medkänsla för sin omgivning. Motsatsen är fientlig och tävlingsinriktad. Individer med nämnda tendenser uppfattas ofta som pålitliga, snälla, optimistiska och generösa. De är vanligt att individer som skattas högt i agreeableness föregår andras behov före sina egna. Låg skattning inom agreeableness innefattar ofta att sätta sina egna behov främst och inte intressera sig av andras känslor och behov (Falcão et al., 2018).

Openness (öppenhet) innefattar en tendens att uppskatta konst, känslor, äventyr,

fantasi och nyfikenhet. Individer som skattas högt inom öppenhet är ofta öppna för nya idéer och upplevelser. Denna grupp tycks även vara mer kreativa och medvetna om sina känslor. Individer som rankas högt inom öppenhet kan ses som oförutsägbara och ofokuserade. I kontrast tenderar personer med låg öppenhet att uppfattas som slutna och pragmatiska (Goldberg, 1993).

Neuroticism (Neuroticism) innefattar individer som lätt upplever obehagliga känslor som ångest, stress, ilska och depression. Individer med hög nivå av neuroticism reagerar ofta starkt emotionellt. De är även känsliga för stress och deras negativa känslor håller i en längre tid än andras (Dwan & Owsnworth, 2019; Gutiérrez et al., 2005).

Tabell 1

Översikt av personlighetsdragen från big five personality model

Personlighetsdrag	Aspekt
Öppenhet (Openness)	Fantasi, estetik, känslor, tankar, värderingar
Målmedvetenhet (Conscientiousness)	Ordningsamhet, samvetsgrannhet prestationssträvan, självdisciplin, eftertänksamhet
Utåtriktning (Extraversion)	Tillgivenhet, självhävdelse, vitalitet, gladlynthet
Vänlighet (Agreeableness)	Tillit, rättframhet, osjälviskhet, följsamhet, blygsamhet
Emotionell stabilitet (Neuroticism)	Irritationsbehärskning, upprymdhet, självssäkerhet, eftertänksamhet, stresstålighet.

** Not. Tabellen baseras på Costa och McCrae (2003). Viktigt att notera är att Neuroticism i denna tabell är omvänd. Hansens ursprungliga definition är emotionell instabilitet och utgörs av begreppen: Ångest, irritationsbenägenhet, nedstämdhet, självsäkerhet, impulsivitet, stresskänslighet.*

En studie utförd av Haslam et al. (2009) presenterar data som tyder på att personlighetsdraget extraversion är starkast förknippat med subjektiva värderingar som öppenhet för förändring, agreeableness är förknippat med pro-sociala värderingar, conscientiousness med mer återhållsamma subjektiva värderingar i form av tradition och säkerhet och openness indikerade på subjektiva värden som självöverskridande och öppenhet. Neuroticism visade på ett positivt samband med tradition.

Det primära användningsområdet för big five theory är personlighetstester. Eftersom resultatet av testerna från big five theory har visats vara relativt stabila från vuxen ålder och sällan genomgår större förändring genom livet har användningen varit hög (Cobb-Clark & Schurer, 2012). I relation till förhandling menar Falcão et al. (2018) att extraversion både kan vara en tillgång och en utmaning beroende av huruvida en förhandling är distributiv eller integrativ. Eftersom informationsutbytet och oro för sociala band påverkar förhandlingsresultatet olika i varje typ av förhandling (Barry och Friedman, 1998). Vidare har studier visat att självsäkerheten i extraversion kan vara en tillgång för båda typerna av förhandlingar (Elfenbein et al., 2008). Personlighetsdraget tillmötesgående eller agreeableness ses enligt Cable och Judge (2003); Jensen-Campbell et al. (1996) som den viktigaste dimensionen gällande mellanmänniska relationer. De tenderar även att undvika bestämda och hårda taktiker. Forskning har även visat på en koppling mellan hög agreeableness och lägre resultat i distributiva förhandlingar på grund av socialt ansvarstagande och oro. Samma koppling har dock inte visats vid integrativ förhandling (Amanullah et al., 2008; Barry & Friedman, 1998; Morris et al. 1999). Vidare har personlighetsdraget conscientiousness gjort anspråk att spela roll då en viktig faktor i förhandling är att vara väl förberedd och strukturerad. Detta även om konkret bevis för det ej har publicerats (Barry & Friedman, 1998). Neuroticism har indikerat på ökad negativa erfarenheter samt större sannolikhet för dödläge i förhandlingen även om det inte presenterats signifikant (Elfenbein et al., 2008; White et al., 2004). För openness menar Barry och Friedman (1998) att det innefattar en dimension vars högt rankade individer har avvikande tankemönster som kan vara till nytta i förhandlings-miljöer. Falcaó et al. (2018) menar att genom identifiering av vilket personlighetsdrag en anställd har kan företag handplocka lämpade kandidater efter given situation, beroende på om en individs personlighetsdrag passar eller inte passar given situation.

Syfte och frågeställning

Forskning om förhandling har i stora drag fokuserat på den distributiva och ekonomiskt resultatfokuserade processen medan de underliggande socialpsykologiska variablerna kommit i skymundan. Genom att förstå de underliggande socialpsykologiska variablerna samt motpartens Big Five personlighetsdrag kan en förhandlare anpassa sin framtoning för att på bästa sätt möta motparten.

Syftet med studien är att bidra till forskningen genom att undersöka vilka subjektiva faktorer respondenterna skattar högst, dels i en privat förhandling, dels i en affärsrelaterad förhandling samt om uppskattningen av subjektiva faktorer skiljer sig åt beroende på skiljaktigheter i big five personality traits. För att klargöra detta har studien ställt följande frågeställning:

Vilket värde har studiens subjektiva faktorer i förhandling och Finns det en skillnad i hur respondenterna skattar de subjektiva faktorerna i en affärsrelaterad förhandling kontra en privat förhandling och påverkas detta av vilken personality trait individen klassas efter relaterat till jämfördata?

Metod

Deltagare

I studien deltog 31 personer, varav 14 (45.2 %) var kvinnor, 17 (54.8 %) var män. Åldersspannet bland deltagarna var mellan 18 och 74 år, och medelåldern för samtliga som uppgav ålder var i intervallet 18–34. 61% av deltagarna uppgav att de för närvarande arbetade. 39% av respondenterna studerade.

Material / instrument

Den digitala enkäten består av tre delar. Första delen innefattar övergripande demografiska frågor om kön, ålder och sysselsättning. Del två ämnar till att tydliggöra respondentens personlighetsdrag i egenskap av big 5 personality model (Costa & McCrae, 1992). Genom att byta riktning på vissa av påståendena kan man enligt Shaughnessy et al. (2015) undvika eventuell responsbias det vill säga att de svarande oftast håller med (eller inte håller med) alla påstående.

Personlighetstestet big five personality model består ursprungligen av 120 påståenden som mäter personlighetsdragen Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness och Neuroticism. Med anledning av risken för bortfall användes i stället Big Five Inventory av Zakrisson (2010). Big Five Inventory består i stället för 44 anpassade frågor. Se appendix. Zakrissons version med (N = 431) visade på en god reliabilitet (Cronbach's alpha-koefficienter varierande mellan .73 och .84). Svartalternativen bestod av 5 alternativ från stämmer absolut inte till stämmer absolut.

Del tre innefattade frågor gällande vad respondenten värdesatte högst bland subjektiva faktorer i dels en privat, dels en affärsrelaterad förhandling. De subjektiva faktorerna är hämtade från Curhan et al. (2006) studie om vad individer värderar i form av subjektiva faktorer i en förhandling. Subjektiva faktorer som undersöks i studien är efterfrågan på etisk korrekthet, respekt, tillförlitlighet, inte göra bort sig, positivitet, förtroende för motparten och att vinna förhandlingen med flera.

Procedur

Undersökningen designades som en tvärsnittsdesign och datan samlades in löpande under 6 dagar. Datainsamlingen utfördes genom en elektronisk Surveyundersökning där enkäten skapades via Google formulär och spreds via LinkedIn, diverse studierelaterade grupper på Facebook samt via författarens privata Facebookprofil. Urvalet klassas således som ett bekvämlighetsurval. Insamlingen av datan pågick under sex dagar. Från den 1: a till den 6: e december 2021.

Studiens design är en korrelationsstudie med kvantitativ ansats. Enligt Shaughnessy et al. (2015) sätter korrelationsstudier en grund för att kunna göra prediktioner utifrån olika variabler och dess relation till varandra. I denna studie har samband mellan big five theory:s olika personlighetsdrag, subjektiva faktorer i förhandling och eventuella skillnader i värde för dessa subjektiva faktorn beroende av natur på förhandling undersökts. Huruvida det varit en privat förhandling eller en affärsrelaterad förhandling.

En digital enkät fördelades med bekvämlighetsurval. Fördelen med att tillämpa en digital enkät är att den enkelt kan distribueras till flertalet mottagare samt smidigt fyllas i från

dator, smarttelefon eller surfplatta, något som förkortar tiden att uppnå tillfredsställande mängd data (Shaughnessy et al., 2015). Respondenten av den digitala enkäten fick initialt (del 1) besvara demografiska frågor i form av ålder, kön & sysselsättning. Vidare (del 2) genomgick respondenten 44 olika frågor som ämnar att ge studien en indikation på vart respondenten kunde placeras bland big 5 personality traits model (Costa & McCrae, 1992).

Respondenten fick sedermera beskriva två förhandlingar de genomgått under det senaste året. En privat förhandling och en affärsrelaterad. Med privat menas förhandling i en privat situation, exempelvis inom en relation. Affärsrelaterad förhandling innefattar exempelvis löneförhandling. Efter respondenten beskrivit de olika situationerna svarar respondenten på frågor gällande de olika situationerna. Frågorna består av subjektiva faktorer och hur mycket respondenten värdesätter dessa i relation till den beskrivna situationen. Exempel på faktorer som undersöktes var, vänlighet, långsiktig relation till motparten, etiskt korrekt med flera.

Materialet som datainsamlingen genererade överförs till statistikprogrammet Jamovi. I Jamovi genomfördes paired sample t tests och regressionsanalys för att identifiera signifikant skillnad i uppskattat värde av subjektiva beroende på om det affärsrelaterad eller privat förhandling, samt om det uppskattade värdet skiljde sig åt baserat på personlighetsdrag.

Etik

De etiska aspekterna beaktas utefter de etiska riktlinjer som föreskrivs i Helsingforsdeklarationen (1964) samt Vetenskapsrådets riktlinjer (2017). Studien har även grundats i en etikdelegation som undertecknats av författare och handledare till studien.

Respondenterna informerades i enlighet med de etiska principer som gäller i form av informationskrav, samtyckeskrav, konfidentialitetskrav, nyttjandekrav samt rätten att avbryta deltagandet och att deltagit var frivilligt. Samtycket innefattar en beskrivning i inledningen till enkäten. Respondentens deltagande och fortsättande till nästkommande del innefattade dess aktiva godkännande att delta i studien. Beskrivning innefattade också att deras svar skulle behandlas konfidentiellt och att fullständig anonymitet erhöles då inga personuppgifter efterfrågades. Vid frågor från respondenterna fanns även en mail direkt till författare.

Resultat

Deskriptiv statistik

Nedan följer deskriptiv statistik för studiens insamlade material. Studiens andra tabell redogör för respondenternas skattning i big five. Genom att ställa medelvärdet för respondenternas skattning för big five mot medelvärdet för jämfördata kan tydligt avvikande identifieras. Tabell 3 visar med hjälp av paired sample t test skillnaden mellan subjektiva faktorer i relation till affärsrelaterad förhandling och privat förhandling. Tabell 4 visar en korrelationsmatris för personlighetsdragen, extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism och openness ställt mot differenspoäng mellan privat och affärsrelaterad förhandling. Tabell 4 visar huruvida det finns en signifikant skillnad i hur exempelvis personlighetsdraget extraversion värderar en subjektiv faktor baserat på om det är en privat eller affärsrelaterad förhandling. Signifikansnivån är satt till 0.05. p-värdet är således $p < 0.05$.

Tabell 2

Tabell 2 visar medelvärden, standardavvikelser och Cronbachs alfa för de olika personlighetsdragen. Tabellen visar även antalet svarande i studien. Personlighetsdragen skiljer sig inte nämnvärt från jämfördata (Zakrisson 2010).

Personlighetsdrag	Medelvärde	Jämfördata	(SD)	<i>a</i>	N
Openness	33.48	34.68	(5.88)	.78	31
Conscientiousness	33.55	35.02	(5.23)	.78	31
Extraversion	29.84	27.52	(4.98)	.84	31
Agreeableness	35.39	34.64	(4.18)	.70	31
Neuroticism	20.16	20.19	(5.45)	.80	31

Not. M = Medelvärde, SD = Standardavvikelse, a = Cronbachs alfa, N = antal deltagare. Big five, Jämfördata = (Zakrisson 2010, personlighetsdrag (skala 1-5)).

Det är av vikt för studien att skattningen för personlighetsdrag inte nämnvärt särskiljer sig från jämfördata (Zakrisson 2010). Tabell 2 visar att medelvärdet för skattningen av

personlighetsdragen inte nämnvärt skiljer sig från jämfördata för personlighetsdragen. Detta görs genom att ställa medelvärdet för big five i studien mot medelvärdet för jämfördata.

Tabell 3

Tabell 3 visar medelvärden, standardavvikelser och p värde för den statistiska säkerställda skillnaden mellan medelvärden för de subjektiva värden som studien lutar mot. Resultatet för den affärsrelaterad förhandling och den privata förhandlings presenteras utan parentes. Resultatet för standardavvikelsen för privat och affärsrelaterad förhandling presenteras med parentes.

Subjektivt värde	Medelvärde (SD)		p	N	
	Affär	Privat			
Affärsrelaterad Förhandling (Privat förhandling)					
Respekt	5.97	6.16	(1.00) (1.14)	.35	31
Rättvist	5.47	4.94	(1.50) (1.56)	.21	31
God attityd	5.84	6.44	(1.44) (0.95)	>0.05	31
Positivitet	5.41	6.28	(1.56) (1.20)	>0.05	31
Effektivitet	5.28	4.31	(1.33) (1.62)	>0.05	31
Etiskt korrekt	5.00	4.03	(1.93) (1.96)	>0.05	31
Långsiktig relation till motpart	5.41	6.72	(1.72) (0.68)	>0.05	31
Du har förtroende för motparten	5.69	6.66	(1.57) (0.70)	>0.05	31
Motparten är en god lyssnare	5.55	6.00	(1.76) (1.11)	.08	31
... erkänna att denne har haft fel	5.72	5.91	(1.55) (1.57)	.50	31
Att vinna förhandlingen	5.22	3.72	(1.50) (1.84)	>0.05	31
Inte göra fel / save face	4.31	3.22	(1.84) (2.03)	>0.05	31
Fredlig och icke konfrontativ	4.81	5.63	(1.60) (1.34)	>0.05	31

Not. M = Medelvärde, SD = Standardavvikelse, p= sannolikhet p= 0.05, N = antal deltagare. Big five personlighetsdrag (skala 1-7).

Tabell 3 visar att åtta av studiens subjektiva faktorer skiljer sig signifikant mellan affärsrelaterad förhandling och privat förhandling. Subjektiva faktorer som respekt, rättvisa, god attityd, förtroende för motparten och att motparten kan erkänna fel är viktiga för den affärsrelaterade förhandlingen. I den privata förhandlingen värdesätts, respekt, god attityd, positivitet, långsiktig relation till motparten, förtroende, god lyssnare och att motparten kan

erkänna fel högt, således viktiga subjektiva faktorer. Vid åtta fall skiljde sig subjektiv faktor åt beroende på om det var affärsrelaterad förhandling eller privat förhandling. De faktorer som skiljde sig åt beroende på förhandlingsform var, fredlig och icke konfrontativ, inte göra fel/ save face, vinna förhandlingen, förtroende för motparten, långsiktig relation till motparten, etiskt korrekt, effektivitet, positivitet och god attityd.

Tabell 4 Differens och personlighetsdrag

Tabell 4 visar en korrelationsmatris för personlighetsdragen, extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism och openness mot differenspoäng mellan privat och affärsrelaterad förhandling utefter tidigare presenterade subjektiva variabler.

Correlation Matrix

	Extraversion	Agreeableness	Conscientiousness	Neuroticism	Openness
Extraversion	—				
Agreeableness	0.394 *	—			
Conscientiousness	0.308	0.222	—		
Neuroticism	-0.357 *	-0.550 **	-0.285	—	
Openness	0.068	0.063	0.064	-0.201	—
Respekt Dif.	0.170	0.477 **	-0.106	-0.115	0.167
Rättvisa Dif.	0.514 **	0.210	0.003	0.003	-0.126
God attityd Dif.	0.093	0.218	0.062	-0.083	-0.035
Positivitet Dif.	0.208	0.242	-0.017	-0.198	-0.067
Effektivitet Dif.	0.079	0.069	0.051	-0.099	-0.141
Långsiktig relation till motpart Dif.	0.116	0.039	0.216	-0.220	-0.053
Förtroende för motparten Dif.	0.081	0.328	0.012	0.141	-0.175
Motparten är en god lyssnare Dif.	0.141	0.327	0.123	0.054	-0.051
Motparten kan erkänna fel Dif.	0.293	0.431 *	0.017	-0.106	-0.180
Vinna förhandlingen Dif.	0.244	0.394 *	0.109	-0.286	-0.081
Save face/ inte göra fel Dif.	0.274	0.014	0.261	-0.071	0.184
Fredlig Dif. P	0.216	0.346	0.353	-0.200	0.135

Note. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabell 4 visar en korrelationsmatris för personlighetsdrag och differenspoäng för subjektivt värde. Vid en korrelation mellan personlighetsdrag och subjektiv faktor skiljer sig uppskattat värde åt signifikant beroende på om det är en affärsrelaterad förhandling eller privat förhandling. Detta innebär att ju högre man skattas i ett visst personlighetsdrag desto mer skiljer det sig mellan privat och affärsrelaterad förhandling för specifik faktor. Nedan presenteras de korrelationer som var signifikanta, (p < .05). Korrelationsmatrisen visar att individer med extraversion som personlighetsdrag värdesätter rättvisa signifikant annorlunda beroende på förhandlingssituation. Individ med hög extraversion värdesätter rättvisa högre i affärsrelaterad förhandling än privat. Högre skattning är lika med större skillnad. Individer

med personlighetsdraget agreeableness visar en signifikant skillnad i hur de värdesätter respekt, motparten kan erkänna fel och vinna förhandlingen. Således, ju högre man skattas i agreeableness desto mer skiljer det sig mellan privat och affärsrelaterad förhandling. Individ med hög agreeableness värdesätter respekt, motparten kan erkänna fel och vinna förhandlingen högre i affärsrelaterad förhandling än privat.

För personlighetsdragen conscientiousness, neuroticism och openness förekommer ingen statistiskt signifikant skillnad för hur det värdesätter de olika faktorerna beroende på om det är en privat eller affärsrelaterad förhandling.

Diskussion

Med stöd av resultatet som genererats och tidigare forskningsmaterial ämnar studien att besvara utsatt frågeställning. Vilket värde har studiens subjektiva faktorer i förhandling och finns det en skillnad i hur man skattar dessa faktorer beroende av om det är en affärsrelaterad eller privat förhandling samt påverkas detta av vilken big five personality trait individen skattas högst i relaterat till jämfördata?

Personlighetsdragen i urvalet visar att medelvärdet för skattningen av personlighetsdragen inte nämnvärt skiljer sig från jämfördata för personlighetsdragen. Urvalet är att således att likställa med jämfördata. Studiens andra tabell visar uppskattat subjektivt värde i förhandling samt den skillnad som föreligger vid åtta subjektiva faktorer baserat på om det är en privat eller affärsrelaterad förhandling. Vid en affärsrelaterad förhandling rankas faktorer som respekt, rättvisa, god attityd, förtroende för motparten, motparten är en god lyssnare och att motparten kan erkänna att denne haft fel, högt. Faktorer som etiskt korrekt, inte göra fel och att förhandlingen ska vara fredlig och inte konfrontativ rankas lägre. Vid en privat förhandling rankas faktorer som respekt, god attityd, positivitet, långsiktig relation till motparten, förtroende för motparten, och att förhandlingen ska vara fredlig och inte konfrontativ högt. Faktorer som vikten av att vinna och huruvida förhandlingen anses vara etiskt korrekt rankas lägre. Vid åtta subjektiva faktorer skiljde uppskattat värde signifikant beroende på om det var en privat eller affärsrelaterad förhandling. Faktorer som skiljde sig åt beroende på förhandlingsform var, fredlig och icke konfrontativ, inte göra fel/ save face, vinna förhandlingen, förtroende för motparten, långsiktig relation till motparten, etiskt korrekt, effektivitet, positivitet och god attityd.

Vid jämförelse till tidigare studier på området kan liknelser dras. Curhan, Elfenbein & Xu, (2006) subjektiva faktorer i förhandling indikerar på likheter i resultatet. Subjektiva faktorer som respekt, faktorn att vara en god lyssnare och tillit till motparten framstår som viktiga subjektiva faktorer i förhandling för båda studierna. Curhan, Elfenbein & Xu, (2006) menar att objektiva resultat ofta beskrivs som viktigt men att det sällan av förhandlaren själv pekas ut som det viktigaste, i aktuell studie skattas objektiva resultat också lågt. I varken privat (3.22) eller affärsrelaterad (5.22) förhandling anses att vinna förhandlingen som något av de 5 viktigaste faktorerna. Det är markant lägre i den privata förhandlingen där faktorn att vinna faktiskt är minst värd. I den affärsrelaterade förhandlingen anses faktorn att vinna förhandlingen som den 6e viktigaste av 13 faktorer. Ett resultat som understryker att subjektiva värden i förhandlingar kan vara dramatiskt underskattade i sin verkliga betydelse (Elfenbein & Xu, 2006). Forskning visat även att vid förhandlingar där sociala relationer värderas högt kan den ekonomiska vinningen öka enligt Curhan et al. (2010).

Forskningen menar att av de faktorer som påverkar uppnåendet av önskvärda förhandlingsresultat, är personlighetsdrag hos förhandlaren en av de kritiska faktorerna. Beroende på vilket personlighetsdrag en förhandlare skattas högt i kan förhandlingar bli produktiva eller improduktiva (Gilkey och Greenhalgh 1986). Förhandlare som är medvetna om sina egna personlighetsdrag kan justera sin taktik, de kan också observera motparts personlighetsdrag för att göra taktiska justeringar i hanteringen av dem (Gilkey och Greenhalgh 1986). Många förhandlingsforskare stödjer att "personlighetsdrag är stabila och varaktiga egenskaper hos individer som predisponerar förhandlare att reagera på situationer på särskilda sätt" (Anderson och Thompson 2004). Således kan förhandlingsframgång i stor uträkning bestämmas av personlighetsdrag.

Personlighetsdrag och subjektiva faktorer

Forskningen menar som nämnt att av de faktorer som påverkar uppnåendet av önskvärda förhandlingsresultat, är personlighetsdrag hos förhandlaren en av de kritiska faktorerna. Beroende på vilket personlighetsdrag en förhandlare skattas högt i kan förhandlingar bli produktiva eller improduktiva (Gilkey och Greenhalgh 1986). Ett personlighetsdrag kan således passa bättre in i en viss förhandling än ett annat personlighetsdrag. Resultatet av korrelationsstudien visar att mellan personlighetsdrag och subjektiv faktor skiljer sig uppskattat värde åt signifikant beroende på om det är en affärsrelaterad förhandling eller privat förhandling. Detta innebär att ju högre man skattas i

ett visst personlighetsdrag desto mer skiljer det sig mellan privat och affärsrelaterad förhandling. Individer med extraversion som personlighetsdrag värdesätter rättvisa signifikant annorlunda beroende på förhandlingssituation. Individ med hög extraversion värdesätter rättvisa högre i affärsrelaterad förhandling än privat. Individer med personlighetsdraget agreeableness visar en signifikant skillnad i hur de värdesätter respekt, motparten kan erkänna fel och vinna förhandlingen. Således, ju högre man skattas i agreeableness desto mer skiljer det sig mellan privat och affärsrelaterad förhandling. Individ med hög agreeableness värdesätter respekt, motparten kan erkänna fel och vinna förhandlingen högre i affärsrelaterad förhandling än privat. Gilkey och Greenhalgh (1986) menade att personlighetsdrag hos förhandlaren en av de kritiska faktorerna. Genom att belysa ovan nämnda skillnader kan ett bidrag till forskningen om kritiska faktorer för förhandling och personlighets göras. Barry och Friedman (1998) menar att individer med personlighetsdraget extraversion värdesätter informationsutbytet och oroar sig för sociala band, något som påverkar förhandlingsresultatet olika i varje typ av förhandling (Barry och Friedman, 1998). Ett påstående som exempelvis i relation till aktuell studie kan påbyggas med variabeln att individ med extraversion som personlighetsdrag värdesätter rättvisa högre i affärsrelaterad förhandling än privat.

Metoddiskussion och begränsningar

Studiens tidsomfång ledde till ett bekvämlighetsurval. Ett bekvämlighetsurval har naturligtvis sina begränsningar och kan således inte vara representativt på något vis. Viktigt att nämna är att studien inte kunnat redogöra för svarsfrekvensen. Därför kan studien inte fastslå vilka som inte valt att delta i studien. Eftersom studien delats via författarens sociala medier är majoriteten av respondenterna i 20–35 årsåldern och studerande eller arbetande.

I ändamål att mäta personlighetsdragen tillämpades utdrag från Big Five Inventory. Big Five Inventory är ett test som mäter de fem personlighetsdragen men med färre frågor (44 st). Det mindre testet valdes för att undvika bortfall på grund av att enkäten var för tidskrävande. Kajonius och Johnson (2019) menar även att många av personlighetsdragen i det större testet överlappar varandra och kan mätas i kortare enkäter för personlighet.

Vad det gäller självskattningsskalor i enkätform finns det utrymme för kritik då datan kan präglas av social önskvärdhet, något som kan resultera i en diskrepans i respondentens skattade svar och respondenternas verkliga beteende. För att reducera risken för social

önskvärdhet bör en enkät med fördel genomföras digitalt enligt Shaughnessy et al. (2012). En webbaserad enkät är sannolikt det mest ekonomiska och tidseffektiva tillvägagångssättet. En webbenkät ger även möjlighet att nå ut till potentiella underrepresenterade grupper (Shaughnessy, Zechmeister & Zechmeister, 2012).

Webbenkät är mest tidseffektiv såväl som kostnadseffektiv samtidigt som det tillåter att nå ut till potentiella underrepresenterade och stora grupper (Shaughnessy, Zechmeister & Zechmeister, 2012). På så sätt finns störst möjlighet att få in tillräcklig mängd svar trots enkätens längd. Att ha data i digital form ger även enklare förutsättningar till analys och insamlingen blir mer miljövänlig, lättillgänglig och genomförbar. Ytterligare en utmaning med studien var att respondenten faktiskt är den individ den utger sig för att vara. Det kunde även med fördel ha varit en större mängd respondenter som deltog i studien.

Avslutningsvis belyser litteraturen problematiken med anonymitet vid enkätstudier. Litteraturen menar att anonymitet å ena sidan genererar i mer tillförlitliga rapporter men det kan även leda till minskat engagemang bland respondenterna samt att de tenderar att orsaka mindre eftertanke (Lelkes, Krosnick, Marx, Judd & Park, 2012). Anonymitet i studien väntas vara fördelaktig eftersom frågorna och items kan anses som känsliga då de berör icke socialt önskvärda variabler.

Framtida forskning

Vad som framgår av tidigare forskning och litteratur är att det finns ett allmänintresse för vidare undersökning och forskning i området kring subjektiva faktorer värde i förhandlingar. Forskning visar att förhandlare i större utsträckning värderar de subjektiva faktorerna högt och har således antytt ett förbättrat ekonomiskt resultat när subjektiva faktorer tas i bejakelse. En studie som närmare undersöker den relationen och som kan presentera tillförlitliga uppgifter är läsvärd. Studie som ämnar djupdyka i extraversion och neuroticism genom undersökning av vad och vilka för tillika nackdelar en individ med extraversion som personlighetsdrag har i en förhandling samt att ställa det i relation till en individ med hög skattning i neuroticism vore läsvärd. Vidare vore det givande att undersöka om ett en händelse, exempelvis en exceptionellt hård förhandling har en påverkan på vad och vilka subjektiva faktorer som en individ uppskattar. Avslutningsvis en större metastudie på ämnet subjektiva faktorer i förhandling och vad de egentligen har för effekt på förhandling

och människan före under och efter en förhandling. Vad är det människan värderar högst och vad har det för effekt?

Sammanfattning

Aktuell studie har undersökt vilka av studiens subjektiva faktorer respondenterna skattar högst, i dels privat förhandling, dels en affärsrelaterad förhandling samt om dessa subjektiva faktorer skiljer sig åt beroende av skiljaktigheter i big five personality traits. Resultatet av studien visar på att respekt, rättvisa, god attityd, förtroende för motparten med flera rankas högt i en affärsrelaterad förhandling. Subjektiva faktorer som etiskt korrekt, inte göra fel och att förhandlingen ska vara fredlig och inte konfrontativ rankas lägre i samma förhandlingsform. Vid en privat förhandling indikerar resultatet på att subjektiva faktorer som respekt, god attityd, positivitet, långsiktig relation till motparten, förtroende för motparten, och att förhandlingen ska vara fredlig och inte konfrontativ rankas högt. Faktorer som vikten av att vinna och huruvida förhandlingen anses vara etiskt korrekt rankas lägre i den privata förhandlingen. Faktorer som signifikant skiljde sig från varandra basera på om de var en privat eller affärsrelaterad förhandling var, förhandlingen ska vara rättvis, positivitet, effektivitet, etiskt korrekt, långsiktig relation till motparten och att man har ett förtroende för motparten. Faktorer som värdesätter materiellt värde rankas lågt och understryker att det subjektiva värden i förhandlingar kan vara dramatiskt underskattade i sin verkliga betydelse.

Avslutningsvis visar studien ett samband mellan subjektiva faktorer i förhandling och big five theory. Studien kan presentera tre subjektiva faktorer där ökad skattning i personlighetsdrag ökar skillnaden mellan faktorns uppskattade värde i privat kontra affärsrelaterad förhandling. Individ med hög skattning av personlighetsdraget extraversion värdesätter rättvisa signifikant annorlunda beroende på förhandlingssituation. Individ med hög skattning inom extraversion värdesätter rättvisa högre i affärsrelaterad förhandling än privat. Individ med hög skattning av personlighetsdraget agreeableness visar signifikant skillnad i hur de värdesätter respekt, motparten kan erkänna fel och vinna förhandlingen. Individ med hög skattning av agreeableness värdesätter respekt, motparten kan erkänna fel och vinna förhandlingen högre i affärsrelaterad förhandling än privat. Resultatet visar även att ju högre skattning i ett av ovan nämnt personlighetsdrag desto större skillnad mellan förhandlingsform.

Aktuell studie har bidragit till en ökad förståelse för subjektiva faktorerers uppskattade värde i förhandling och sambandet till big five. Inom området för socialpsykologi och förhandling i relation till big five finns stort utrymme för vidare forskning som kan utöka och förstärka icke resultatorienterade variabelers plats i förhandlingsforskning.

Referenser

- Anderson, C., and Thompson, L. L. (2004). Affect from the top down: How powerful individuals' positive affect shapes negotiations. *Organ. Behav. Hum. Dec. Processes*, 95, 125–139.
- Amanatullah, E.T., Morris, M.W. & Curhan, J.R. (2008). Negotiators who give too much: unmitigated communion, relational anxieties, and economic costs in distributive and integrative bargaining, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 95 No. 3, pp. 723-738.
- Barry, B. & Friedman, R.A. (1998). Bargainer characteristics in distributive and integrative negotiation, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 74 No. 2, pp. 345-359.
- Cable, D.M. & Judge, T.A. (2003). Managers' upward influence tactic strategies: the role of manager personality and supervisor leadership style, *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 24 No. 2, pp. 197-214.
- Cobb-Clark, D. A., & Schurer, S. (2012). The stability of big-five personality traits. *Economics Letters*, 115(1), 11–15. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1016/j.econlet.2011.11.015>
- Costa, P.T. & McCrae, R.R. (1995). Domains and facets: hierarchical personality assessment using the Revised NEO Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment*, Vol. 64 No. 1, pp. 21-50.
- Curhan, J. R., Xu, H., & Elfenbein, H. A.. (2006). What do people value when they negotiate? Mapping the domain of subjective value in negotiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(3), 493–512. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1037/0022-3514.91.3.493>
- Curhan, J., H. A. Elfenbein, & N. Eisenkraft. 2010. The objective value of subjective value:

A multi-round negotiation study. *Journal of Applied Social Psychology* 40(3): 690–709

Dwan, T., & Ownsworth, T. (2019). The Big Five personality factors and psychological well-being following stroke: a systematic review. *Disability and Rehabilitation*, 41(10), 1119–1130. <https://doi.org/10.1080/09638288.2017.1419382>

Fortgang, R. S., Lax, D. A., & Sebenius, J. K. (2003, February). Negotiating the spirit of the deal. *Harvard Business Review*, 1–9.

Goldberg L. R. (1993). The structure of phenotypic personality traits. *The American psychologist*, 48(1), 26–34. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.48.1.26>.

Gilkey, R. W., and Greenhalgh, L. (1986). Our game, your rules: Developing effective negotiating approaches. *Not as far as you think: The realities of working women*, L. Moore, ed., Lexington Books, Lexington, MA.

Elfenbein, H.A., Curhan, J.R., Eisenkraft, N., Shirako, A. & Baccaro, L. (2008). Are some negotiators better than others? Individual differences in bargaining outcomes. *Journal of Research in Personality*, Vol. 42 No. 6, pp. 1463-1475.

Harvard business essentials. negotiation. (2003). *Harvard Business School Press*.

Haslam, N., Whelan, J., & Bastian, B. (2009). Big Five traits mediate associations between values and subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 46(1), 40–42. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1016/j.paid.2008.09.001>

Helsingforsdeklarationen (1964). Hämtad 2 november 2020 från <https://www.wma.net/policiespost/wma-declaration-of-helsinki-ethical-principles-for-medical-research-involvinghuman-subjects/>

Jensen-Campbell, L.A., Graziano, W.G. & Hair, E.C. (1996). Perceiving interpersonal

conflict and reacting to it: the case for agreeableness. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 70 No. 4, pp. 820-835.

Kajonius, P. J., & Johnson, J. A. (2019). Assessing the Structure of the Five Factor Model of Personality (IPIPNEO- 120) in the Public Domain. *Europe's Journal of Psychology*, 15(2), 260–275. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.5964/ejop.v15i2.1671>

Kern, M. C., Brett, J. M., Weingart, L. R., & Eck, C. S. (2020). The “fixed” pie perception and strategy in dyadic versus multiparty negotiations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 157, 143–158. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1016/j.obhdp.2020.01.001>

Kurtzberg, T., & Medvec, V. H. (1999). Can we negotiate and still be friends? *Negotiation Journal*, 15, 355–361.

Lelkes, Y., Krosnick, J. A., Marx, D. M., Judd, C. M., & Park, B. (2012). Complete anonymity compromises the accuracy of self-reports. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(6), 1291-1299. doi:10.1016/j.jesp.2012.07.002

Luecke, R., & Watkins, M. (2003). *Harvard business essentials: Negotiation*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.

McCrae, R.R. & Costa, P.T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 52 No. 1, pp. 81-90.

McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2003). *Personality in adulthood: A five-factor theory perspective* (2nd ed.). Guilford Press. <https://doi.org/10.4324/9780203428412>

Morris, M.W., Larrick, R.P. & Su, S.K. (1999). Misperceiving negotiation counterparts: when situationally determined bargaining behaviors are attributed to personality traits. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 77 No. 1, pp. 52-67.

Pedro Fontes Falcão, Manuel Saraiva, Eduardo Santos, & Miguel Pina e Cunha. (2018). Big

Five personality traits in simulated negotiation settings. *EuroMed Journal of Business*, 13(2), 201–213. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1108/EMJB-11-2017-0043>

Shaughnessy, J. J., Zechmeister, E. B., & Zechmeister, J. S. (2012). *Research methods in psychology*. (9th ed.) New York, NY: McGraw-Hill.

Shaughnessy, J. J., Zechmeister, E. B. & Zechmeister, J. S. (2015). *Research Methods in Psychology (10th ed.)*. McGraw-Hill

Straub, P. G., & Murnighan, J. K. (1995). An experimental investigation of ultimatums: Common knowledge, fairness, expectations, and lowest acceptable offers. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 27, 345–364.

Thompson, L., & Hastie, R. (1990). Social perception in negotiation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 47, 98–123.

Thompson, L. L., Wang, J., & Gunia, B. C. (2010). Negotiation. *Annual Review of Psychology*, 61, 491–515. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100458>

Tinsley, C. H., O'Connor, K. M., & Sullivan, B. A. (2002). Tough guys finish last: The perils of a distributive reputation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 88, 621–645.

White, J.B., Tynan, R., Galinsky, A.D. and Thompson, L. (2004). Face threat sensitivity in negotiation: roadblock to agreement and joint gain. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 94 No. 2, pp. 102-124.

Zakrisson, I. (2010). Big Five Inventory (BFI): Utprövning för svenska förhållanden. Social Science Reports from Mid Sweden University, 2010:3

The Big Five Inventory

Här är ett antal egenskaper som kanske eller kanske inte stämmer in på dig. Instämmer du till exempel i att du är någon som *tycker om att umgås med andra*? Skriv en siffra framför varje påstående för att ange hur mycket påståendet stämmer eller inte stämmer.

1. Stämmer absolut inte
2. Stämmer ganska dåligt
3. Stämmer varken bra eller dåligt
4. Stämmer ganska bra
5. Stämmer absolut

Jag ser mig själv som någon som....

- | | |
|---|--|
| __ 1. Är pratsam | __ 23. Tenderar att vara lat |
| __ 2. Tenderar att hitta fel hos andra | __ 24. Är känslomässigt stabil, blir inte upprörd så lätt |
| __ 3. Gör ett grundligt jobb | __ 25. Är uppfinningsrik |
| __ 4. Är deprimerad, nere | __ 26. Har en självhävande personlighet |
| __ 5. Är originell, kommer med nya idéer | __ 27. Kan vara kall och distanserad |
| __ 6. Är reserverad | __ 28. Framhärdar tills uppgiften är slutförd |
| __ 7. Är hjälpsam och osjälvisk mot andra | __ 29. Kan vara lynnig |
| __ 8. Kan vara något vårdslös | __ 30. Värdesätter konstnärliga, estetiska upplevelser |
| __ 9. Är avspänd, hanterar stress väl | __ 31. Är ibland blyg, hämmad |
| __ 10. Är nyfiken på många olika saker | __ 32. Är omtänksam och vänlig mot nästan alla |
| __ 11. Är full av energi | __ 33. Gör saker effektivt |
| __ 12. Startar gräl med andra | __ 34. Förblir lugn i spända situationer |
| __ 13. Är pålitlig i arbetet | __ 35. Föredrar rutinarbete |
| __ 14. Kan vara spänd | __ 36. Är utåtriktad, sällskaplig |
| __ 15. Är sinnrik, en djup tänkare | __ 37. Är ibland ohövlig mot andra |
| __ 16. Sprider mycket entusiasm | __ 38. Gör upp planer och fullföljer dem |
| __ 17. Har en förlåtande läggning | __ 39. Blir lätt nervös |
| __ 18. Tenderar att vara oorganiserad | __ 40. Tycker om att reflektera, leka med idéer |
| __ 19. Oroar mig mycket | __ 41. Har få konstnärliga intressen |
| __ 20. Har livlig fantasi | __ 42. Tycker om att samarbeta med andra |
| __ 21. Tenderar att vara tystlåten | __ 43. Blir lätt distraherad |
| __ 22. Är i allmänhet tillitsfull | __ 44. Har en utvecklad smak för konst, musik eller litteratur |

Kontrollera att du skrivit en siffra framför varje påstående.

