



AKADEMIN FÖR UTBILDNING OCH EKONOMI
Avdelningen för ekonomi

Personlighetstypers påverkan på förhandlingar

En studie utförd med hjälp av personlighetstestet The Big Five.

Felicia Sökare 971202
Josefin Ruthman Lloyd 970501

2019

Examensarbete, Grundnivå (kandidatexamen), 15 hp
Företagsekonomi
Fastighetsmäklarprogrammet
Ledarskap

Handledare: Jonas Kågström
Examinator: Lars-Johan Åge

Sammanfattning

Titel: Personlighetstypers påverkan på förhandlingar - En studie utförd med hjälp av personlighetstestet The Big Five.

Nivå: C-uppsats i ämnet företagsekonomi

Författare: Felicia Sökare och Josefin Ruthman Lloyd

Handledare: Jonas Kågström

Datum: 2019 Maj

Syfte: Syftet med studien är att med hjälp av The Big Five analysera förhandlars personlighetsdrag i förhållande till hur de förbereder sig inför en förhandling samt i förhållande till vad som krävs för att avstå från att ingå förhandling.

Metod: Studien utgår från ”mixed methods”, även kallad blandad metodstudie på svenska. Metoden bygger på en kombination av både en kvalitativ och kvantitativ forskningsmetod. Det empiriska materialet inhämtas genom fem semistrukturerade intervjuer med totalt 15 fastighetsmäklare som i samband med intervjuerna besvarade en enkätundersökning. Datan bearbetades med hjälp av en klusteranalys som skapades i statistikprogrammet SPSS. Resultaten jämförs därefter med teori samt intervjuerna.

Resultat & analys: Resultaten av studien visar att fastighetsmäklare läser in sig på statistiken, lyssnar på musik och kommer i god tid för att förbereda sig inför en förhandling. Resultatet visar att det krävs hotfullhet, brister i kommunikationen, för höga prisförväntningar eller en dålig känsla inombords för att förhandlare i fastighetsmäklaryrket ska avstå från att ingå förhandling. Vi kan genom denna studie konstatera att höga värden av *extraversion* och låga värden av *neuroticism* inte behöver vara relaterat till en konkurrerande förhandlingsstil, vilket skiljer sig från vad tidigare forskning har visat på.

Examensarbetets bidrag: Undersökningens genomförande har tillfört både praktiska och teoretiska bidrag, framförallt hur olika förhandlare med olika personlighetsprofiler förbereder sig inför förhandling samt i vilka situationer dem väljer att avstå från att ingå förhandling. Studien ger en insikt i att förhandlare inte är helt lika personlighetsmässigt, betydelsefull information om vilka skillnader det finns i förberedelser hos förhandlare med mer och mindre erfarenhet i yrkesrollen som fastighetsmäklare, insikt om att de ord som fastighetsmäklarna använder sig mest av under intervjuerna visar samband med deras personlighetsdrag samt kunskap om vilka personligheter som väljer att avstå från att ingå i förhandling vid första kundmötet.

Förslag till vidare forskning: Då denna studie är inriktad på fastighetsmäklare och deras personligheter skulle det vara intressant att undersöka andra branscher för att se om fastighetsmäklarnas resultat skiljer sig från andra yrkesroller. Det vore även intressant att utföra studien i andra länder för att undersöka om det finns några likheter eller skillnader i jämförelse med fastighetsmäklarna i Sverige. Vidare forskning bör fortsätta undersöka fastighetsmäklare med mer och mindre erfarenhet i branschen för att säkerställa resultaten i denna studie.

Nyckelord: Personlighet, The Big Five, fastighetsmäklare, integrativa förhandlingar, förhandling, förberedelser.

Abstract

Title: Impact of personality types on negotiations - A study conducted with the help of the personality test The Big Five.

Level: Final assignment for Bachelor Degrees in Business Administration

Author: Felicia Sökare and Josefin Ruthman Lloyd

Supervisor: Jonas Kågström

Date: 2019 May

Aim: The purpose of this study is to analyze the personality traits of negotiators in relation to how they prepare for a negotiation and in relation to what is required to refrain from negotiating with the help of The Big Five.

Method: The study is based on mixed methods. The method is based on a combination of both a qualitative and quantitative research method. The empirical material is obtained through five semi-structured interviews with a total of 15 real estate agents who, in connection with the interviews, answered a questionnaire survey. The data was processed using a cluster analysis, which was created in the statistical computer program SPSS. The results are then compared with theory and the interviews.

Result & Conclusions: The results of the study show that real estate agents read in on the statistics, listen to music and come in good time to prepare for a negotiation. The result also shows that threatening, lack of communication, high price expectations or a bad feeling inside requires that negotiators in the real estate brokerage refrain from entering into negotiations. Through this study we can observe that high values of extraversion and low values of neuroticism do not have to be related to a competing negotiating style, which differs from what previous research has shown.

Contribution of the thesis: The study's implementation has provided both practical and theoretical contributions, especially how different negotiators with different personality profiles prepare for negotiation and in which situations they choose to refrain from entering into negotiations. The study gives an insight that negotiators are not quite as personal in character, meaningful information about what differences there are in preparing for negotiators with more and less experience in the professional role of real estate agent, an insight that the words that the real estate agents use most during the interviews show connection with their personality traits and knowledge of which personalities choose to refrain from being included in the negotiation at the first customer meeting.

Suggestions for future research: As this study focuses on real estate agents and their personalities, it would be interesting to investigate other industries to see if real estate agents results differ from other professional roles. It would also be interesting to carry out the study in other countries to investigate whether there are any similarities or differences in comparison with the real estate agents in Sweden. Further research should continue to investigate real estate agents with more and less experience in the industry to ensure the results in this study.

Key words: Personality, The Big Five, real estate agents, integrative negotiations, negotiation, preparation.

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till alla fastighetsmäklare som tog sig tid att delta i undersökningen och därmed bidrog till genomförandet av studien.

Vi vill även tacka vår handledare Jonas Kågström som genom sitt otroliga engagemang och hjälpfulla vägledning har stöttat oss genom hela processen. Jonas har under handledningarna kommit med tips och förslag som inspirerat oss att våga tänka utanför boxen. Jonas har gett oss snabb respons och utförliga svar, vilket vi är otroligt tacksamma för. Sist men inte minst vill vi tacka vår examinator Lars-Johan Åge som har gett oss råd och synpunkter som bidragit till studiens färdigställda resultat.

Högskolan i Gävle, Maj, 2019

Felicia Sökare

Josefin Ruthman Lloyd

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 PROBLEMFORMULERING	1
1.3 SYFTE	4
1.4 FRÅGESTÄLLNINGAR	4
1.5 AVGRÄNSNING	4
1.6 DISPOSITION	5
1.7 NYCKELORD	5
2 TEORETISK REFERENS RAM	6
2.1 FÖRHANDLING	6
2.1.1 <i>Integrativa och distributiva integrativa förhandlingar</i>	7
2.2 FÖRBEREDELSE INFÖR FÖRHANDLING	8
2.3 ATT AVSTÅ FRÅN ATT INGÅ FÖRHANDLING	11
2.4 THE BIG FIVE	12
2.4.1 <i>Extraversion</i>	13
2.4.2 <i>Neuroticism</i>	14
2.4.3 <i>Openness</i>	14
2.4.4 <i>Agreeableness</i>	14
2.4.5 <i>Conscientiousness</i>	15
2.5 THE BIG FIVE I RELATION TILL FÖRSÄLJNINGSRELATERADE YRKEN	15
2.6 THE BIG FIVE I RELATION TILL PRESTATION	17
2.7 SAMMANFATTNING ÖVER TEORIN	19
2.7.1 <i>The Big Five kopplat till förberedelser</i>	20
2.7.2 <i>The Big Five kopplat till att inte ingå i en förhandling</i>	21
3. METOD	22
3.1 FORSKNINGSSTRATEGI	22
3.2 FORSKNINGSANSATS	23
3.3 VAL AV FORSKNINGSDESIGN	25
3.4 DATAINSAMLING	25
3.4.1 <i>Population</i>	26
3.4.2 <i>Urval</i>	26
3.4.3 <i>Operationalisering av mätinstrument</i>	27
3.5 ENKÄT	28
3.5.1 <i>Utformning av enkät</i>	28
3.5.2 <i>Formulering av enkätfrågor</i>	29
3.5.3 <i>Pilotstudie</i>	30
3.6 BORTFALLSANALYS	31
3.7 INTERVJU	31
3.7.1 <i>Utformning av Intervju</i>	32
3.7.2 <i>Formulering av intervjufrågor</i>	32
3.8 KVALITETSMÅTT	33
3.8.1 <i>Reliabilitet</i>	33
3.8.2 <i>Validitet</i>	35
3.8.3 <i>Generaliserbarhet</i>	36
3.9 ANALYSMETOD	37
3.10 METODKRITIK	37
3.10.1 <i>Kritik mot intervjuer</i>	37
3.10.2 <i>Kritik mot enkäter</i>	38
3.10.3 <i>Kritik mot metodval</i>	38
4. RESULTAT & ANALYS	39
4.1 RESULTAT AV ENKÄT	39
4.2 RESULTAT AV INTERVJUER	39
4.3 KLUSTERANALYS	39

4.3.1 Kluster 1 - (Vardagliga Vera).....	40
4.3.2 Kluster 2 - (Kreativa Kent)	44
4.3.3 Kluster 3 - (Medelmåttiga Mikael).....	49
5. DISKUSSION.....	54
5.1 WORDCLOUDS.....	57
6. SLUTSATS.....	60
6.1 TEORETISKT BIDRAG.....	61
6.2 PRAKTISKT BIDRAG.....	62
6.3 VIDARE FORSKNING.....	62
REFERENSER.....	65
BILAGOR.....	78
BILAGA 1 - ENKÄTFRÅGOR.....	78
BILAGA 2 - ENKÄTUTFORMNING	79
BILAGA 3 – INTERVJUGUIDE.....	83
BILAGA 4 - TRANSKRIBERING.....	83
BILAGA 5 – THE BIG FIVE RESULTAT	84

Figurförteckning

Figur 1 Disposition över studien (Egen).....	5
Figur 2 The Big Five (egen).....	13
Figur 3 Sammanfattning av teori (egen).....	19
Figur 4 Exempel på enkätfrågor (egen).....	30
Figur 5 Wordcloud Vardagliga Vera (egen).....	44
Figur 6 Wordcloud Kreativa Kent (egen).....	49
Figur 7 Wordcloud Medelmåttiga Mikael (egen).....	53
Figur 8 Wordcloud sammanfattning (egen).....	57

Tabellförteckning

Tabell 1.....	40
Tabell 2.....	45
Tabell 3.....	49

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Alla människor förhandlar dagligen i sina liv, allt från små vardagsbeslut såsom vem som ska diska till stora beslut som att köpa sin första bostad. Det finns en mängd olika undersökningsområden inom ämnet förhandling. Vi har valt att titta närmare på om personlighetsdrag hos förhandlare påverkar hur de förbereder sig samt om det finns några samband med valet att avstå från att ingå förhandling. Anledningen till att vi vill fokusera på dessa delar är för att forskningen kring förhandlingsfaser kopplat till personlighetstyper är ett forskningsfält som är i stark framväxt (Dimensions, 2019). Det vanligaste sättet att lösa en konflikt eller ett problem mellan två eller fler tvistande parter är med hjälp av förhandling. En förhandling kan förklaras som en process där individer, grupper eller organisationer utbyter, planerar eller löser problem tillsammans (Jang, Elfenbein, & Bottom, 2018, s. 318). Det gynnar en förhandlare att lära sig mer om motpartens behov för att kunna definiera gemensamma intressen, vilket i sin tur möjliggör värdeskapande för båda parter (Brinke, Black, Porter & Carney, 2015, s. 117).

Forskare är överens om att planering och förberedelse är nyckeln till förhandlingens effektivitet (Peterson & Lucas, 2001, s. 38; Fells, 2009, s. 52). Trots den vetskapen har forskningen inom förhandling i största utsträckning endast fokuserat på vad som händer vid förhandlingsbordet (t.ex. Perdue & Summers, 1991, s. 175; Adler, Brahm & Graham 1992, s. 450) och lite är känt om vad som sker för att förbereda ett förhandlingsmöte (Lindholst, 2014, s. 1). Konsekvensen av den nuvarande bristen på forskning inom ämnet leder sannolikt till misslyckade förhandlingar, förlängda sessioner och dyrare förhandlingar än vad som krävs (Peterson & Lucas, 2001, s.46). Detta får oss att reflektera över sambandet mellan människors personligheter och deras förmåga att förbereda sig inför en förhandling.

1.2 Problemformulering

Tidigare forskning uppvisar delade meningar om förhandlares personliga egenskaper är relevanta för att förstå processer och resultat av olika förhandlingar (Elfenbein, Curhan, Eisenkraft & Brown, 2017, s. 3). Forskare har länge försökt att förstå effekterna av

personlighet i förhandlingsprocesser och dess resultat eftersom personlighetskaraktärer sannolikt påverkar sociala relationer och anpassningsförmåga (McCrae & Costa, 1997, s. 515). Ett spår inom förhandlingsforskningen visar å ena sidan på att enskilda förhandlares personliga egenskaper inte har någon direkt och tydlig koppling till förhandlingsbeteende eller framgång i förhandling (Thompson, 1990, s. 515; Sass & Liao-Troth, 2015, s. 2). Ett annat spår, med bland annat studier av Elfenbein, Curhan, Eisenkraft, Shirako och Baccaro (2008, s. 9) bekräftar å andra sidan att nästan hälften av avvikelserna i resultaten av förhandlingsmötet kan hänföras till förhandlares individuella skillnader.

Alltså finns en pågående diskussion om det finns samband mellan förhandlingar och förhandlares personligheter. Personlighet kan definieras som en egenskap som involverar konsekventa mönster i tanke, beteende och känslor hos en individ (Elfenbein, 2015, s. 132; Roberts, 2009, s. 6; Lau & Shaffer, 1999, s. 225). Elfenbein, Foo, White, Tan och Aik (2007, s. 206) menar att förmågan att kommunicera, utbyta information och utföra sociala bedömningar är ett sätt att nå en så framgångsrik förhandling som möjligt. Förhandlingar är en genomgripande och viktig form av social interaktion och är väsentlig för alla som måste interagera med andra människor för att uppnå sina mål (Thompson, 1990, s. 515).

För att urskilja människors olika personlighetsdrag har forskare tagit fram en rad olika modeller och teorier. Personlighetstestet The Big Five, även kallad femfaktorteorin på svenska, har med tiden blivit den mest använda och omfattande för att analysera personlighetsdrag enligt Gosling, Rentfrow och Swann (2003, s. 506). The Big Five består av fem variabler: *“neuroticism”*, *“extraversion”*, *“openness”*, *“agreeableness”* och *“conscientiousness”* (McCrae & Costa, 1987, s. 82). Goldberg (1993, s. 27) anser att The Big Five har påverkat vetenskapliga undersökningar om individuella skillnader. Han uppmanar även att använda The Big Five till mer forskning samt praktik inom bland annat områdena personval, utveckling och prestationsbedömning (Mount & Barrick, 1998, s. 849).

Ett område under utveckling avhandlar personlighetsdrag i relation till förhandlare som väljer att avstå från att ingå i förhandling (Elfenbein et al., 2017, s. 41). För att förstå vad som får förhandlare att avbryta eller avstå från att förhandla krävs det studier där

förhandlares tankar och känslor framförs samt om personlighetsdrag kan påverka att en sådan situation uppstår. Mischel och Shoda (1995, s. 261) menar att personlighet handlar om situationer där människor naturligt placerar sig själva, vilket kan vara en anledning till att vissa personer avbryter eller lämnar en förhandling utan en överenskommelse. Parterna i en förhandling kommer till stor sannolikhet att ha olika, ibland motsatta, intressen och åsikter. I förhandlingssituationer är det därför en utmaning att på ett tydligt sätt kommunicera sina intressen och realisera en lösning som maximerar värdet för båda parter (Brinke et al., 2015, s. 117). Genom att dra sig tillbaka eller ge upp i en sådan situation tyder det på att förhandlaren inte vill ingå i en förhandling alls.

Våra uppfattningar bekräftas av den forskning som utförts av till exempel Elfenbein et al. (2017) som riktat in sin studie på värdet av samband mellan personlighet och förhandlingsteknik. Deras resultat visar på signifikanta kopplingar mellan personlighetstyper och förhandlingar (Elfenbein et al., 2017, s. 42). Det framförs fler alternativ till vidare forskning i artikeln och det forskningsgap som vi valt att fylla är dels i vilka lägen en förhandlare väljer att inte ingå i en förhandling alls samt hur förhandlare förbereder sig inför en förhandling (Elfenbein et al., 2017, s. 41). Det är av vikt att fortsätta forskningen gällande personlighetsdrag hos individer som tenderar att förbereda sig inför förhandlingar samt i vilken utsträckning dessa väljer att avstå från att ingå förhandling enligt Elfenbein et al. (2017, s. 42) som framför behovet av ytterligare forskning,

”Another area where the study of individual differences in negotiation could be expanded is in preparation” (Elfenbein et al., 2017, s. 42) och ”As discussed above in the section on limitations, it is worth modeling the decision whether or not to enter into negotiation at all ” (Elfenbein et al., 2017, s. 41).

Vi drar, utifrån ovanstående, slutsatsen att forskningsgapen som Elfenbein et al. (2017, s. 41-42) identifierat fortfarande är aktuella, vilket har bidragit till syftet med studien.

1.3 Syfte

Syftet med studien är att med hjälp av The Big Five analysera förhandlares personlighetsdrag i förhållande till hur de förbereder sig inför en förhandling samt i förhållande till vad som krävs för att avstå från att ingå förhandling.

1.4 Frågeställningar

För att kunna besvara syftet har uppsatsen utgått från följande frågeställningar:

- Finns det skillnader eller likheter i förhandlares personlighetsdrag som har avstått från att ingå förhandling?
- Finns det skillnader eller likheter i förhandlares personlighetsdrag i förhållande till hur de förbereder sig inför en förhandling?

1.5 Avgränsning

I denna undersökning har vi valt att avgränsa oss till en bransch som vi bedömer saknar tillräckligt med forskning kring det ämnesval vi har gjort. Med tiden har vi avgränsat arbetet ett antal gånger för att kunna genomföra en hållbar och stabil uppsats. Det finns en hel del befintlig forskning inom ämnet förhandling. Däremot är forskningen begränsad då det inte har undersökts hur fastighetsmäklares personlighetsdrag påverkar förmågan att förbereda en förhandling eller att avstå från att ingå en förhandling. Vi har därmed valt att avgränsa studiens undersökningsområde till enbart fastighetsmäklarbranschen där förhandling är en stor del av yrkesrollen. För att kunna analysera samband har vi även valt att avgränsa studien till aktiva fastighetsmäklare. Det finns idag inte någon forskning kring svenska fastighetsmäklares personlighetsprofiler i förhållande till dessa områden inom förhandling, vilket bidrar till en avgränsning. Vi har valt att endast genomföra studien på en population som består av fastighetsmäklare som arbetar i Stockholmsregionen för att få en mer specifik jämförelse som kan bli applicerbar på resultatet.

1.6 Disposition

Arbetet kommer att distribueras enligt följande:



Figur 1. Disposition över studien (Egen)

I inledningen presenteras bakgrundsfakta och problemformulering för att läsarna ska få en intresseväckande introduktion till uppsatsen. Därefter framförs uppsatsens syfte, frågeställningar och avgränsning. I den teoretiska referensramen som följer därefter presenteras förhandlingsprocessen tillsammans med distributiva och integrativa förhandlingsstrategier samt delar som tar upp förberedelser inför förhandlingar och när förhandlingar avbryts. Teorin tar även upp personlighetstestet The Big Five samt personlighetsdrag i förhållande till försäljningsrelaterade yrken och i förhållande till prestation. I slutet av teorikapitlet framförs en sammanfattning för att tydliggöra dessa delar. Efter den teoretiska referensramen introduceras metodkapitlet som beskriver uppsatsens val av metod och forskningsstrategi. Detta följs av ett resultatkapitel som består av en analys baserat på datainsamlingen från den empiriska undersökningen i form av både enkätundersökningar och intervjuer. I diskussionskapitlet diskuteras undersökningens framtagna resultat utifrån respondenternas svar som jämförs med den teoretiska referensramen. Slutsatsen framför sist men inte minst en summering av undersökningens resultat och upptäckter genom att besvara studiens frågeställningar. Kapitlet avslutas med vilket bidrag som studien medför samt förslag till vidare forskning,

1.7 Nyckelord

“Personlighet”, “The Big Five”, “Fastighetsmäklare”, “Integrativa förhandlingar”, “Förhandling”, “Förberedelser”.

2 Teoretisk referensram

2.1 Förhandling

En förhandling kan förklaras som en process där individer, grupper eller organisationer utbyter, planerar eller löser problem med hjälp av varandra (Jang et al. 2018, s. 318).

Förhandlingar kan även tolkas som ett förfarande för gemensamt beslutsfattande (Urbanaviciene, Kaklauskas & Zavadskas, 2009, s. 54). Förhandlingar är en central del av arbetslivet i olika företag och organisationer (Sharma, Elfenbein, Foster & Bottom, 2018, s. 3). Enligt Brinke et al (2015, s. 117) är förhandlingar komplexa och strävar i grund och botten efter en problemlösning. Parterna i en förhandling kommer till stor sannolikhet att ha olika, ibland motsatta, intressen och åsikter. I förhandlingssituationer är det därför en utmaning att på ett tydligt sätt kommunicera de enskilda intressena och realisera en lösning som maximerar värdet för båda parter (Brinke et al., 2015, s. 117).

Susskind och Corburn (2000, s. 7) menar att en förhandling inte är som att lära sig en matematisk formel som kan användas igen på exakt samma sätt varje gång utan förmågan att förhandla är lika mycket en konst som det är vetenskap. När konflikter är en del av vardagen behöver människor förhandla med andra för att få vad de vill ha, att komma överens eller helt enkelt för att undgå en konflikt. Framgångsrika förhandlingar är förknippade med ett stort antal positiva konsekvenser för både individen och samhället som helhet. Bland annat ökad långsiktig stabilitet i interpersonella relationer och fredliga relationer mellan grupper och ekonomiskt välstånd (De Dreu, Koole & Steinel, 2000, s. 975).

Enligt Elfenbein et al. (2007, s. 209) kan förhandlingssituationer påverka människors känslor och i vissa fall kan det bli väldigt emotionellt påfrestande. Det är enligt Elfenbein (2015, s. 134) viktigt med positiva förväntningar för att möjliggöra en lyckad förhandling som i vissa fall kan liknas vid ett ”mentalt spel”. Detta stöds även av Forgas (1998, s. 566) som menar att förhandlare med ett gott humör är mer benägna att planera inför förhandlingar samt använda sig av samarbetsstrategier i större utsträckning än de med ett dåligt humör. Enligt Fisher, Ury och Patton (2016, s. 18) är det en grundläggande faktor att förstå att motparten i en förhandling också är en människa med

känslor, värderingar och åsikter. Trots att denna mänskliga aspekt av förhandlingar kan vara komplex bör ett samarbete baserat på förtroende, respekt och förståelse skapa smidigare och effektivare förhandlingar (Fisher et al., 2016, s. 19).

Yrket som fastighetsmäklare går till stor del ut på att förhandla nästan varje dag. Förhandlingar sker bland annat i samband med intag, tillträde, budgivning och kontraktskrivning. Under hela processen kommer fastighetsmäklaren förhandla med både säljare, köpare och andra parter som involveras i affären. Det är därför grundläggande för en fastighetsmäklare att kunna hantera människor som kan vara belastade av flera mänskliga problem och som inte nödvändigtvis motsvarar idealet av en "rationell och ekonomisk person" när det kommer till förhandlingssituationer (Urbanaviciene, et al., 2009, s. 57).

2.1.1 Integrativa och distributiva integrativa förhandlingar

Integrativa och distributiva förhandlingsstrategier fungerar på två olika sätt. Huruvida förhandlingen har en integrativ eller distributiv inriktning kan påverka effekten av en förhandlares prestationsnivå (Zetik & Stuhlmacher, 2002, s. 36). Enligt Kersten (2001, s. 493) möjliggör den integrerade typen av förhandlingar bättre kompromisser som "Win-Win-lösningar", värdeskapande och "expanding the pie", som är en metafor för att förstora det som parterna förhandlar om innan den delas upp och båda parter kan bli nöjda. Detta stärks av Zetik och Stuhlmacher (2002, s. 36) som menar att en integrativ förhandling kan uppstå när det finns en potentiell win-win situation. Nelson-Bülow och Lennung (2007, s. 57) menar att det är känslan och upplevelsen som är det viktiga i att ha gjort en bra förhandling, och inte endast att man genomför den. I integrativa förhandlingar kan förhandlare leta efter alternativ som kommer att tillgodose båda parternas behov och gemensamt ta fram lösningar med hög gemensam nytta (Zetik & Stuhlmacher, 2002, s. 36). Detta stöds ytterligare av Fisher et al. (2016, s. 57) som förespråkar att förmågan att komma på lösningar som är gynnsamma för båda parterna är en framgångsfaktor i förhandlingar.

Distributiva förhandlingar beskrivs å andra sidan som en situation där parterna antingen kan vinna eller förlora. Den distributiva strategin är en process där en vinst för ena parten är en förlust för den andra och målet för vardera part är att maximera sitt egna utfall (Kersten, 2001, s. 500). Distributiva förhandlingar har även framställts som

situationer där parter söker sin egen fördel bland annat genom att dölja information, försöka vilseleda eller använda manipulativa handlingar (Dimotakis, Conlon & Ilies, 2012, s. 184). Zetik och Stuhlmacher (2002, s. 36) framför att resurserna är fasta och begränsade i en distributiv förhandling samt att det huvudsakliga målet för en sådan förhandlingsstrategi främst är parternas individuella vinster. Den ena partens mål och vision står därför i direkt konflikt med den andra partens mål.

Enligt Carnevale och Isen (1986, s. 1) kräver en framgångsrik förhandling ofta att parterna kommer fram till integrerade lösningar. En lösning i förhandling är integrerad i den utsträckning att den trots parternas avvikande intressen ger en gemensam fördel i slutändan. Integrerade lösningar bidrar till effektivitet samt långsiktig stabilitet i relationer. Därmed är det viktigt att förstå processen som kan skapa dessa möjligheter enligt Carnevale och Isen (1986, s. 2). Fisher et al. (2016, s. 72) menar att parter som identifierar gemensamma intressen enklare kan hitta lösningar som är till ömsesidig nytta. Fastighetsmäklare arbetar både med köpare och säljare, en situation där båda parter vill bli nöjda och tillfredsställda. En integrativ förhandlingsstrategi är i det fallet högst relevant.

2.2 Förberedelser inför förhandling

Att förbereda sig inför en förhandling kan vara nödvändigt för att inte behöva lämna förhandlingen med en dålig deal eller ingen överenskommelse alls. Peterson och Shepherd (2010, s. 66) belyser det som Rognes (1995) menar har föreslagits inom forskning, nämligen att det förhandlaren gör för att förbereda sig kan ha en betydande inverkan på förhandlaren framgång eller misslyckande i en förhandlingssituation. Detta stärks av Fells (2009, s. 52) samt Peterson och Lucas (2001, s. 39) som menar att det krävs goda förberedelser för att kunna förhandla effektivt.

Förberedelserna bygger enligt Fells (2009, s. 52) på två principer. Den första principen är att ifrågasätta för att kunna bryta ner förhandlingsfasen i delar. Den andra principen är att utgå från den andra partens perspektiv. Att kunna inta en annan inställning till förberedelser är viktig för att spegla förhandlingarnas tvåsidiga karaktär. De två principerna bör förberedas och övas in ordentligt innan förhandlingen ska äga rum (Fells, 2009, s. 52). Detta stärks av Hellspong (2008, s. 81-82) som menar att en förhandlare bör tänka igenom situationen, syftet med förhandlingen, priset samt vilka

behov som krävs och kan vara till nytta för båda parterna. Detta kan exempelvis göras genom att lista den andra partens möjliga svar på dina frågor för att därefter se hur du ska hantera dem. Rollspel kan vara ett bra sätt att öva och förbereda sig på de frågor som troligtvis kommer att tas upp i förhandlingen (Fells, 2009, s. 52). Detta stärks ytterligare av Lindell (2014, s. 20) som menar att det är viktigt att se förhandlingen utifrån den andra partens perspektiv för att kunna uppnå en gemensam lösning.

Hur förhandlare förbereder sig kommer att påverka hur de sedan förhandlar. Fells (2009, s. 106) belyser det som Rackman och Carlisle (1978) kom fram till i sin studie att skickliga förhandlare tenderar att generera fler möjliga lösningar under förberedelserna inför förhandlingar. Vidare menar Hellespong (2008, s. 81) att förhandlaren då ligger steget före motparten. Det visade sig också att bättre förhandlare tenderar att förbereda sig, enligt Fells (2009, s. 106), på ett något oorganiserat sätt. De förberedde nämligen inte ett ämne i taget utan valde att förbereda sig för allt på en gång. Nelson-Bülow och Lennung (2007, s. 81) anser att en god förberedelse resulterar i bättre möjligheter för ett gynnsamt förhandlingsresultat. En förhandlare med höga förväntningar får arbeta för det genom en kombination med målsättningar och ett konsekvent uppförande (Shell, 2001, s. 34; Lindell, 2014, s. 35). Vidare menar Shell (2001, s. 59, 61) att förhandlaren bör lägga fram mål och tankar kring förhandlingen som kommer att ge klarhet hos motparten och i sin tur generera i förtroende och beslutsamhet. Trovärdigheten och tilliten hos motparten stärks om förhandlaren är förberedd (Hedquist, 2002, s. 30).

Susskind och Corburn (2000, s. 7-8) har tagit fram förberedelser i fem steg som tyder på att det bästa sättet att lära sig förhandla är att träna i konkreta situationer eller simuleringar i konflikt. 1) En förhandlare bör förtydliga sitt mandat och definiera sitt lag 2) Förbereda och förbättra sitt bästa alternativ till en förhandlingslösning (BATNA) 3) Känna sina intressen 4) Tänka på den andra partens intressen och 5) Förbereda för att föreslå ömsesidigt fördelaktiga alternativ. Fisher et al. (2016, s. 106) pratar om att utveckla ett "BATNA" eller ett så kallat "BATEF" på svenska. För att få fram tänkbara BATEF krävs det enligt Fisher et al. (2016, s. 106) tre distinkta åtgärder: 1) Sammanställ en lista över sådana åtgärder du kan tänka dig vidta om du inte lyckas nå en överenskommelse 2) Förbättra några av dessa alternativ och se till att de är praktiskt genomförbara, och 3) Välj ett preliminärt alternativ som ter sig som det bästa. Det är

viktigt att lära känna sitt eget BATEF, dock bör en förhandlare, liksom Susskind och Corburn (2000, s. 7-8) förespråkade, fundera över vilken motpartens BATEF är för att vara ordentligt förberedd (Fisher et al. 2016, s. 107). En förhandlare som har ett starkt BATEF får en stadig bas för argument. Det är en "psykologisk tröst" och leder till ökat förtroende och trygghet (Fells, 1996, s. 54).

Hames (2011, s. 25) menar även han att det krävs svar på en del frågor för att kunna förbereda sig inför en förhandling. Som förhandlare bör du ställa dig frågorna vad du vill eller behöver och hur du tänker göra för att få det. Vad är dina alternativ om du inte kan nå en acceptabel lösning med den andra parten? Vad vill eller behöver den andra parten och hur vill hon eller han göra för att få det? Till sist bör du fundera över vad din motpart har för alternativ om ni inte kommer överens (Hames, 2011, s. 25). Peterson och Lucas (2001, s. 39) menar att alla författare som tidigare har behandlat förhandlingsfasen har redogjort för många beteenden och aktiviteter som kan delas in i fyra segment: intelligens, formulering, strategi och förberedelse. Peterson och Lucas (2001, s. 40) lyfter vidare det som Lewicki, Minton och Saunders (1997) påpekar i sitt arbete, att förhandlare många gånger förbereder sig genom att samråda med andra i företaget innan de fattar några viktiga beslut.

Att vara strategisk betyder att "tänka innan du agerar". Begreppet strategi innebär val som en förhandlare bör tänka på innan dem bestämmer vilken inställning som ska användas för att ta upp en fråga - huruvida förhandlaren ska stå fast, erkänna eller söka någon form av kompromiss eller lämna förhandlingen (Fells, 2009, s. 57). Strategiskt tillvägagångssätt för förhandlingar bygger på att ha tydliga mål, vara medveten om vilka möjligheter som finns och analysera och överväga alla faktorer innan förhandlaren bestämmer strategi samt att granska situationen för att ta hänsyn till förändringar i sammanhanget (Fells, 2009, s. 52). En strategisk planering inför en förhandling bör hjälpa en förhandlare att dra nytta av alla fördelar samtidigt som eventuella problem kan undvikas under processen (Hames, 2011, s. 25). Förhandlare bör utforma allmänna strategier som driver den taktik de kommer att använda i förhandlingen, därför behöver förhandlaren beakta både attackerande och försvarande strategier inför en förhandling (Peterson & Lucas, 2001, s. 40).

2.3 Att avstå från att ingå förhandling

Många forskare har intresserat sig för att undersöka huruvida förhandlare är framgångsrika och vad som gör att dem lyckas (Perdue & Summers, 1991, s. 175; Adler et al., 1992, s. 450). Däremot har forskare inte tittat på vad som krävs för att en förhandlare ska avbryta eller välja att inte ingå en förhandling i någon större utsträckning. Det efterfrågas forskning om vad som krävs för att en förhandlare ska avbryta eller inte ingå i en förhandling alls (Elfenbein et al., 2017, s. 41).

När ett erbjudande framförs kan den andra parten välja att acceptera erbjudandet, ge ett motbud eller gå bort från förhandlingen utan något avtal alls (Aydoğan, Festen, Hindriks & Jonker, 2017, s. 6; Lindell, 2014, s. 31). Mischel och Shoda (1995, s. 261) menar att personlighet handlar om situationer där människor naturligt placerar sig själva, vilket kan vara en anledning till att vissa personer avbryter eller lämnar en förhandling utan en överenskommelse. Det är ovanligt att bara avbryta en förhandling och gå därifrån utan någon förhandlingslösning och det är troligen därför inte många forskare har studerat detta område i någon större utsträckning.

Miles (2010, s. 404) menar att en förhandling sätter människor i ett sammanhang där risken att dem kan förlora ansiktet eller skämma ut sig är stor. På grund av denna risk menar Miles (2010, s. 405) att vissa personer kommer att utgå från den teorin som Browns och Levinson (1987) kommit fram till, nämligen att inte engagera sig i en sådan riskfylld situation. Dessa personer kommer inte att förhandla i en förhandlingssituation trots att den är förhandlingsbar. En annan aspekt som kan påverka huruvida en individ ingår i en förhandling eller inte är vad Miles (2010, s. 407) kallar för *förhandlingseffektivitet*. Bandura (1986, s. 94) definierar självförmåga som människors bedömningar av förmågan att organisera och genomföra åtgärder som krävs för att uppnå utvalda typer av resultat. Förhandlingseffektivitet är det förtroende som individer har för sin förmåga att genomföra förhandlingar på ett framgångsrikt sätt (Miles, 2010, s. 407). Individer med låg självförmåga har mindre kapacitet att kämpa när de möter motgångar och är mer benägna att ge upp eller dra sig tillbaka (Bandura och Cervone, 1983, s. 1027). I en förhandlingssituation kommer individerna att stöta på motgångar i form av motstånd från den andra parten, genom att dra sig tillbaka eller ge upp i en sådan situation tyder det på att man inte vill ingå i en förhandling alls. Miles (2010, s. 407) menar att personer med låg självförmåga till stor sannolikhet väljer att avbryta en

förhandling utifrån sådana skäl. Parter kan ibland undvika att ingå förhandling för att inte störa den relationen som finns, vilket är ett typiskt beteende för konflikträdde personer (Lindell, 2014, s. 31).

När förhandlare avbryter eller inte väljer att ingå i förhandlingar har det troligtvis uppstått en konflikt på ett eller annat sätt. Att klara av konflikter är en ansträngande uppgift och kan ha en negativ påverkan. I en studie av Ma (2005, s. 4) undersöks det huruvida personlighetsfaktorer förutsäger individers stilar för att närma sig en konfliktsituation och huruvida formen övergår till motsvarande beteenden under affärsförhandlingar. Det visade sig att olika personligheter hade mer eller mindre tendens att konfrontera sin motpart i en konflikt. Personer som inte konfronterar, kompromissar eller samarbetar i en konfliktsituation kommer troligtvis att avbryta eller välja att inte ingå i en förhandling (Ma, 2005, s. 6). Detta stärks av Lindell (2014, s. 31) som menar att parter ibland kan undvika att ingå förhandling för att inte störa den relationen som finns, vilket är ett typiskt beteende för konflikträdde personer.

2.4 The Big Five

För att urskilja människors olika personlighetsdrag har forskare tagit fram en rad olika modeller och teorier. Många forskare har med tiden börjat använda The Big Five som är ett populärt personlighetstest med syftet att urskilja människors olika personligheter (McCrae & Costa, 1987, s. 82; Gosling et al. 2003, s. 506).

The Big Five fick sin start i ett flertal personlighetstester som endast berörde en identisk personlighetsdimension (Mabon, 2004, s. 231). Forskare ville få resultat som var mer oberoende av varandra och därmed utfördes ett flertal analyser som resulterade i personlighetstestet The Big Five (Digman, 1990, s. 420). Den första modellen som skapades innehöll endast tre personlighetsdimensioner, "*extraversion*", "*neuroticism*" samt "*openness*". Kort därefter utvecklade Costa, McCrae och Dye (1991, s. 888) modellen med ytterligare två element, "*conscientiousness*" och "*agreeableness*" som idag är den modell forskare utgår från för att generera och organisera personlighetsforskning.

The Big Five modellen har bidragit till bredare kunskap och skapat nya verktyg för att tydligare beskriva människors olika personligheter. Gosling et al.(2003, s. 506) menar

att denna modell har blivit den mest omfattande och använda forskningsmodellen för mätning av personlighetsegenskaper. The Big Five består som tidigare nämnt av fem variabler: “*extraversion*”, “*neuroticism*”, “*openness*”, “*agreeableness*” och “*conscientiousness*” (John & Srivastava, 1999, s. 31; Magalhães, Costa, & Costa, 2012, s. 807). Under resten av uppsatsen kommer egenskaperna tas upp på engelska för att inte skapa några missuppfattningar. (se Figur 2: *The Big Five*)



Figur 2: *The Big Five* (egen)

2.4.1 Extraversion

Det som kännetecknar en person med hög *extraversion* är sällskaplig, utåtriktad, personorienterad, optimistisk samt social i sitt sätt att uppföra sig (Judge & Zapata, 2015, s. 1154). Watson och Clark (1992, s. 457) beskriver att personer med dominanta drag har lättare att agera impulsivt i aktiva val, vilket hänger ihop med höga nivåer av *extraversion*. Extroverta personer har större potential att inta rollen som ledare och umgås i stora umgängen generellt enligt Judge och Zapata (2015, s. 1154). En introvert person håller sig å andra sidan mer tillbakadragen och framstår som tystlåten (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69). Flera samband har tagits fram mellan *extraversion* och prestation i arbeten som kännetecknas av social interaktion, som exempelvis yrket som säljare (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69; Furnham & Fudge, 2008, s. 12).

2.4.2 Neuroticism

Neuroticism berör irritationsbenägenhet, nedstämdhet och ångestladdade känslor. En person med hög *neuroticism* har lättare att bli sårbar, känslös samt osäker (Judge, Higgins, Thoresen & Barrick, 1999, s. 624). Personer med hög *neuroticism* bemöter ofta situationer med en negativ inställning och uppfattar världen som hotfull (Judge & Zapata, 2015, s. 1154). Detta gör i sin tur att känslor som ångest, stress och rädsla enkelt uppstår (Judge & Ilies, 2002, s. 797). Barrick och Mount (1991, s. 4) menar att personer med hög *neuroticism* känner sig otrygga och oroliga i sättet att uppföra sig, vilket stärker det som tidigare framförts. Känslorna hos högneurotiska personer kan även uppstå då andra människor i personens omgivning är bekymrade (Lee, 2009, s. 429). En person som däremot inte befinner sig lågt på skalan av *neuroticism* är mer känslomässigt stabil och kan hålla sig lugn i stressiga situationer (Hough et al., 1990, s. 585; Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69).

2.4.3 Openness

Openness förklarar Costa och McCrae (1992, s. 243) berör tillgängligheten för att anta nya erfarenheter på ett känslomässigt plan samt att vara nyfiken mot sin inre och yttre värld. Barrick, Mount och Judge (2001, s. 11) samt Costa och McCrae (1992, s. 244) beskriver en öppen person som kreativ, fantasifull, lyhörd samt äventyrlig. En person med ett högt värde av *openness* beskrivs även som väldigt oberoende och har inga svårigheter att anpassa sig efter olika situationer och miljöer (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69). En person med lägre värden av *openness* är däremot försiktig och formell (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69). Slutligen kan *openness* med fokus på de inre känslorna ha tillhörighet med de kognitiva känslorna vilket gör att förmågan att förstå sitt inre tillstånd samt andra människors tankar, känslor och intentioner växer (Magalhães et al., 2012, s. 810).

2.4.4 Agreeableness

Agreeableness som kan översättas till "vänlighet" definieras som harmoni eller sympati. Roccas, Sagive och Knafo (2002, s. 792) definierar personer med hög *agreeableness* som sympatiska, tillitsfulla, vänliga och harmoniska. En sådan person visar även egenskaper som att vara osjälvisk, hjälpsam och blyg. Mooradian, Davis och Matzler (2011, s. 102) nämner att empatiska angelägenheter kan återspeglas genom att personen bryr sig om andra människors mående. Däremot är en person med låg *agreeableness*

egocentrisk, skeptisk till andras intentioner och konkurrenskraftig snarare än samarbetsvillig (Dimotakis et al., 2012, s. 184; Giluk & Postlethwaite, 2015, s. 63; Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69).

2.4.5 Conscientiousness

Conscientiousness, som på svenska är samvetsgrannhet, mäter en persons prestationsförmåga och ordningsamhet i olika situationer. Människor som är prestationsinriktade, pålitliga, ansvarsfulla, plikttrogna samt noggranna är med stor sannolikhet personer med hög *conscientiousness* (Barrick, Mount & Judge, 2001, s. 11). Andra kännetecken för en person med höga nivåer av *conscientiousness* är självreglerade och självdisciplinerade (Costa & McCrae, 1992, s. 230). Dessa personer har höga förväntningar på sig själva, vilket ofta leder till att de anstränger sig mer för att nå sina mål i jämförelse med andra personer (Barrick et al., 1993, s. 715). Personer som däremot saknar tydliga mål, är lata och opålitliga har troligtvis en lägre grad av denna dimension.

2.5 The Big Five i relation till försäljningsrelaterade yrken

Watanabe, Tareq och Kanazawa (2011, s. 2) konstaterar att flera forskare är överens om att personlighetsdrag är betydelsefulla för att bedöma och analysera människors arbetsbeteenden. Med stöd av Barrick och Mount (1991, s. 18, 20) samt Vinchur, Schippmann, Switzer och Philips (1998) studier kom det fram att *extraversion* och *conscientiousness* har en positiv inverkan på arbetsförmågan inom försäljningsyrken. Barrick och Mount (1991, s. 17) menar vidare att det finns olika positiva samband mellan olika yrken och personlighetsdrag. Hough (1992, s. 139) anser att alla fem personlighetsvariabler inom The Big Five är meningsfulla inom arbetsprestanda för att nå ett framgångsrikt slutgiltigt resultat.

Det finns två forskningsområden inom försäljning, det ena är interaktionen mellan olika situationer i förhållande till människor och det andra mellan olika motivationsfaktorer (Watanabe et al., 2011, s. 2). Watanabe et al. (2011, s. 3) beskriver vidare med stöd av Campbell, McCloy, Oppler och Sager (1993), Deci och Ryan (1985) samt Eisenberger och Shanock (2003) att personer som blir motiverade inifrån har högre nivåer av kreativitet och lättare att koncentrera sig jämfört med dem som blir motiverade av människor i sin omgivning. Dessa forskare såg dessutom att bristen av bekräftelse gav direkta effekter avseende arbetsprestationen. Studier av Komarraju, Karau och Schmeck

(2009, s. 50) samt Watanabe et al. (2011, s. 10) visar på att personlighetsdragen *openness* och *conscientiousness* står i direkt relation till motivationen som kommer inifrån. Att vara kreativ på sin arbetsplats är vanligt bland personer med höga värden av *openness* (Judge & Zapata, 2015, s. 1155). Barrick et al. (1993, s. 719) samt Gellatly (1996, s. 480) fann att personer med hög *conscientiousness* blir motiverade av att sätta upp mål. Detta stöds av Judge and Ilies (2002, s. 803) som menar att *neuroticism* och *conscientiousness* var mest konsekvent förekommande i förhållande till prestationsmotivation utifrån målsättningsteorier.

En fördelaktig egenskap hos personer som arbetar inom försäljningsbranschen och andra arbeten där de sociala interaktionerna främst står i fokus är enligt forskning *extraversion* (Rothmann & Coetzer, 2003, s.69; Furnham & Fudge, 2008, s. 15; Sharma et al., 2018, s. 6). Resultatet av Barrick et al. (2002, s. 48) studie visade att extroverta personer är mer motiverade att sträva efter status och arbeta på konkurrenskraftiga arbetsplatser där social kompetens, övertygelse och noggrannhet krävs för att prestera väl (Watanabe et al., 2011, s. 11). För att bli en framgångsrik försäljare menar Yakasai och Jan (2015, s. 15) att *extraversion* är en viktig egenskap för att skapa en positiv interaktion med andra människor då ambitionsnivån och servicen hos försäljare är av högre slag. När Judge, Heller och Mount (2014, s. 531) granskade tidigare studier fann de dock att *extraversion* anses ha ett varierande samband till arbetsnöjdhet.

Till skillnad från *extraversion* fokuserar personer med hög *agreeableness* hellre på att skapa god sammanhållning och se till att undvika konkurrens med andra (Barrick et al., 2002, s. 45). En negativ aspekt i förhållande till försäljningsyrket är att individer med hög *agreeableness* lättare kan bli påverkade vid avslag på en försäljning, vilket resulterar i minskat självförtroende och risken att misslyckandet tas personligt är hög (Furnham & Fudge, 2008, s. 15). Motsatsen till personer med höga värden av *agreeableness* är personer som besitter höga värden av *neuroticism*, vilket innebär att de inte är lika duktiga på att bemöta olika typer av människor (Connor-Smith & Flachsbart, 2007, s. 1082). I studier av Owen (2007, s. 21), Sayyed Ali, Azizollah, Zaman och Zahra (2011, s. 42) framkom det att neurotiska personer är allt mindre noggranna, känner missnöje och har hög frånvaro i stressfyllda arbetssituationer.

Conscientiousness är en viktig egenskap hos försäljare som motiveras av resultatnriktade arbetsuppgifter (Watanabe et al., 2011, s. 3). Judge et al. (1999, s. 624)

förespråkar att personer med hög *conscientiousness* har starka kopplingar till lyckade karriärer oavsett arbetsuppgift, vilket även Barrick et al. (2002, s. 48) kom fram till i sin studie. Witt och Ferris (2003, s. 813) redogör för att försäljare med höga nivåer av både *conscientiousness* och *extraversion* har en högre arbetsprestanda än vad som anses normalt. *Conscientiousness* är det attribut som är vanligast bland försäljare, därefter kommer *extraversion*, *openness*, *neuroticism* och slutligen *agreeableness* (Vinchur, Schippmann, Switzer, & Roth, 1998, s. 594).

2.6 The Big Five i relation till Prestation

Som tidigare nämnt är The Big Five ett lämpligt verktyg för att undersöka förhållandet mellan personligheter och prestation i olika yrken (Barrick et al., 1993, s. 721; Gellatly, 1996, s. 474; Judge & Ilies, 2002, s. 797). Personer med hög *agreeableness* har svårt att sätta sig in i tävlingssituationer med kollegor (Tsuzuki, 2015, s.144). Dessa personer är å andra sidan duktiga på att skapa sammanhållning i grupp som bidrar till att skapa framgång (Salgado, 1997, s. 30).

Personer med hög *extraversion* har potential att prestera på högre nivåer (Hurtz & Donovan, 2000, s. 876). Trots höga ambitioner kan personer med höga värden av *extraversion* upplevas som dominanta (Furnham och Miller, 1997, s. 706). Furnham och Fudge (2008, s.15) samt Crant (1995, s. 535) har i sina studier kommit fram till att det finns märkbara samband mellan höga prestationer och variabeln *extraversion*.

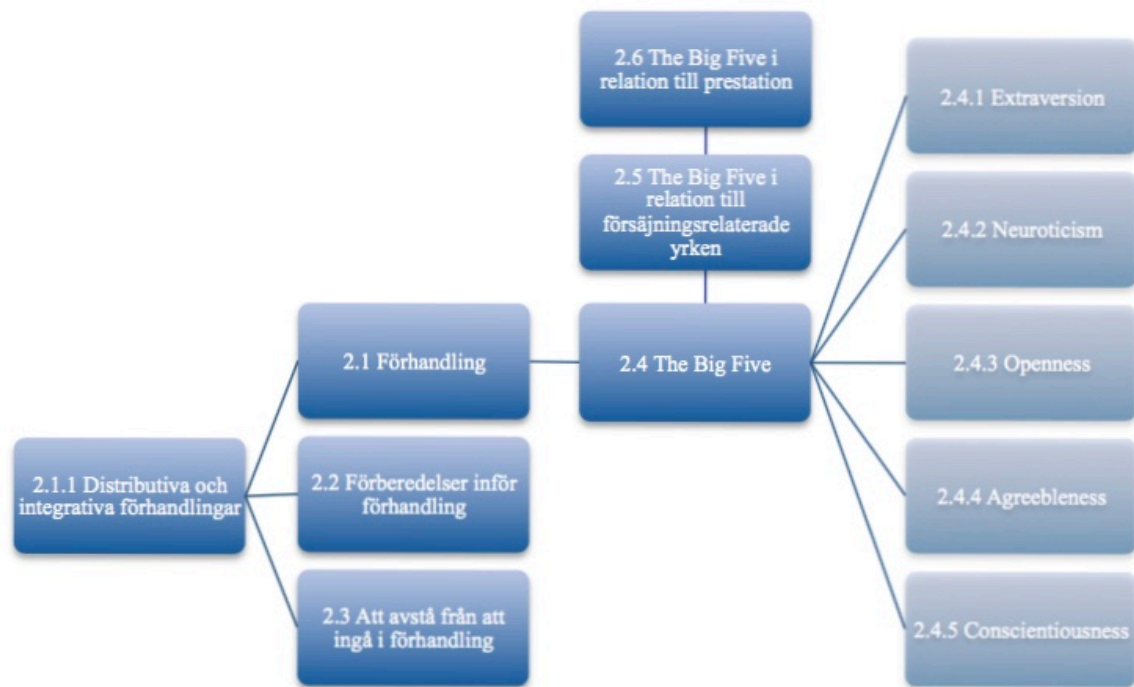
Extroverta personer drivs av olika motivationsfaktorer för att prestera bra (Furnham, Eracleous & Chamorro-Premuzic, 2009, s. 767). Det som framförs negativt hos extroverta personer är att de i första hand socialiserar sig snarare än att studera nya sakfrågor, vilket kan skapa problem i förhållande till att prestera på sin arbetsplats (O'Connor och Paunonen, 2007, s. 977; Goff & Ackerman, 1992, s. 541-548).

Inom vissa yrken är *openness* till fördel i förhållande till arbetsprestanda (Judge och Zapata, 2015, s.1185). Individer med hög *openness* är duktiga inom yrken där de arbetar självständigt samt i yrken där kreativitet och innovation krävs (Judge & Zapata, 2015, s. 1155; Costa & McCrae, 1992, s. 229). Furnham och Fudges (2008, s. 12) studie visar att höga värden av *openness* och *conscientiousness* har positiva samband med försäljningsyrken. Negativa aspekter mellan *openness* och arbetsprestation beror på att arbetsuppgifterna skiljer sig åt beroende på yrket enligt Rothmann och Coetzer (2003, s. 69). Furnham och Fudges (2008, s. 14) menar vidare att personer med hög

conscientiousness som arbetar organiserat och hårt har lättare att uppnå en ökad försäljning i slutändan (Furnham & Fudge, 2008, s. 14).

Det personlighetsdrag som visar negativa sidor hos arbetsnöjdhet i förhållande till arbetsprestation är *neuroticism* (Judge et al., 2014, s. 534). Detta argument motsätter sig Salgado (1997, s. 36) som menar att *neuroticism* har positiva aspekter under vissa omständigheter. Neurotiska personer är anställda av företag trots att personlighetsdraget anses vara negativt i förhållande till arbetsprestation och dessa personer kan utföra sina arbetsuppgifter (Salgado, 1997, s. 36). Yakasai och Jan (2015, s. 18) anser att ett högt värde av *neuroticism* i påfrestande situationer där eftertanke krävs har svårare att prestera väl. En annan negativ aspekt är att neurotiska personer har svårt att arbeta mot uppsatta mål, vilket Giluk och Postlethwaite (2015, s. 60) anser beror på att individerna underskattar förmågan för kunskap och hellre tar genvägar för att nå målet. Beroende på hur hög grad av *neuroticism* en person har avgör hur väl individen kommer att prestera inom sociala-, och relationskrävande arbeten (Yakasai & Jan, 2015, s. 18). Ett högt värde av *neuroticism* i förhållande till prestation kan skapa en dålig kombination. Tidigare studier har visat att det kan resultera i egenskaper som dåligt självförtroende, orolighet och nervositet vilket sänker prestationsnivån markant (Barrick & Mount, 1991, s. 20; Tsuzuki, 2015, s. 143; Furnham & Fudge, 2008, s.11-12; Yakasai & Jan, 2015, s. 19).

2.7 Sammanfattning över teorin



Figur 3: Sammanfattning av teori (egen)

Figur 3 ger en sammanfattande bild av hur den teoretiska referensramen är uppbyggd och vilka delar som uppsatsen utgår ifrån. Till att börja med visar modellen att förhandlingar ligger till stor grund för arbetet. Förberedelser inför förhandling samt att inte ingå i förhandling är en viktig fördjupning inom just det området (2.2 samt 2.3). The Big Five's olika personlighetsdrag framförs i modellen, 2.4.1 till och med 2.4.5. I 2.5 samt 2.6 visar modellen att tidigare forskning har fokuserat på The Big Five i relation till försäljning och prestation på olika sätt. Teorin visar att kombinationer av personlighetsdragen fungerar i olika sammanhang och kan kopplas till förhandling. Detta betyder även att det inte finns någon given sammansättning av vilka personlighetstyper som presterar lämpligast i alla möjliga situationer.

Enligt ovanstående kan det vara rimligt att påstå att inget av dessa personlighetsdrag är bättre eller mer värt än de andra. I yrkeslivet är det dock en del situationer, krav och arbetsuppgifter är vanligare än andra. Teorin visar att kombinationer av de olika personlighetsdragen är mer lämpliga än andra i förhållande till prestation och försäljningsrelaterade yrken. Med fokus på försäljningsrelaterade yrken visar teorin att låga värden av *neuroticism* och höga värden av *conscientiousness* och *extraversion* är en

kombination som skapar bra förutsättningar för att hjälpa och hantera kunder (Judge et al., 1999, s. 643). Flera forskare är överens om att *extraversion* är en fördelaktig egenskap hos personer som arbetar med försäljning då individer med hög *extraversion* är mer benägna att skapa positiva interaktioner mellan människor (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69; Furnham & Fudge, 2008, s. 15; Sharma et al., 2018, s. 6; Yakasai & Jan, 2015, s. 15). Judge et al. (1999, s. 624) samt Barrick et al. (2002, s. 48) förespråkar att personer med hög *conscientiousness* har starka kopplingar till lyckade karriärer oavsett arbetsuppgift. Att höga värden av *neuroticism* inte är eftertraktad hos försäljare är främst för att neurotiska personer inte är bra på att bemöta olika typer av människor enligt Connor-Smith och Flachsbart (2007, s. 1082).

Forskningen framför delade meningar kring variabeln *extraversion* i förhållande till prestation. Furnham och Fudge (2008, s.15) samt Crant (1995, s. 535) har nämligen kommit fram till att det finns samband mellan höga prestationer och *extraversion*. Liksom för försäljningsrelaterade yrken är ett lågt värde av *neuroticism* att föredra i förhållande till prestation.

2.7.1 The Big Five kopplat till förberedelser

The Big Five's personlighetsdrag i förhållande till förberedelser och planering inför en förhandling finns det inte någon vidare forskning kring. Därför har vi analyserat den teorin som finns och letat efter samband och mönster. Enligt teorin bör en strategisk planering inför en förhandling hjälpa en förhandlare att dra nytta av fördelar samtidigt som eventuella problem kan undvikas under processen (Hames, 2011, s. 25). Om en förhandlare förbereder sig och planerar inför en förhandling bör risken att komma fram till en förhandlingslösning öka. Ett personlighetsdrag som torde vara viktigt är *conscientiousness* för att utföra grundliga förberedelser med tydliga mål inför en förhandling.

Det är viktigt för förhandlaren att se förhandlingen utifrån den andra partens perspektiv för att kunna uppnå en gemensam lösning (Lindell, 2014, s. 20). Den integrerade typen av förhandlingar möjliggör en gemensam lösning genom bättre kompromisser som värdeskapande och "Win-Win-lösningar" (Kersten, 2001, s. 493; Zetik & Stuhlmacher, 2002, s. 36). Förhandlare bör sträva efter en integrativ förhandlingsstrategi för att kunna få lyckade förhandlingar med en lösning som gör båda parter nöjda.

Teorin tar även upp en del om BATNA, även kallad BATEF på svenska. Det är viktigt att lära känna sitt eget BATEF, dock bör en förhandlare även fundera över vilken motpartens BATEF är för att vara ordentligt förberedd (Susskind & Corburn, 2000, s. 7-8; Fisher et al., 2016, s. 107). Förhandlare bör lära känna sitt och kundernas eller motpartens tänkbara BATEF för att vara förberedda inför en förhandling. Detta blir invändningar som förhandlaren ska hantera på bästa möjliga sätt för att komma fram till en förhandlingslösning. Det krävs att förhandlare kan vara lugna i stressiga situationer om det uppstår oväntade invändningar. Med andra ord borde ett lågt värde av *neuroticism* vara fördelaktigt.

2.7.2 The Big Five kopplat till att inte ingå i en förhandling

Judge et al. (1999, s. 624) beskriver en person med hög *neuroticism* som sårbar, känslös och osäker. Dessa personer har mindre förmåga att kontrollera impulser och hantera stressiga situationer. *Neuroticism* kan därmed relateras till konflikthanteringspreferenser enligt Ma (2005, s. 6). När förhandlare avbryter eller inte väljer att ingå i förhandlingar kan vi tänka oss att det kan ha uppstått en konflikt av något slag. Att klara av konflikter är en ansträngande uppgift och kan leda till en negativ påverkan. Ma (2005, s. 6) menar vidare att personer med hög *neuroticism* som är instabila har ett starkt behov av att antingen undvika konflikter eller agera aggressivt för att skydda egna intressen eller ansikte som även Miles (2010, s. 404) nämner i sin studie. Som ett resultat bör dessa personer vara mer benägna att agera påträngande och mindre sannolikt att tillgodose, kompromissa eller samarbeta i konfliktsituationer. Detta betyder att personer med hög *neuroticism* kan vara mer benägna att avbryta en förhandling istället för att fortsätta söka efter en gemensam lösning i en förhandling.

Ma (2005, s. 6) menar vidare att det krävs en övertygande karaktär för att kunna påverka andra och lösa en konflikt i sin tjänst. Detta tyder på att *extraversion* sannolikt kommer att vara relaterad till en konkurrerande förhandlingsstil och mindre till att avbryta eller undvika en förhandling. Likaså kommer en person med hög *openness* sannolikt att föredra ett anpassat och flexibelt tillvägagångssätt för sin förhandlingslösning, vilket leder till mer kompromisser till skillnad från en person med låga värden av *openness*. *Conscientiousness* och *agreeableness* är i allmänhet inte relaterat till något specifikt beteendemönster eller resultat under affärsförhandlingar, oavsett distributiva förhandlingar eller i integrativa förhandlingar (Ma, 2005, s. 8).

3. Metod

3.1 Forskningsstrategi

Redan under uppstarten för examensarbetet ville vi forska inom ämnet ledarskap och organisation då detta fångat vårt intresse starkt under första terminen av det sista läsåret på högskolan. För att inleda uppsatsen började vi analysera och läsa vetenskapliga artiklar från bland annat databasen "Google Scholar" samt "Academic Search Elite" som går att nå via Högskolan i Gävles bibliotek. Under tiden som vi letat artiklar till arbetet har vi haft forskningsfrågorna i åtanke för att enklare hitta relevanta och intresseväckande arbeten (Bryman och Bell, 2017, s. 111). Ett sätt att lyckas med en systematisk litteraturgenomgång i ett examensarbete är genom regelbunden kontakt med sin handledare (Bryman och Bell, 2017, s. 124). Vi har framförallt haft kontakt med handledare över telefon en gång i veckan för att tillsammans planera och diskutera olika tankar och idéer.

De sökord som vi använt för att nå lämplig litteratur för ämnesvalet var en kombination av följande ord: "Negotiation", "Personality traits", "The Big Five", "Pre-negotiation" och "Integrative negotiation". Dessa ord är alla väldigt breda och en stor mängd forskning har gjorts med sådana inriktningar. Vi har därför varit stringenta i val av forskning för att artiklarna ska vara relevanta och av intresse för denna uppsats (Bryman & Bell, 2017, s. 117). Vi hittade ganska tidigt en artikel skriven av Elfenbein, Curhan, Eisenkraft och Brown (2017) som fångade vårt intresse och blev en studie att bygga vidare på. Vi har tidigare erfarenheter av författaren Hillary Anger Elfenbein, vilket gjorde att flera av hennes artiklar gick att tillämpa inom valt forskningsområde.

I samband med att den teoretiska referensramen utformades kom vi fram till att respondenterna skulle bestå av aktiva fastighetsmäklare för att kunna rikta in oss på en bransch inom försäljningsyrket. Till en början var planen att uppsatsen skulle utgå från en kvantitativ metod för att med hjälp av en enkätundersökning samla in information från målgruppen. Med lite fler lästa böcker samt artikelsökningar valde vi, med utgångspunkt i bland annat arbeten av Lund (2012), Johnson och Onwuegbuzie (2004) samt Creswell (2003), att använda en blandad metodstudie för att kunna nå information både utifrån ett kvantitativt och kvalitativt tillvägagångssätt.

Efter metodvalet började vi diskutera hur vi tänkt använda och utforma enkäten. Vi övervägde att använda en undersökning vid namn Big Five Inventory (BFI) som omfattade 44 frågor (John & Srivastava, 1999, s. 21). Vi kom ganska snart fram till att mindre än hälften av dessa frågor skulle räcka för att skapa olika personlighetsprofiler. Därmed blev en version som omfattade 15 frågor tillräckligt (Lang, John, Lüdtke, Schupp & Wagner, 2011, s. 560). Vi översatte de 15 frågorna som arbetet utgick ifrån och skapade en enkät i Google forms. Under samma period funderade vi på hur intervjufrågorna skulle utformas. Intervjufrågorna skapades i en tabell för att visa samtalsämnen, frågorna samt vart vi hämtat inspiration för att utforma dessa. I samband med det började vi höra av oss till olika företag över mail och telefon för att boka in tillfällen att komma på besök och utföra intervjuerna och enkätundersökningen.

Vi utgick från en intervjuguide och en checklista under intervjuerna för att följa en tydlig struktur. Det vi sedan valde att bygga metoden på var att använda enkätdata för att utforma intervjuerna ytterligare. Utifrån enkäterna som fastighetsmäklarna fick svara på kunde vi urskilja olika personlighetsdrag. Med tanke på att vissa mäklare visade extrema värden av de olika dimensionerna ville vi fråga specifika frågor till personerna med höga eller låga värden.

3.2 Forskningsansats

Utifrån tidigare forskning är ett kvantitativt metodval vanligt förekommande inom liknande typer av forskning och forskningsområden då metodvalet anses fungera effektivt (Bryman & Bell, 2017, s. 58). Trost och Hultåker (2016, s. 23) menar att en studie som ska svara på hur många, hur vanligt något är eller hur ofta, blir den kvantitativa metoden lämpligast. Kvalitativa metoder används å andra sidan när det krävs en djupare förståelse för målgruppen, eller när forskaren inte vet vilken information från målgruppen som kan vara viktig (Sofaer, 1999, s. 1103). Vi har i det här fallet valt att stärka forskningsansatsen genom att tillämpa både en kvantitativ och kvalitativ metod, även kallad "mixed methods" eller flermetodsforskning på svenska (Bryman & Bell, 2017, s. 592). Valet av en blandad metodstudie grundades på att vi ville bidra till en ökad förståelse och en mer fullständig bild av hur respondenterna tänker och agerar (Johnsson och Onwuegbuzie, 2004, s. 19). Elfenbein et al. (2017, s. 21-28) använder sig av både experiment och enkäter för att undersöka vad som gör en

förhandlare framgångsrik. Det har i sin tur gett oss inspiration till valet av metod för att kunna vidga möjligheterna för intressanta och betydelsefulla resultat.

En flermetodsforskning bygger enligt Creswell (2003, s.18) på en insamling och analys av både kvantitativa och kvalitativa data. Johnson, Onwuegbuzie och Turner (2007, s.119) lyfter bland annat fram hur Valerie Caracelli definierar en blandad metodstudie:

“En blandad metodstudie är en studie som på ett ordentligt sätt sammanfogar eller kombinerar metoder av olika slag (kvalitativ och kvantitativ) för att ge en mer detaljerad förståelse av intressefenomenet (inklusive dess sammanhang) som leder till ett större förtroende för slutsatserna från utvärderingsstudien”.

Målet med en blandad metodforskning är inte att ersätta varken ett kvantitativt eller ett kvalitativt tillvägagångssätt, utan att dra nytta av styrkorna och minimera svagheterna i dessa (Johnson & Onwuegbuzie, 2004, s.15). En flermetodsforskning är en välgrundad metod då den öppnar flera tillvägagångssätt för att besvara forskningsfrågor istället för att begränsa forskare i valen enligt Johnson och Onwuegbuzie (2004, s. 17). Denna forskningsmetod anses grundläggande då dagens forskning kräver ett allt bredare perspektiv som är mer dynamiskt och komplext (Johnson & Onwuegbuzie, 2004, s. 15).

Många forskningsfrågor och kombinationer av frågeställningar blir mer fullständigt och tillräckligt besvarade med hjälp av en flermetodsforskning (Johnson & Onwuegbuzie, 2004, s. 18), detta stöds även av Lund (2012, s. 157) som menar att en blandad metodforskning kan svara på mer komplexa forskningsfrågor än vad de kvalitativa och kvantitativa metoderna gör enskilt. Detta grundar författaren på att kvalitativa metoder är mer lämpade för hypotesgenerering och kvantitativa metoder för hypotesprövning. En flermetodsforskning möjliggör att forskaren mer utförligt kan simulera en kombination av förklarande och bekräftande frågor.

Den kvantitativa metoden i uppsatsen visar sig i form av en enkätundersökning där syftet är att först få svar på hur fastighetsmäklarnas personlighetsdrag ser ut för att kunna utgöra respektive The Big Five-profiler. I vårt arbete har den kvalitativa metoden avspeglats genom semistrukturerade intervjuer hos fastighetsmäklare för att ta del av berättelser och uppfattningar. I och med att vi valde att genomföra färre antal intervjuer var vi strängt medvetna om att fokusera på kvaliteten i den fakta som intervjuerna gav (Trost, 2010, s. 143). Informationen som vi lyckades ta med oss från intervjuerna med

fastighetsmäklarna användes sedan som data i analysen. Studien utgår från ett deduktivt förhållningssätt, vilket innebär att vi studerat befintliga teorier och forskning kring The Big Five, personlighetsdrag, förhandling, förberedelser med flera för att utforma våra frågeställningar innan vi studerat verkligheten.

3.3 Val av forskningsdesign

Vi har valt att tillämpa en grundläggande design vid namn *konvergent och parallell design* för flermetodsforskning (Bryman & Bell, 2017, s. 597). Detta innebär att kvantitativa och kvalitativa data samlas in samtidigt. Analysen av informationen samlas sedan till en helhet eller jämförs med varandra. Vi samlade in enkätsvar och utförde intervjuerna vid samma tillfälle för att sedan analysera informationen. Vi använde denna forskningsdesign främst för att dra nytta av båda metodernas styrkor och uppväga svagheter (Stiles, 2001, s. 633). Att använda en flermetodsforskning resulterade i ett relativt lågt bortfall som vi tror hade blivit högre om endast en kvantitativ metod tillämpats (Bryman & Bell, 2017, s. 600). Stiles (2001, s. 633) använder denna forskningsdesign och visar på att det är en design som fungerar vid flermetodsforskning. Vi anser att studien gynnas av att använda en flermetodsforskning för att kunna få stark data att jämföra och analysera.

3.4 Datainsamling

I denna uppsats har både primära-, och sekundära källor använts för att samla in data till arbetets empiriska del. Uppsatsens primärdata består av intervjuer och en enkätundersökning som vi samlat in och tolkat på egen hand. Sekundärdata, som vi inhämtat i form av böcker och vetenskapliga artiklar, grundar sig på information som redan existerar och som tagits fram av andra forskare. Vi har under studiens gång arbetat aktivt med att vara källkritiska till materialet som vi analyserat. Som tidigare nämnt hittade vi ett forskningsgap i en artikel skriven av Elfenbein et al. (2017, s. 41) som bygger på förhandlingar och personlighetstyper. Utifrån det arbetet fann vi fler artiklar som var användbara i uppsatsens teoretiska referensram. Det var en del av dessa artiklar som refererade till andra tidskrifter som gjorde att vi kunde hitta ytterligare infallsvinklar som var lämpliga för uppsatsen.

3.4.1 Population

För att veta vilken grupp som slutsatserna i arbetet ska beröra krävs det att en population definieras. Med population menas den grupp individer som studien vill kunna uttala sig om (Berntson, Bernhard-Oettel, Hellgren, Näswall & Sverke, 2016, s. 42). Vid val av population för studien har forskningsfrågorna och syftet föreslagit en lämplig definition av befolkningen som ska studeras när det gäller lokalisering och begränsning till yrke (Banerjee & Chaudhury, 2010). Eftersom syftet i denna uppsatsen riktar sig mot fastighetsmäklare utgörs populationen av fastighetsmäklare i alla åldrar och kön som arbetar i Stockholmsregionen.

För att ta reda på hur många fastighetsmäklare som arbetar i Stockholmsregionen utgick vi från FMI:s statistik över registrerade fastighetsmäklare i Stockholms län. Statistiken visade att 2470 fastighetsmäklare var registrerade i Stockholms län, vilket motsvarar 35 % av det totala antalet registrerade fastighetsmäklare i hela Sverige (Fastighetsmäklarinspektionen, 2019). Utifrån detta valde vi ut kontor runt om i Stockholmsregionen för att utföra intervjuer och enkätundersökningar på fastighetsmäklarna.

3.4.2 Urval

För att kunna uttala sig i en fråga som berör en särskilt utvald grupp utifrån en utvecklad frågeställning är det säkraste sättet att fråga de inblandade personerna, med andra ord att göra ett urval (Berntson et al., 2016, s. 45). Val av intervjupersoner är framförallt en viktig och central del av urvalet i en kvalitativ undersökning. Enligt Hallin och Helin (2018, s. 34) är det väsentligt att lära sig mer om den grupp människor som är intressanta att intervjua. Vi har således haft en del praktik i samband med examensarbetet för att få en djupare inblick i fastighetsmäklarnas vardag och arbete. Valet av personer att undersöka har gjorts med utgångspunkt i att ta fram mycket information om fastighetsmäklare i olika åldrar, kön och erfarenhet. Urvalet i vår population är de aktiva fastighetsmäklare som arbetar i Stockholmsregionen. Vi som författare delade upp oss och valde att besöka kontoren enskilt då det inte fanns geografiska förutsättningar att närvara samtidigt vid alla tillfällen. För att nå hög svarsfrekvens och se till att alla fastighetsmäklare på kontoret var på plats bestämde vi en tid över telefon eller mail i förväg.

Urvalet ska vara representativt och bör spegla den population som studien vill undersöka för att kunna uttala sig tillförlitligt kring studiens resultat och minska risken för osäkerhet (Hallin & Helin, 2018, s. 46). Detta stöds av Banerjee & Chaudhury (2010) som menar att urvalet bör vara representativt för att kunna göra exakta slutsatser. Ett representativt urval innebär att varje medlem av populationen har lika stor chans att bli vald. Detta arbete utgår från ett icke-sannolikhetsurval, som inte utgår från stickprov ur en slumpmässig population som ett sannolikhetsurval gör.

Vi har valt att arbeta med ett bekvämlighetsurval, vilket innebär att respondenterna består av fastighetsmäklare som funnits tillgängliga att intervjua och besvara enkäten. Detta innebär att det redan finns en viss kännedom om respondenternas erfarenhet avseende mångfald, branschtillhörighet och kulturell bakgrund. Bekvämlighetsurvalet gjordes med endast registrerade fastighetsmäklare som är representativa och relevanta vilket Trost (2007, s. 29) menar genererar svar av god kvalitet samt ökar validiteten på studien.

Icke-slumpmässiga urval har vissa begränsningar enligt Banerjee & Chaudhury (2010). En av begränsningarna är att det blir svårt att generalisera resultaten. Det kan å andra sidan ge viktiga ledtrådar för ytterligare studier baserade på slumpmässiga prover. Bekvämlighetsurval är ett bra alternativ med tanke på att vi hade begränsade resurser för att utföra undersökningen. Vi anser att ett bekvämlighetsurval har gett oss en billig och effektiv möjlighet att studera en bestämd grupp av människor.

3.4.3 Operationalisering av mätinstrument

Enligt Bryman och Bell (2017, s. 167) beskrivs operationalisering som en process där utformning av begrepp som forskaren är intresserad av bearbetas. I kvantitativ forskning är det viktigt med hög validitet, därför består enkätundersökningen i uppsatsen av frågor som tagits fram av tidigare forskning. Detta innebär att frågorna är väl bearbetade, använda och vetenskapligt förankrade, vilket leder till ett mer tillförlitligt resultat (John & Srivastava, 1999, s. 21).

Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) av Isabel Briggs Myers och Katherine C Briggs är ett personlighetstest som utvecklades med stöd av Jung's teori om psykologiska typer (McCrae & Costa, 1989, s. 17; Case & Phillipson, 2004, s. 478). MBTI:s dimensioner bygger på om du är extrovert eller introvert, avkännande eller intuitiv, tänkande och

analytisk eller känslig och sympatisk samt om du är strukturerad eller flexibel (Gardner & Martinko, 1996, s. 47). Trots att MBTI är ett av världens mest använda personlighetstest har det fått en hel del kritik (McCrae & Costa, 1989, s. 17; Case & Phillipson, 2004, s. 478). Därför har personlighetstestet The Big Five blivit en mer passande metod att använda för dessa typer av analyser. Många forskare har med tiden börjat använda The Big Five som är ett populärt personlighetstest med syftet att urskilja människors olika personligheter (McCrae & Costa, 1987, s. 82; Gosling et al., 2003, s. 506). Den kortare versionen av The Big Five som Lang et al. (2011, s. 560) använder anser vi därmed som trovärdig och användbar.

3.5 Enkät

En enkätundersökning handlar enligt Eriksson (2018, s. 121) om att samla in data genom att ställa en del frågor till ett flertal personer. Enkäten består av frågor som rör undersökningsområdet samt demografiska frågor som kön, ålder och yrke med flera. Enkäter skickas ofta ut över internet, post eller telefon och sociala medier. I denna studie har vi valt att skicka ut enkäterna via internet.

3.5.1 Utformning av enkät

Den första fasen i det empiriska materialet är en enkätundersökning. Varje fastighetsmäklare som blev intervjuad fick först svara på enkätundersökningen för att inleda undersökningen. Frågorna och dispositionen i enkäterna var identiska för varje person. Vi valde att skicka ut undersökningen över en länk för att ge respondenterna möjlighet att själva välja om de svarade med hjälp av sin dator, mobiltelefon eller annan elektronisk utrustning. Vi utformade en kort presentation i början av enkäten där vi presenterar oss själva och syftet med studien. Det framgick tydligt att det är frivilligt för respondenterna att delta i undersökningen och att ingen obehörig kommer att ha tillgång till svaren samt att det när som helst går att avbryta.

Lagringen av enkätsvaren skedde i enlighet med GDPR och Högskolan i Gävles bestämmelser för lagring av forskningsdata, vilket även framfördes i presentationen. Genom att redogöra för studiens syfte och förklara att studien varken kommer att ta upp respondenternas namn eller återkoppla till företagen tar arbetet hänsyn till konfidentialitets- och anonymitetskravet samt informationskravet enligt Bryman och

Bell (2013, s. 137). Studien tar slutligen hänsyn till den etiska principen nyttjandekravet då vi informerar om att all insamlad och generell information om deltagarna endast kommer att användas i denna studie.

Enkätens presentation efterföljer det som Bryman och Bell (2017, s. 244) lyfter fram vad gäller teckenstorlek, typsnitt, presentation och struktur. Frågorna på enkäten har därmed större teckenstorlek än själva svarsalternativen. Formuläret kräver att respondenterna besvarar frågorna innan de går vidare till nästa sida, vilket gör det tydligt om de skulle missa att besvara någon fråga. Frågeställningarna är inte allt för långa för att respondenterna inte ska bli uttråkade eller känna någon tidspress (Bryman & Nilsson, 2011, s. 148; Trost, 2007, s. 86).

3.5.2 Formulering av enkätfrågor

Enkäten utgår från en reducerad version av Big Five Inventory (BFI) som är ett test bestående av 44 påståenden avsett att mäta de fem grundläggande personlighetsdimensionerna (John & Srivastava, 1999, s. 21). Vi har valt att använda oss av en version som Lang et al. (2011, s. 560) tillämpar där personlighetstestet endast omfattar 15 frågor. Valet beror på att en längre version kan resultera i enkättrötthet vilket leder till att respondenterna inte koncentrerar sig ordentligt under hela undersökningen. Vi anser också att en kortare enkätundersökning är tillräckligt för att därefter kompletteras med intervjuer. Enkäten skapades i ett Google Forms-dokument som är ett smidigt hjälpmedel för att skapa undersökningar över nätet.

Vi valde att översätta enkätfrågorna till svenska då denna uppsats skrivs på svenska och respondenterna i studien är bosatta i Sverige. Genom att översätta frågorna från engelska till svenska behövde vi anpassa meningarna för att utforma frågorna mer begripligt för respondenterna. Exempelvis valde vi att översätta frågan "Jag ser mig själv som någon som ... lätt blir nervös" där originalet på engelska lyder "I see myself as someone who... gets nervous easily" (Lang, et al., 2011, s. 560).

Totalt består enkäten av 19 frågor där tre av dessa berör respondenternas kön, ålder samt hur länge de arbetat som fastighetsmäklare. Det finns även en fråga där respondenterna ombads att skriva i en siffra som de blivit tilldelad för att vi ska kunna koppla personlighetsprofilerna med intervjuerna. Anledningen till de första

demografiska kontrollfrågorna var för att kunna särskilja utstickande svar som eventuellt skulle kunna påverka resultatet. Varje fråga i enkätundersökningen består av svarsalternativ 1-7, där 1 står för att respondenten inte alls håller med om påståendet och 7 då respondenten håller helt med. Lang et al. (2011, s. 554) tillämpar även en sjugradig skala i sin studie. Simms, Zelazny, Williams och Bernstein (2019, s. 8) hävdar att svarsalternativ i undersökningar bör bestå av sex eller sju svarsalternativ om inte en pilotundersökning eller andra överväganden gör att ett sådant format inte är att föredra. Pilotstudien indikerade inte på att den sjugradiga skalan medgav några problem eller hinder vilket gjorde att vi utgick från skalan även i den riktiga undersökningen. Se *Figur 4: Exempel på enkätfrågor.*

Vi använder oss av horisontella svarsalternativ där respondenterna ombads att välja den siffra som bäst stämmer överens med deras egna uppfattningar. Vi har valt en horisontell utformning då frågorna har likartade svarsalternativ och risken blir att en vertikal utformning tar för stort utrymme (Bryman & Bell, 2017, s. 244). Trost och Hultåker (2016, s. 24) hävdar att det är en fördel att använda samma frågeformuleringar för att skapa en enhetlighet och undvika missförstånd. Av den anledningen är samtliga frågor utformade med sju svarsalternativ på en identisk skala. Samtliga frågor börjar även identiskt med: "Jag ser mig själv som någon som...".

Jag ser mig själv som någon som förblir lugn i spända situationer *

	1	2	3	4	5	6	7	
Håller inte med alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Håller helt med

Figur 4: Exempel på enkätfrågor (egen)

3.5.3 Pilotstudie

För att undvika misstolkningar eller felaktiga enkätsvar genomfördes en pilotstudie innan den korrekta enkäten skickades ut. Pilotstudier utfördes för att göra eventuella förändringar i frågornas formulering samt bedöma kvaliteten för att säkerställa dess lämplighet (Bryman & Bell, 2013, s. 215, 276). Att kunna förbättra enkätens

frågeställningar stärker resultatets reliabilitet och validitet (Bryman & Bell, 2013, s. 215).

Enligt Eliasson (2018, s. 40) är det klokt att låta några som skulle kunna ingå i den undersökta gruppen besvara frågeformuläret. Därför valde vi att skicka ut enkäten till ett antal registrerade fastighetsmäklare som inte ingår i den riktiga undersökningen. Därefter fick fastighetsmäklarna ge besked om det saknades något i formuläret, om någon fråga var märkligt formulerad eller om det fanns frågor som gjorde respondenterna osäkra på hur de skulle svara. Att utföra en pilotstudie är till stor fördel enligt Forza (2002, s. 171) eftersom det minskar risken för eventuella problem och gör det möjligt att ändra frågornas utformning innan formuläret ska skickas ut i den riktiga undersökningen. Resultatet av pilotstudien gjorde att vi ändrade alternativet angående ålder till en fråga som kunde besvaras med egna ord istället för ett flervalsalternativ. Hur länge respondenterna arbetat som fastighetsmäklare ändrades också till en lite bredare skala för att inte gå miste om de som arbetat under en kortare period som mindre än 6 månader eller ett år.

3.6 Bortfallsanalys

Bortfall är vanligt vid enkätundersökningar och mindre förekommande vid intervjuer vilket orsakar missvisande resultat (Bryman & Bell, 2017, s. 240; Hunter & Schmidt, 1990, s. 42). Eftersom vi besökte fastighetsmäklare på plats såg vi till att respondenterna svarade både på enkäten och intervjufrågorna vid samma tillfälle. Bortfallet för denna undersökning består av de tillfrågade fastighetsmäklare som inte kunde medverka, vilket ger ett procentuellt bortfall på 46,4 %. Om fastighetsmäklarna som inte ingick i undersökningen avviker från de svarande kan resultatet bli snedvridet. I en bortfallsanalys skall respondenterna jämföras med resterande population med hjälp av statistik (Eliasson, 2012, s. 187). Bortfallet utgör 0,52 % av hela populationen. Studien baseras på tio män och fem kvinnor i åldrarna 20-64 med varierande erfarenhet i fastighetsmäklarbranschen.

3.7 Intervju

Genom att tillämpa intervjuer som forskningsmetod kan vi skaffa oss en inblick i hur fastighetsmäklare tycker, tänker och resonerar. Intervjuer medför en unik möjlighet i och med att respondenterna får berätta och utveckla svaren med egna ord och uttryck.

En intervju handlar om att människor möts och att den som intervjuar får en inblick respondenternas verklighet (Hallin & Helin, 2018, s. 12).

3.7.1 Utformning av Intervju

För att få utförliga svar på frågorna angående hur en fastighetsmäklare förbereder sig inför förhandlingar och i vilka sammanhang de väljer att inte ingå i en förhandling utfördes semistrukturerade intervjuer med 15 fastighetsmäklare på totalt 5 kontor. Vi valde att först höra av oss till kontor runt om i Stockholm för att fråga om tillstånd att komma på besök. Vi berättade över telefon eller mail vad syftet med studien var för att inte göra någon obekväm. Vi fick snabb respons och ett positivt bemötande av fastighetsmäklarna som var nyfikna på undersökningen.

Väl på plats spelades intervjuerna in för att inte gå miste om viktig information till analysen. Innan vi började ställa frågorna bad vi samtliga deltagare att säga sitt namn tydligt en gång för att enklare skilja på vem som säger vad vid senare avlyssning. Om mäklarna skulle säga sitt namn innan varje mening hade det troligtvis påverkat konversationerna negativt och stört respondenterna, därför valde vi att använda detta tillvägagångssätt. Samtidigt som intervjuerna genomfördes antecknade vi med penna och papper och granskade inspelningarna upprepade tillfällen i efterhand. Intervjuerna utfördes på fastighetsmäklarnas kontor för att kunna se och uppfatta kroppsspråk, ansiktsuttryck och samtalston. Vi hade tillgång att ta oss till olika platser i Stockholm, vilket gjorde det möjligt att utföra intervjuerna direkt med mäklarna.

3.7.2 Formulering av intervjufrågor

Constantinou, Georgiou, och Perdikogianni (2017, s. 4) valde i sin studie att genomföra semistrukturerade intervjuer samt låta respondenterna besvara ett frågeformulär för att få in sin empiri. Liksom Constantinou et al. (2017, s. 4) har vi valt att utföra en semistrukturerad intervju för att vidga möjligheterna till flera viktiga synvinklar. Arbetet utgick från en egen intervjuguide som berörde ämnesområdet. Intervjufrågornas innehåll utformades med stöd av och mot bakgrund av den teoretiska referensramen. Se bilaga 2 för intervjuguide.

Vi utformade en intervjuplan i form av en skriftlig förteckning över intervjuens frågeområden i den ordning som frågorna skulle ställas under intervjun. Planen är

strukturerad för att kunna utföra intervjuerna på samma sätt hos de olika företagen. Eftersom enkätundersökningen ger oss som författare en del bakgrundsinformation om intervjupersonerna säkerhetsställde vi endast att respondenterna hade förstått syftet med intervjun och ramarna för arbetet i inledningen. Det är enligt Lantz (2013, s.71) viktigt att respondenterna förstår syftet med intervjun för att kunna bli motiverade och rikta tankarna åt det håll som intervjuaren vill. Vi beskrev noga för respondenterna att det till stor del är deras unika beskrivning som är av intresse för att förbereda respondenterna innan intervjun startade. Genom att ge respondenterna en tydlig beskrivning av syftet och intervjuns upplägg gav vi respondenterna möjligheten att överväga om de ville medverka eller inte (Lantz, 2013, s. 72).

Frågeområdena placeras i den ordning som ter sig naturligt för respondenterna även om detta kan vara mindre lätthanterligt för oss som undersökare (Lantz, 2013, s. 73). Vi valde att först fråga generella och breda frågor för att låta respondenterna bli varma i kläderna innan vi gick djupare in på specifika frågeområden. Intervjuplanen utgörs av konkreta frågor som belyser begrepp som den teoretiska referensramen är uppbyggd på. Frågorna ställs öppet för att respondenterna ska kunna svara fritt hur de uppfattar saken.

3.8 Kvalitetsmått

Den kvantitativa enkätundersökningen belyser kvalitetsmått som reliabilitet, validitet och generalisering. När det kommer till intervjustudier finns det skilda åsikter om dessa begrepp saknar relevans i en kvalitativ studie. Anledningen bygger på att de kvantitativa studierna utgår från en positivistiskt vetenskapssyn och den kvalitativa från en hermeneutiskt kunskapssyn där forskaren i större omfattning beskriver och försöker förstå människor (Hallin & Helin, 2018, s. 92). I detta arbete har vi valt att tillämpa dessa kvalitetsmått även på intervjustudien.

3.8.1 Reliabilitet

Reliabilitet anger tillförlitlighet och användbarhet av ett mätinstrument (Ejvegård, 2009, s. 77). Med andra ord handlar reliabilitet om hur pass pålitlig en undersökning är och om det går att upprepa och generera samma resultat en gång till (Eliasson, 2018, s. 14). Det som bör undersökas är om resultatet av en studie blir likartad eller densamma vid

upprepade mätningar oberoende av tillfälle eller vem som är utövaren (Bryman & Bell, 2013, s. 171).

Undersökningen planerades väl genom att formulera klara och tydliga instruktioner om hur intervjun och enkätundersökningen skulle gå till. Förberedelserna minskar risken för att vi eller respondenterna blir osäkra eller förvirrade under utförandet (Eliasson, 2018, s.15). Vi har arbetat med variablerna i undersökningen som enligt Eliasson (2018, s. 15) är ett sätt att öka reliabiliteten på. I enkätundersökningen mäts personlighetsdragen med hjälp av flera olika frågor som riktar sig till en och samma variabel. I och med intervjuerna återkommer vi till ett område vid flera tillfällen för att inte gå miste om någon viktig information, vilket gör att vi mäter variablerna på flera sätt. För att säkerställa kvalitén och att öka förutsättningarna för en hög reliabilitet valde vi att använda oss av redan existerande frågor till vår enkätundersökning (Lang et al., 2011, s. 560).

Den externa reliabiliteten är svår att uppfylla i en kvalitativ studie med tanke på att det skulle krävas att intervjuerna utförs i samma sociala miljö och medföra samma upplevelse. För att en intervjustudie ska uppnå reliabilitet enligt Hallin och Helin (2018, s. 88) bör samtliga intervjuer utföras på ett liknande sätt. Forskare som vill upprepa studien bör gå in i en liknande social roll som tidigare forskare för att resultatet skall kunna jämföras på ett rätt sätt. Den som intervjuar bör vara opartisk och uppmärksam att inte omgivande faktorer påverkat respondenternas svar. För att uppnå hög reliabilitet i den kvalitativa studien har vi haft distans till det som respondenterna sagt före, under och efter intervjuerna. Målet har varit att resultatet som framkommit genom intervjuerna skulle blivit detsamma om den genomfördes igen. Vi som intervjuat har förhållit oss neutralt och inte tagit ställning varken för eller emot någon fråga under intervjuernas gång. Förutsättningarna för intervjuerna har dock varierat då vi beroende på vad respondenterna svarat ställt olika följdfrågor vilket gör att en del av svaren är mer och mindre utförliga, vilket kan bidra till minskad pålitlighet. I och med att intervjuerna spelades in går vi inte miste om någon viktig information som sagts, vilket bidrar till en högre pålitlighet. I efterhand är det lättare att granska och förstå vad respondenten menar när intervjuerna är inspelade istället för att försöka tolka anteckningar som ibland framstår som otydliga. Vi bearbetade inspelningen genom att transkribera intervjuerna vilket gör att vår empiri blir mer tillförlitlig med citeringar som är exakta.

Ett viktigt kriterium för reliabilitet är att uppnå väl genomförda intervjuer där data speglar källan (Lantz, 2013, s. 16). Detta krav handlar om huruvida forskaren lyckas fånga verkligheten som den intervjuade personen uppfattar den (Hallin & Helin, 2018, s. 92). Intervjuaren ska i sin tur försöka leva sig in i respondenternas upplevelser och uppfattningar. För att inte skapa en egen tolkning i respondenternas svar valde vi att visa ett antal fastighetsmäklare det vi antecknat och skrivit ner efter intervjun för att höra om de kände igen sig i den egna beskrivningen. Samtliga upplevde att de kände igen sig i beskrivningen av det de framfört under intervjun.

3.8.2 Validitet

Bryman och Bell (2013, s. 172) förklarar validitet som giltigheten med utgångspunkt i hur stor grad man mätt det begrepp man avser att mäta. Ju högre reliabilitet är, desto bättre blir förutsättningarna för en hög validitet. Förutom att reliabiliteten bör vara hög kan validiteten öka i arbetet om insamlingen av data utförs på ett korrekt och felfritt sätt (Hagevi & Viscovi, 2016, s. 36). Bryman och Bell (2017, s. 181) menar att det är viktigt att författarna gör noggranna och detaljerade beskrivningar hur forskare valt att gå tillväga vid en undersökning för att den ska kunna replikeras eller upprepas av andra forskare. För att skapa en hög validitet har vi tydliggjort frågeställningarna för att belysa vad det är studien ska mäta (Eliasson, 2018, s. 16).

Det finns forskare som hävdar att kvalitativa studier kan, liksom kvantitativa studier, använda validitetsbegreppet (Eliasson, 2018, s. 17). I en kvalitativ undersökning handlar det om att iakttagelserna stämmer väl överens med begreppen som konstruerats. Validiteten kan även handla om att resultatet kan generaliseras till andra miljöer än det som undersökningen handlat om. Enligt Bryman och Bell (2017, s. 379) handlar validitet i kvalitativ forskning om huruvida forskaren "observerar" det som studien avser att observera. Den interna validiteten betyder att det ska finnas en god överensstämmelse mellan forskarens observationer och de teoretiska idéerna som utvecklas. Detta stärks även av Hallin och Helin (2018, s. 88) som menar att det empiriska materialet ska spegla det fenomen som studien syftar till att ta reda på. Delaktigheten och närvaron under intervjuerna gör det möjligt för oss som undersökare att säkerställa en överensstämmelse mellan begrepp och observation (Bryman & Bell, 2017, s. 280).

Validiteten i en kvalitativ studie handlar enligt Lantz (2013, s. 17) om att resultatet ska vara trovärdigt. Personerna som intervjuas ska ge trovärdig information, likaså ska slutsatsen i arbetet vara trovärdigt enligt Hallin och Helin (2018, s. 92). Det krävs därför mycket information om respondenterna, hur studien genomförts, hur analysen bearbetats och hur slutsatserna tagits fram. Det är även viktigt att vi som utfört intervjuerna är ärliga och visar hur våra egna erfarenheter och personliga utgångspunkter påverkar studien. Vi är medvetna om att fastighetsmäklarna som blir intervjuade kan bli påverkade av oss som intervjuar. För att minska den risken i högsta möjliga utsträckning har vi varit objektiva och låtit fastighetsmäklarna tala medan vi har lyssnat. För en hög validitet har vi även noggrant beskrivit hur studien har genomförts, vilka val vi har gjort samt hur slutsatserna tagits fram.

Att förhålla sig kritiskt till respondenterna handlar om att inte ta deras ord för sanning (Lantz, 2013, s. 17). Det kritiska förhållningssättet används även när vi tar del av tidigare forskning och ifrågasätter det vi läst. Vi har således varit närvarande och lyssnat aktivt på personerna vi intervjuat för att höra vad de har att säga. Vi har sökt de oväntade svaren för att göra det intressant att utföra intervjuerna som enligt Lantz (2013, s. 16) är nyckeln till en framgångsrik intervju.

3.8.3 Generaliserbarhet

Generaliserbarhet handlar i en kvalitativ studie om användbarhet med fokus på tillförlitlighet och giltighet (Lantz, 2013, s. 19). Resultatets giltighet och slutsatsernas generaliserbarhet diskuteras ur en annan synvinkel än kvantitativa studier där stickprovet är representativt för populationen. Enligt Lantz (2013, s. 19) kan giltigheten beskrivas som: *“I vilken mån data och resultat speglar källan och samtidigt på ett mera allmängiltigt plan ökar förståelsen av det som undersöks”*.

Hur pass generaliserbar en kvantitativ studie är får oftast kritik av kvalitativa forskare menar Esaiasson (2012, s. 158). Denna studie är inte generaliserad till en hel population av fastighetsmäklare i Sverige, utan till 15 fastighetsmäklare i Stockholmsregionen. Detta för att få svar av kvalitet och förstå människors tankesätt och beteenden (Hallin & Helin, 2018, s. 92). Bryman och Bell (2013, s. 417) anser att ett urval av individer inte är representativa för en viss population. Oavsett val av företag eller kontor besitter

fastighetsmäklarna grundläggande kunskaper kring arbetsuppgifter och branschen i sin helhet. Då mäklarna kan inneha olika utbildningsnivåer bör generaliseringen göras av försiktighet (Bryman & Bell, 2013, s. 210). Vi har valt att kombinera kvantitativ med kvalitativ forskning för att stärka studiens generaliserbarhet (Bryman & Bell, 2013, s. 640).

3.9 Analysmetod

Som tidigare nämnts i uppsatsen samlades data in med hjälp av Google Forms där en webbaserad enkät skapades samt genom intervjuer. Därefter analyserades enkätsvaren med hjälp av statistikprogrammet SPSS, Statistical Package for the Social Sciences. Vi valde att använda SPSS för att kunna utforma klusteranalyser av enkätundersökningen på ett effektivt sätt. Bryman & Bell (2017, s. 349) beskriver SPSS som den mest använda mjukvaran för analys av kvantitativ data. Vi har arbetat med SPSS tidigare och känner oss bekväma med att hantera det statistikprogrammet. Därmed anser vi att SPSS är ett trovärdigt och väletablerat val av program för analyser.

3.10 Metodkritik

3.10.1 Kritik mot intervjuer

Att samla in relevant information under intervjuerna visade sig gå smidigt. Alla som deltog visade ett starkt engagemang och ville dela med sig av egna erfarenheter. Enligt Trost (2010, s. 67) skall man sträva efter att undvika att intervjua flera personer samtidigt då gruppintervjuer många gånger blir komplicerade. Trost (2010, s. 67) menar att de tystlåtna inte alltid kan komma till tals och att de språksamma tar över hela intervjun. Detta upplevde vi inte under intervjuerna då vi var noga med att låta alla individer svara själva på varje fråga. Det fanns naturligtvis personer som valde att prata mer än andra när det väl var deras tur eller komma med fler synpunkter och tankar under intervjuens gång. Detta upplevde vi inte som ett hinder för de tystlåtna att svara när frågan kom till dem. Det är värt att tillägga att de allra flesta fastighetsmäklarna som intervjuades inte var särskilt tystlåtna.

Trost (2010, s. 68) menar vidare att personerna som intervjuas lätt påverkar varandra vilket kan leda till att en del "hemligheter" eller åsikter inte kommer fram. Under intervjuerna bjöd majoriteten på sig själva och vågade berätta om många olika händelser

som resten av medarbetarna inte hört tidigare. Vi tror att fastighetsmäklarna kände sig trygga i miljön på deras egna kontor och vågade lita på oss som intervjuare.

3.10.2 Kritik mot enkäter

En fördjupad respons med viktig information är svårt att få genom en enkätundersökning som använder slutna och kortfattade frågor (Bryman & Nilsson, 2011, s.147-148). Det är även svårt för författarna att ställa några följdfrågor. Vi ansåg att enkätundersökningarna gav oss tillräcklig information för att kunna skapa olika personlighetsprofiler. Genom att komplettera enkäten med intervjuer genererade i utförligare svar med följdfrågor och djupare resonemang.

3.10.3 Kritik mot metodval

Bryman och Bell (2011, s. 51) refererar till Holmberg, Fridell, Arnesson och Bäckvalls (2008) studie som anser sig dra nytta av att använda en flermetodsforskning då den gav en mer översiktlig och bättre bild av resultatet. Johnson och Onwuegbuzie (2004, s. 9) menar å andra sidan att det finns en del svagheter med en mixad metod. Metoden kan vara dyr att genomföra, ta mycket tid och författarna behöver studera två metoder för att kunna tillämpa dessa korrekt. Vi anser inte att metodvalet medfört några större kostnader än bensin för kortare sträckor och fikabröd till respondenterna. Innan vi startade själva undersökningen var vi medvetna om att det skulle krävas en del tid att genomföra både enkätundersökningar och intervjuer. Därmed utformades en kortare enkät som gjordes under samma tillfälle som intervjuerna för att spara tid. Det har varit en utmaning att lära sig mer om båda metoderna men vi ser det snarare som en viktig och spännande lärdom än något negativt. Vi har reflekterat över att flera insikter och synvinklar har framkommit genom att vi har använt en blandad metod istället för att endast tillämpa en kvantitativ eller kvalitativ metod.

4. Resultat & analys

4.1 Resultat av enkät

Vi erhöll sammanlagt 15 svar från enkäten, vilket motsvarar alla personer som vi intervjuat. Av svaren visade det sig att 33,33 procent av respondenterna är kvinnor och 66,67 procent män. Åldern på dessa fastighetsmäklare varierar mellan 20–64 år där medelåldern är 33,8 år och standardavvikelsen är 12,96 år. Utifrån denna analys kan vi konstatera att medelåldern är relativt låg och att antalet män som deltog i undersökningen var det dubbla i jämförelse med kvinnorna. Det var en del yngre fastighetsmäklare som arbetat under en kortare period vilket förklarar den lägre medelåldern.

4.2 Resultat av intervjuer

Vi lyssnade igenom intervjuerna i tur och ordning och valde att transkribera samtliga för att sortera tankar och återigen höra samtalen (Hallin & Helin, 2018, s. 71). Alla intervjuer transkriberades på samma sätt med samma layout. I och med transkriberingen kunde vi som intervjuare bilda oss uppfattningar och se kopplingar som kunde användas senare i analysen av materialet. Transkriberingarna anonymiserades för att inte avslöja någons identitet (Hallin & Helin, 2018, s. 73). Vi valde att ge respondenterna nummer istället för namn redan i enkätundersökningen för att kunna få anonyma svar som endast vi kunde koppla med intervjuaren. Se bilaga 3 för transkribering.

4.3 Klusteranalys

Vi har valt att utföra en klusteranalys utifrån resultaten som visat sig i undersökningen. En klusteranalys är ett statistiskt verktyg som sorterar den data som samlats in i uppsättningar eller grupper med liknande mönster (Ketchen & Shook, 1996, s. 441). Vi valde att använda oss av tre olika kluster för att ge en övergripande bild av de mest typiska beteendena och framförallt skillnaderna mellan fastighetsmäklarna. Vi har namngett dessa kluster till Vardagliga Vera, Kreativa Kent och Medelmåttiga Mikael. Namnet för varje kluster speglar det beteendemönster och personlighetsdrag som varit mest förekommande hos respondenterna samt vilket kön som dominerat. För varje kluster har vi skapat "wordclouds" som sammanfattar de mest användbara nyckelorden i respektive kluster utifrån intervjuerna.

4.3.1 Kluster 1 - (Vardagliga Vera)

Det första klustret, Vardagliga Vera, utgör tre respondenter bestående av två kvinnor på 24 och 29 år samt en man på 29 år. Klustret har en medelålder på 27,3 år. De äldre har arbetet som fastighetsmäklare i mer än fem år och den yngre i mer än 12 månader men mindre än 24 månader. I jämförelse med de andra klustren har Vardagliga Vera varken högst eller lägst värde av personlighetsdragen. Det som sticker ut hos dessa individer är att de uppvisar ett lågt värde av *openness* (2,06) i förhållande till de resterande klustren. Det låga värdet av *openness* anses ovanligt i förhållande till tidigare forskning där detta är ett personlighetsdrag som anses vanlig hos försäljare (Vinchur et al., 1998, s. 594). Kluster 1 visar även ett lågt värde av *neuroticism* (3,03). Mannen sticker ut med ett högre värde (4,33) av *neuroticism* än kvinnorna som visar på lite lägre siffror (2,0 och 3,0). *Extraversion* har högst värde bland personlighetsdragen i klustret, ett medelvärde på 4,42 där kvinnorna ligger högre än mannen. Samma mönster utläses även på *agreeableness*. Se tabell 1: Vardagliga Vera.

Openness	• 2,06
Conscientiousness	• 4,25
Extraversion	• 4,42
Agreeableness	• 4,31
Neuroticism	• 3,03

Tabell 1: Vardagliga Vera (egen)

Vardagliga Vera är trevlig, ödmjuk och sällskaplig men försiktig i sitt yrke som fastighetsmäklare. Vardagliga Vera skulle kunna inta rollen som ledare för en grupp men svårigheten kan bli att kunna göra sig hörd och komma med kreativa idéer (Judge & Zapata, 2015, s.1154). Höga nivåer av *extraversion* resulterar i goda potentialer att prestera på högre nivåer (Hurtz & Donovan, 2000, s. 876), har drivkraften att vinna över konkurrenter och kan därmed öka försäljningen (Watanabe et al., 2011, s. 11). Vardagliga Vera behöver inte vara bäst eller sticka ut och hålla hög status för att vara en duktig fastighetsmäklare. Att socialisera med andra är inget som Vardagliga Vera gör i första hand för att prestera på en hög nivå. Att istället lära sig nytt i sakfrågor ger henne

ett bättre arbetsresultat (O'Connor & Paunonen, 2007, s. 977; Goff & Ackerman, 1992, s. 541-548).

Vardagliga Vera gillar inte att utföra uppgifter på egen hand och har svårt att anpassa sig efter olika situationer (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69). För Vardagliga Vera är det besvärligt att vara kreativ vilket vanligtvis krävs för att prestera på hög nivå som försäljare (Judge & Zapata, 2015, s. 1155). Det låga värdet av *openness* gör det vidare svårt för Vardagliga Vera att förstå sig på människors inre tillstånd och kunna förstå hur andra människor tänker och känner i olika situationer (Magalhães et al., 2012, s. 810).

4.3.1.1 Förberedelser - Kluster 1

Fastighetsmäklarna i kluster 1 har olika rutiner på förberedelserna inför en förhandling. Gemensamt för alla tre fastighetsmäklare är att de tar fram allt material som behövs, bland annat värderingsstatistik, förmedlingsuppdrag, marknadsföring, jämförande objekt och annat material som anses vara standard. Samtliga har med sig ett papper med allmän information om kundens situation som de läser igenom precis innan de träffar kunden. Respondent 7 lägger mycket tid på förberedelserna om det är ett område hon tidigare aldrig sålt i för att kunna uppnå en lyckad förhandling, vilket stärks av Fells (2009, s. 52) och Peterson och Lucas (2001, s. 39) som menar att det krävs goda förberedelser för att kunna förhandla effektivt. Mest information tar hon fram om föreningen, vem som är ordförande, antalet lägenheter, bakgrundsfakta samt vad som finns i området som är av betydelse. Ingen av respondenterna har någon specifik ritual de utför för att motivera sig själva innan ett intagsmöte. Respondent 5, som även besitter ett extremt högt värde av *extraversion* (7), lyssnade dock på specifika låtar de två första åren av sin karriär:

“Jag hade en playlist på Spotify som heter ”tagga till intag”. Så den första låten körde jag alltid. När jag var ny så ja faktiskt. Ibland kan jag sätta på den och man blir väldigt glad”.

Fastighetsmäklarna i kluster 1 har blandade tankar på åtgärder de skulle utföra för att få ett bästa alternativ till en förhandlingslösning (BATNA/BATEF) och menar att det beror på hur situationen ser ut. Det som Fells (2009, s. 106) framhäver av Rackman och Carlisles (1978) studier är att skickliga förhandlare förbereder sig med flera möjliga alternativa förhandlingslösningar vilket respondenterna i klustret menar att dem gör. På

ett intag anser respondent 5 att allt handlar om hur väl fastighetsmäklaren utfört behovsanalysen och uppföljningen av kunden:

“Först få reda på varför vi inte finner en överenskommelse och baserat på det så måste jag välja vilket tillvägagångssätt jag måste göra. Om de skall träffa andra mäklare så måste jag bearbeta den. Tycker de att mitt arvode är för högt så måste jag se om det finns något jag kan göra där”.

Respondent 5 och 8 menar att om rätt grundförutsättningar finns skulle de göra allt i sin makt för att lösa en situation där kunden har en invändning. Respondent 8 vill utreda vad den stora invändningen är hos kunden som gör att intresset inte finns eller om förtroendet inte finns för fastighetsmäklaren.

Att marknaden ska ha ändrats under en längre period är något samtliga respondenter i kluster 1 anser haft en liten påverkan på förhandlingarna. Respondent 5 anser att arvodet är den största skillnaden då kunder anser att den många gånger är för hög.

Försäljningsprocessen tar längre tid idag och slutpriserna stiger inte till samma nivåer som för några år sedan. Att lägga fram mål och tankar kring en förhandling skapar klarhet, förtroende och beslutsamhet hos motparten (Shell, 2001, s. 59, 61), vilket respondent 5 belyser under intervjun:

“Jag tror att vi generellt är duktiga på att faktiskt berätta för kunderna hur processen ser ut nu på ett helt annat sätt. Jag tror att kunderna får ut mycket mer av mötena just nu än när marknaden är som allra bäst”.

Respondent 8 anser att konkurrensen och statistiken är densamma som för några år sedan. Skillnaden ligger hos kunderna som har för höga förväntningar på priset och inte hängt med på hur marknaden ligger till just nu.

4.3.1.2 Att avbryta förhandling - Kluster 1

Det är endast respondent 5 i kluster 1 som har valt att avbryta en förhandling under ett kundmöte. Däremot har respondent 8 valt att avbryta förhandlingar senare i processen dels när kund och mäklare inte kom överens om bostadens utgångspris och dels i ett annat fall där samarbetet tog mer energi än vad det gav nytta. Respondent 5 tar upp en affär där kommunikationen med kunden inte fungerade:

“Kommunikationen funkade bara inte. Jag försökte och försökte och han hade bara fokuserat på en sak. Och svaret han ville ha från mig kunde jag inte ge honom. Till slut kände jag bara att det här är inte lönt”.

Respondent 5 menar att det är ovanligt att avbryta en förhandling men att det inte behöver vara dåligt:

“Det kan ibland vara att man måste göra det för att kunna kommunicera på rätt sätt. Så man lägger energi och fokus på rätt saker”.

Respondent 5 nämner en annan förhandling där kunden uppfattades manipulativ genom att påstå att mäklaren lovat saker som inte stämde. Hade denna situation uppstått idag medger respondent 5 att hon avbrutit förhandlingen direkt. Respondent 5 säger att en mäklare generellt inte ger upp en kund i första hand, framförallt inte som ny mäklare. Respondenterna i kluster 1 besitter låga värden av openess, vilket enligt Ma (2005, s. 6) tyder på att dem inte föredrar ett anpassat och flexibelt tillvägagångssätt för att nå en förhandlingslösning, vilket i sin tur leder till mindre kompromisser. Ingen av respondenterna i kluster 1 har hört andra fastighetsmäklare som avbrutit en förhandling.

Respondent 7 som arbetat som fastighetsmäklare i mer än 12 månader men mindre än 24 månader har aldrig avbrutit en förhandling men önskar att hon gjort det när samarbeten inte känns helt bra eller då hon tagit in uppdraget för att vinna över en konkurrent. Respondent 8 har avbrutit en enstaka förhandling i ett senare skede där kommunikationen inte fungerade och kunden inte skötte sig etiskt. Respondent 8 uttrycker sig på detta sätt under intervjun:

“Men du måste värdesätta dig själv redan från början och stå upp för de värderingar och det du känner och inte att någon annan ska komma och knacka på och säga vad du skall göra”.

Sammanfattningsvis är Vardagliga Vera en sällskaplig och försiktig person som förbereder sig väl med det material som behövs inför ett intag. Vid nya områden förbereder hon sig mer för att inte känna sig osäker. Vardagliga Vera avbryter helst inte ett intag och framförallt inte som ny fastighetsmäklare. Trots att det är ovanligt att avbryta eller att inte ingå förhandling behöver det inte vara till en nackdel enligt Vardagliga Vera. Det som krävs för att Vardagliga Vera ska avbryta en förhandling är dålig kommunikation med kunden, ett oetiskt beteende från kundens sida eller ett

samarbete som tar för mycket energi. Det är situationen och förutsättningarna mellan parterna som är avgörande för hur väl Vardagliga Vera uppnår ett bästa alternativ till en förhandlingslösning (BATNA/BATEF). Det är endast respondent 5 som har avbrutit ett intag i kluster 1. Respondent 5 och 8 har även avbrutit en förhandling i ett senare skede. Det låga värdet av *openness* (2.06) som finns i detta kluster motsäger teorin som menar att det är ett av de vanligaste personlighetsdragen bland säljare (Vinchur et al., 1998, s. 594). Enligt Judge och Zapata (2015, s. 1155, 1185) anses ett lågt värde av *openness* (2,06) vara en nackdel till arbetsprestanda.

4.3.1.3 Wordcloud - (Vardagliga Vera)



Figur 5: Wordcloud Vardagliga Vera (egen)

4.3.2 Kluster 2 - (Kreativa Kent)

Kluster 2 inkluderar fem respondenter, vilket gör det till det näst största klustret. Detta kluster har en medelålder på 44,4 år där tre är män och två är kvinnor. Tre av respondenterna har arbetat som fastighetsmäklare över 5 års tid, medan en av fastighetsmäklarna arbetat mindre än 12 månader men mer än 6 månader och den sista har arbetat i mer än 12 månader men mindre än 24 månader. Detta kluster visar på högre värden av alla egenskaper i jämförelse med de andra klustren. Det finns dock några värden som sticker ut mer än andra. Framförallt kännetecknas kluster 2 av höga värden av *openness*, *conscientiousness* och *agreeableness*, se tabell 2: *Kreativa Kent*.

Openness	• 4,73
Conscientiousness	• 4,75
Extraversion	• 4,67
Agreeableness	• 5.00
Neuroticism	• 3,93

Tabell 2: Kreativa Kent (egen)

Kreativa Kent är en kreativ och lyhörd fastighetsmäklare som inte har några svårigheter att anpassa sig efter olika situationer och miljöer (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69; Barrick et al., 2001, s. 11). Kreativa Kent uppfattas som en vänlig och sympatisk fastighetsmäklare som är förtroendeingivande (Sagive och Knafo, 2002, s. 792). Kreativa Kent anser att egenskaper som att vara strukturerad, stresstålig samt uthållig är fördelaktiga i arbetet som fastighetsmäklare men att det däremot är negativt att ha kort stubin, vara otålig och lättsårad i yrkesrollen.

4.3.2.1 Förberedelser - Kluster 2

Fastighetsmäklarna i kluster 2 förbereder sig olika inför ett intag trots att de befinner sig i samma klustergrupp. Att förbereda ett intag med hjälp av rollspel är ingenting som tilltalar Kreativa Kent trots att detta är ett framgångsrikt sätt att förbereda sig på eventuella frågor som kunden kan ställa (Fells, 2009, s. 52). Respondent 2 och 14 förbereder sig istället genom att packa ihop det material och dokument som behövs inför ett intag. De söker även upp hur familjen de ska möta ser ut, hur gamla de är och om det finns någon gemensam nämnare. Det som dessa respondenter också har gemensamt är att de lyssnar på musik för att förbereda sig inför ett intag. Musiken varierar för båda respondenterna men det ska vara musik som de anser är bra och som ger energi. Respondent 2 och 14 är båda män, 27 respektive 21 år gamla och de har arbetat som fastighetsmäklare i mindre än två år. Respondent 1, 3 och 4 lyssnar å andra sidan inte på någon musik för att förbereda sig inför ett intag. Dessa respondenter belyser att det istället är värt att lägga ner mer tid och energi på statistiken innan ett intag för att vara väl förberedd. Respondent 3 och 4 menar även att de gärna kommer i god tid till ett intag för att inte komma med andan i halsen och för att ha lite tid att se sig

omkring i området. Respondent 1 är till skillnad från respondent 3 och 4 precis i tid. ”Och jag är i tid. Det är liksom mitt motto, jag är inte i god tid, utan jag är i tid!” säger respondent 1 under intervjun. Respondent 1, 3 och 4 är mellan 54 och 64 år gamla och har arbetat som fastighetsmäklare i mer än 5 år.

Fastighetsmäklarna i kluster 2 hade en del bästa alternativ till en förhandlingslösning, BATNA (Fisher et al., 2016, s. 107). Respondent 3 menar att det beror på vilken invändning som kunden kommer med och hur situationen ser ut. Han förbereder sig mer för invändningar om det är en kund som han vet kommer att träffa fler fastighetsmäklare än om det är en gammal kund. Respondent 2 använder sig av olika förhandlingslösningar beroende på situation, exempelvis som att gå ner i arvode eller andra erbjudanden för att tackla invändningar. Det tillvägagångssättet som respondent 2 och 3 använder sig av stämmer överens med det som Fells (2009, s. 52) förespråkar angående ett strategiskt tillvägagångssätt genom att granska situationen och ta hänsyn till förändringar i sammanhanget. Respondent 4 menar att kunder som har invändningar ofta är osäkra på någonting och att det därmed är viktigt att ta reda på vad invändningen består av med hjälp av frågeteknik. Frågeteknik är en strategi som kan utformas inför en förhandling för att kunna hantera en invändning effektivt (Peterson & Lucas, 2001, s. 40; Elfenbein et al., 2008, s.3). Respondent 1 berättar om hur hon under åren blivit mer bestämd och släpper inte kunden i första taget. Hon har försökt anamma att gå på avslut minst fem gånger under ett intag för att öka möjligheten för en förhandlingslösning. Hon framför även vikten av att låta kunden säga ”ja” med ord och inte bara med kroppsspråket. Med andra ord använder hon ”BATNA” genom att fråga ut kunden och försöka komma till avslut på olika sätt. Respondent 14 tror att det handlar om erfarenhet och att det tar tid att bli bra på att hantera invändningar.

4.3.2.2 Att avbryta förhandling - Kluster 2

Utifrån Ma (2005, s. 6) bör en person med hög grad av *openness* som Kreativa Kent sannolikt föredra ett anpassat och flexibelt tillvägagångssätt för en förhandlingslösning, vilket leder till mer kompromisser till skillnad från en person med låga värden av *openness*. Respondent 14 har aldrig sagt upp eller avbrutit ett intag. Han har dock haft en lägenhet ute till försäljning i en förening som led av ekonomiska svårigheter vilket gjorde att han lade försäljningen vilande ett tag. Utöver det har han svårt att relatera till en situation där han skulle tvingas avbryta en affär. Det skulle krävas att kunden var

påverkad av någon form av drog eller psykiskt ostabil där respondent 14 kan ta skada rent fysiskt för att avbryta intaget. Respondent 2 har liksom respondent 14 inte varit med om en situation där han tvingats avbryta ett intag. Respondent 2 poängterar att huruvida ett intag bör avbrytas eller inte kan bero på hur mycket fastighetsmäklaren har att göra. Som tidigare nämnt är respondent 2 och 14 relativt nya i branschen och har inte medverkat på lika många intag som resterande respondenter i klustret. Under intervjun säger respondent 2:

”Det är för att jag behöver få in saker. Jämför man med någon som har hur mycket som helst att göra kan ju han sätta ribban mycket högre. För min egen del måste det nog gå ganska långt för att jag skulle tacka nej.”

Respondent 3 har lång erfarenhet och berättade om ett intag som han inte följt upp på grund av att han fick en dålig känsla. I det här fallet var det en risig bostad, kunden hade väldigt höga förhoppningar om priset och han misstänkte att frun i familjen blev slagen. Respondent 3 fortsatte berätta om ett annat objekt som han ångrar att han tagit in.

”Det var så felbyggd och köparna som köpte det flyttade in precis innan julafton och då gick strömmen eftersom allt var fel och frun fick stötta när hon tog i spisen för att han hade kopplat det själv, det var så mycket. Han hade glömt lägga in det som stoppar fukten under huset, det var massor med fel så det ångrade jag att jag tog in. Men då hade jag inte så mycket objekt så jag tänkte att jag var tvungen att ta in ett. Såhär i efterhand så ångrar jag det. Ibland kan det nog vara bra att säga nej”.

Respondent 3 lyckades sälja bostaden men ångrade uppdraget med tanke på det påfrestande arbetet som det blev. Det visade sig att respondent 3 till och med blivit hotad på ett intag. Respondent 3 hade varit på ett intag hemma hos ett par. Han misstänkte att dessa personer använde droger och väl på plats förstod han att det var någonting på gång. Mannen låg och sov i köket medan kvinnan satt med respondent 3 och gick igenom dokument vid köksbordet. Respondent 3 berättar om händelsen med inlevelse:

”Så mitt i allt när jag skulle gå då flyger han upp och så börjar han skrika ”nu ska jag slå ihjäl dig” för han trodde att jag hade stött på frun. Jag hade ju inte gjort någonting, hon var ju inte alls intressant tyckte jag. Så att då sprang jag

mot dörren och hon höll i den där gubben ”lugna dig Lars, lugna dig Lars, det har inte hänt något, lugna dig Lars”.

Efter incidenten fortsatte kvinnan ringa till honom, ibland mitt i natten. Respondent 3 tog aldrig in uppdraget och kände sig hotad.

Respondent 1 har också lång erfarenhet inom yrket och menar att fastighetsmäklare är otroligt serviceinriktade och vanligtvis inte tackar nej till ett uppdrag eller en förhandling. Respondent 1 har varit med om att kunder erbjuder svarta pengar men hon har inte behövt avbryta ett intag för sådana handlingar då de flesta förstår när hon förklarar att det inte är aktuellt. Om någon däremot skulle vara extremt hotfull eller kriminell på något sätt skulle respondent 1 välja att avbryta en förhandling. Istället för att avbryta ett intag har respondent 1 däremot prisat ut sig. Om hon ändå får in uppdraget vet hon att hon kommer att få bra betalt och då är det enligt henne oftast värt omständigheterna som kan uppstå. Respondent 1 uttrycker sig såhär:

”Att man tar riktigt bra betalt och går dem på det slänger man in det uppdraget även fast man egentligen inte hade tid och så”.

Respondent 4 har aldrig själv behövt avbryta ett intag men hört om situationer där en tidigare kollega varit väldigt trängd mot väggen. Denna fastighetsmäklare var nyutexaminerad och kände redan innan intaget att det kändes konstigt så hon tog med sig en manlig kollega. Det visade sig vara ett klokt beslut då kunden försökte sig på henne. Respondent 4 säger såhär under intervjun:

”Hotfullhet, där skulle min gräns gå. Man ska trots allt fortsätta jobba med den här människan. Som tur är har det aldrig inträffat”.

Kreativa Kent är en extremt trevlig och öppen person som därmed inte skulle avbryta ett intag i första hand. Sammanfattningsvis krävs det hotfullhet, kriminalitet och ett starkt obehag för att Kreativa Kent inte ska ingå i en förhandling. Personer med hög *neuroticism* kan vara mer benägna att avbryta en förhandling istället för att fortsätta förhandla enligt Ma (2005, s. 6). Kreativa Kent har ett högre värde på *neuroticism* än de andra klustergrupperna men ett relativt lågt värde i jämförelse med resterande personlighetsdrag. Det var endast en person i kluster 2 som själv hade behövt avbryta intag. Denna fastighetsmäklare har som tidigare nämnt arbetat i mer än fem år och stött på en hel del krångliga affärer och trots det endast avbrutit tre förhandlingar på plats.

Fastighetsmäklarna i kluster 2 framför dock att det ibland är bra att avstå från att ingå förhandling trots att det är ovanligt.

4.3.2.3 Wordcloud - (Kreativa Kent)



Figur 6: Wordcloud Kreativa Kent (egen)

4.3.3 Kluster 3 - (Medelmåttiga Mikael)

Kluster 3 är det största klustret som består av sju respondenter. Detta kluster har en medelålder på 29 år där sex av dessa är män och en är kvinna. I denna klustergrupp är det tre respondenter som arbetat som fastighetsmäklare i mindre än sex månader. Två har arbetat mindre än ett år men mer än sex månader. En har arbetat i mer än tre år men mindre än fem år och den sista fastighetsmäklaren i detta kluster har arbetat i mer än fem år. Kluster 3 är i mitten av alla värden. Klustret sticker ut med ett lägre värde av *neuroticism* och *agreeableness*. Se Tabell 3: Medelmåttiga Mikael.

Openness	• 3,57
Conscientiousness	• 3,75
Extraversion	• 3,74
Agreeableness	• 3,40
Neurotism	• 2,56

Tabell 3: Medelmåttiga Mikael (egen)

Medelmåttiga Mikael är en känslomässigt stabil fastighetsmäklare som får kunderna att känna sig trygga. Medelmåttiga Mikael kan även hålla sig lugn i stressiga situationer på grund av de låga värdena av *neuroticism*, vilket kan vara fördelaktigt i förhandlingssituationer (Hough et al., 1990, s. 585; Rothmann och Coetzer, 2003, s. 69). Medelmåttiga Mikael kan ibland uppfattas som skeptisk till andras intentioner och kan därmed bli konkurrenskraftig (Dimotakis et al., 2012, s. 184; Giluk & Postlethwaite, 2015, s. 63; Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69). Enligt Medelmåttiga Mikael bör en fastighetsmäklare vara förtroendeingivande, tävlingsinriktad och envis. Egenskaper som att vara dryg och kaxig är inte något som Medelmåttiga Mikael anser är gynnsamt för yrket som fastighetsmäklare.

4.3.3.1 Förberedelser - Kluster 3

Respondent 15 har arbetat i mer än fem år som fastighetsmäklare, har extremt höga värden av *conscientiousness* (7) samt *extraversion* (6,67), och förbereder sig genom att vara påläst, både på området och på värderingsstatistiken. Han påpekar att det är viktigt att bry sig om varje kund. Genom att vara förberedd redan inför första mötet med dokument och liknande visar han kunden omtanke och anser själv att han är väldigt bra på att förbereda sig. Respondent 15 uttrycker sig såhär under intervjun:

“Mycket underlag. Mycket papper liksom som man går igenom på plats. Så dom känner att man är väldigt förberedd. För det har jag fått höra väldigt ofta att jag är väldigt väldigt förberedd på mina kundmöten jämfört med andra mäklare i kommunen då”.

Respondent 13 förbereder sig bland annat genom att bolla lite med kollegorna innan ett intag. Detta stödjer det som Peterson och Lucas (2001, s. 40) framför angående att förhandlare många gånger förbereder sig genom att samråda med andra i företaget innan de fattar några viktiga beslut. Detta är något som även respondent 11 beskriver som viktigt då kollegorna besitter mer erfarenhet. Respondent 11 har liksom respondent 13 arbetat som fastighetsmäklare i mindre än sex månader. Respondent 6 har också arbetat i mindre än sex månader men sätter en egen prisnivå i huvudet utan någon diskussion med kollegorna. Respondent 6 berättar att han istället för en ritual har köpt en väska som han använder, en så kallad “intagsväska” eller “vinnarväska”.

Respondent 10 prioriterar att ta reda på vad som sålts i området och för hur mycket för att förbereda sig inför ett intag och har ingen tradition eller ritual. Respondent 9 spelar å andra sidan bra musik i bilen som tradition för att förbereda sig inför intag. Respondent 9 berättar även att han åker ut i väldigt god tid för att inte riskera att komma för sent.

4.3.3.2 Att avbryta intag - Kluster 3

Respondent 15 har avbrutit flera förhandlingar under sina 5 år som fastighetsmäklare. Anledningarna har varit att kunden visat sig krånglig och tidskrävande. Respondent 15 har valt att avbryta förhandlingar där han stött på drogpåverkade kunder samt kunder som varit missnöjda med hans prestation. Vid missnöjdhet har han valt att låta en kollega ta över affären för att kunna göra kunden nöjd med hjälp av någon på kontoret. Respondent 15 menar att det till stor del handlar om ryktet:

“En nöjd kund kanske berättar det för en två kunder men en missnöjd till kanske tjugo. Så då är det bättre att släppa uppdraget redan där”.

Respondent 11 har aldrig avbrutit en förhandling men haft det i tanken vid en försäljning då kunden hade högre prisförväntningar än vad som begärdes när de ingick avtal. Respondent 11 skulle aldrig valt att avbryta med motiveringen att han arbetat som mäklare i mindre än 6 månaders tid och har inte hunnit skapa en kundkrets. Respondent 6 och 9 som båda arbetat i mindre än 6 månader och respondent 10 som arbetat i mer än 6 men mindre än 12 månader har inte avbrutit ett intag och kan inte sätta sig in i den situationen. Respondent 9 tror att etiken spelar roll om han ska välja att avbryta ett intag. Respondent 6 har hört att andra fastighetsmäklare avbrutit intag där kunden inte accepterat värderingen eller arvodet.

Respondent 12 har avbrutit ett flertal intag under åren som fastighetsmäklare. Respondenten avbröt två försäljningar förra året där orsaken var kundens höga prisförväntningar. Den ena kunden var dessutom långsam i kommunikationen med fastighetsmäklaren vilket inte fungerade i längden. Efter avslutat samarbete kom båda kunderna tillbaka och genomförde försäljningarna trots omständigheterna. Respondent 12 antyder att man som ny fastighetsmäklare inte bör avbryta eller avstå från försäljningar då marknaden är hård och dem flesta tar de objekt som finns för att överhuvudtaget tjäna pengar. Respondent 15 nämner att han idag har mer tid att ha

försäljningar med tidskrävande kunder än för några år sedan p.g.a. den tröga marknaden. Andra fall där respondent 12 skulle avbryta ett intag beskriver han som:

“Ja alltså att det inte finns någon form av respekt från säljarens sida. Och sen pris som sagt. Istället för att tacka nej kan jag i sådana situationer prisa ut mig”.

Att en kund skulle vara hotfull eller uttrycka sig rasistiskt skulle få respondent 13 att avbryta intaget. Respondent 13 anser att det är svårt att avgöra var gränsen går för att avbryta ett intag. Respondent 11, 12 och 15 accepterar inte kunder som vill göra svarta affärer eller är psykiskt sjuk. I dessa lägen skulle de avbryta intaget. En dålig attityd hos kunden skulle respondent 11 och 15 stå ut med. Respondent 11 uttrycker sig på detta vis:

“Jag tror att jag är rätt tålig, dom kan nog vara rätt otrevliga mot mig så länge jag kan tjäna pengar på dom liksom. Men det skulle ju vara hot eller något sånt. När man känner sig extremt obekvämt.”

Medelmåttiga Mikael är en känslomässigt stabil person som inte är särskilt samvetsgrann. För att förbereda sig inför ett intag tar Medelmåttiga Mikael fram en hel del dokument, tar reda på vad som sålts i området han ska till och han tar gärna hjälp av de mer erfarna kollegorna på kontoret för att känna sig väl förberedd. Medelmåttiga Mikael är en tävlingsmänniska och strävar efter att nå sina mål, vilket bidrar till att han inte skulle välja att avstå från att ingå i förhandling i första taget. Sammanfattningsvis krävs det att kunden har för höga prisförväntningar, är rasistiska, hotfulla eller medför en obehaglig känsla för att Medelmåttiga Mikael ska välja att avbryta en förhandling. Klustret är stort och det är endast respondent 15 som har valt att inte ingå i förhandling väl på intaget medan respondent 12 har avbrutit en förhandling i senare skede då samarbetet inte fungerade. Båda dessa fastighetsmäklare besitter väldigt låga värden av *neuroticism* (1,33) respektive (1,67). Detta säger emot teorin som pekar på att personer med låga värden av *neuroticism* torde fortsätta förhandla istället för att ge upp och avbryta en förhandling enligt Ma (2005, s. 6).

4.3.3.3 Wordcloud - (Medelmåttiga Mikael)



Figur 7: Wordcloud Medelmåttiga Mikael (egen)

5. Diskussion

Studien avser att med hjälp av The Big Five analysera förhandlares personlighetsdrag i förhållande till hur de förbereder sig inför en förhandling samt vad som krävs för att avstå från att ingå förhandling. Som resultaten visat, och Fells (2009, s. 52) samt Peterson och Lucas (2001, s. 39) påpekat, är förberedelser ett av nyckelbegreppen för att skapa förutsättningar för en framgångsrik förhandling. De undersökta respondenterna förbereder sig genom att ta fram relevant material i form av viktiga handlingar inför förhandlingen. Detta är gemensamt för alla fastighetsmäklare och har inte några samband till deras personlighetsdrag. Vi anser att fastighetsmäklare skulle ha nytta av att antingen lista kundens möjliga svar på frågor eller förbereda sig genom rollspel där en agerar kund och den andra agerar fastighetsmäklare på ett intag. Detta stärks även av tidigare forskning som framför att rollspel är ett bra sätt att förbereda sig på (Fells, 2009, s. 52). Enligt Lindell (2014, s. 20) är det viktigt att se förhandlingen utifrån den andra partens perspektiv för att kunna uppnå en gemensam lösning, vilket vi anser att rollspel kan medföra. Om fastighetsmäklare kontinuerligt övar på intagssituationer med olika invändningar kommer de förstärka sitt BATEF och även kunna hantera kundens BATEF vilket kan leda till fler framgångsrika förhandlingar (Fisher et al., 2016, s. 107).

Respondent 2, 9, 11, 13 och 14 förbereder sig genom att lyssna på musik innan de åker till ett intag. Alla dessa respondenter är män, har arbetat som fastighetsmäklare i mindre än två år, är mellan 20 och 33 år gamla och befinner sig i kluster 2 som har höga värden av *openness* och *agreeableness* samt kluster 3 som består av lägre värden av *neuroticism* och *agreeableness*. Musik är något som dessa respondenter anser ger energi och medför en bra känsla inför en förhandling trots att de besitter relativt olika personlighetsdrag. Respondent 5, som befinner sig i kluster 1, berättade att han lyssnade på musik inför förhandling under de första två åren som fastighetsmäklare men som inte längre sker kontinuerligt. Musik visar sig vara ett vanligt sätt att förbereda sig för de yngre och relativt nya fastighetsmäklarna i jämförelse med de äldre och mer erfarna. Anledningen till detta tror vi kan bero på att erfarna fastighetsmäklare känner sig säkra i yrkesrollen och lägger inte lika mycket energi på att planera inför ett intag. Detta kan ge nyutexaminerade fastighetsmäklare en fördel i att förbereda sig mer och skapa en positiv känsla inför ett kundbesök med hjälp av musik. Dock bör det tilläggas att fastighetsmäklare med mer erfarenhet framförde vikten av att gå in djupare på

statistiken. Majoriteten av respondenterna som nämnde statistiken befinner sig i kluster 2 med höga värden av *openness* och *agreeableness*.

Kluster 2 och 3 har en kombination av personlighetsdrag som visar på lägre värden av *neuroticism* i förhållande till *conscientiousness* och *extraversion*. Detta stämmer överens med litteraturen som menar att denna kombination skapar bra förutsättningar för att framkalla interaktioner med kunder (Judge et al., 1999, s. 643). Kluster 1 visar dock inte detta mönster då värdet på *openness* är lägst av alla dimensionerna i detta kluster. Eftersom stress ofta förekommer inom näringslivet är känslomässig stabilitet en viktig funktionell egenskap för personer i försäljningsrelaterade yrken (Yakasai & Jan, 2015, s. 18). Utifrån det bör de låga värdena av *neuroticism* vara en framgångsfaktor i fastighetsmäklaryrket. Personerna i kluster 1 som besitter ett lågt värde av *openness* tyder på att dem är försiktiga och formella (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69). Formella i den benämningen att vara väl förberedd med allt material som behövs inför en förhandling. Detta kan vara ett sätt för mäklarna att värdesätta sig själva och stå upp för sina värderingar och känslor som en av respondenterna i kluster 1 påpekar under intervjun.

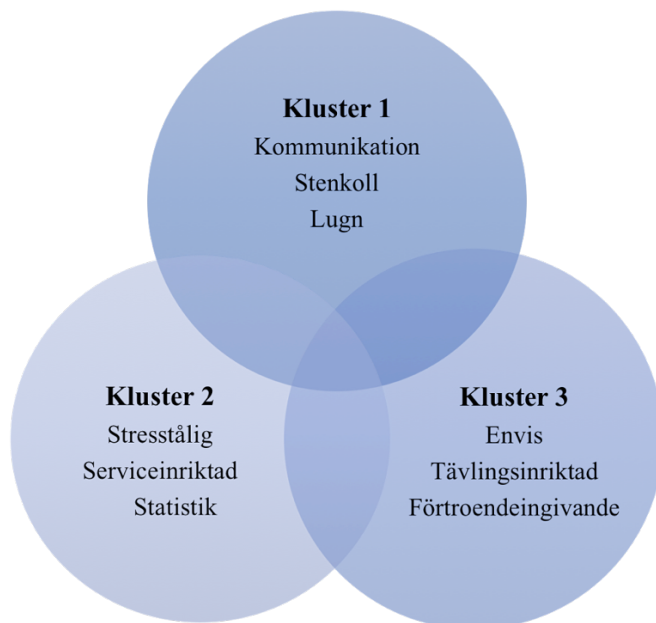
Kluster 2 visar på extremt höga värden av *agreeableness*, vilket förvånar oss med tanke på att personer med höga värden av *agreeableness* inte är särskilt tävlingsinriktade och vill helst undvika konkurrens med andra (Barrick et al., 2002, s. 45). Mäklaryrket är unikt och går ut på att hjälpa människor med deras livs största affär, till skillnad från andra försäljningsyrken som inte är lika omfattande. Dessa fastighetsmäklare kanske inte är tävlingsinriktade men förmodligen väldigt målmedvetna. Enligt tidigare forskning bör även personer med hög *agreeableness* skapa god sammanhållning och få grupper att samarbeta (Barrick et al., 2002, s. 45). Undersökningen visade att fastighetsmäklarna i kluster 2 inte förbereder sig genom att samråda med sina kollegor i någon större omfattning. Däremot tror vi att fastighetsmäklarna med höga värden av *agreeableness* har ett starkare samarbete med kunderna än med kollegorna på kontoret.

Respondent 3 i kluster 3 och respondent 15 i kluster 2 samt respondent 5 i kluster 1 är de mäklare som har avbrutit förhandlingar på plats. Dessa personer har arbetat i mer än fem år som fastighetsmäklare och besitter alla tre ett lågt värde av *neuroticism*. Detta motsäger teorin som pekar på att personer med låga värden av *neuroticism* torde fortsätta förhandla istället för att ge upp och avbryta en förhandling enligt Ma (2005, s.

6). Vår uppfattning är att de känslomässigt stabila fastighetsmäklarna kan fortsätta förhandla i stressiga situationer men de kan även känna efter och ta beslut om att avstå från att ingå förhandling för att det inte känns bra inombords. Låga värden av *neuroticism* är ett positivt resultat med tanke på att yrket innebär många viktiga förhandlingar samt provisionsbaserad lön i en rörlig marknad som kan skapa oro. Respondent 3 har låga värden av *extraversion* i jämförelse med respondent 15 och 5 som har mer än dubbelt så höga värden av denna dimension. Resterande fastighetsmäklare som arbetat i över fem år utan att ha avbrutit ett intag har inte särskilt höga värden av *extraversion*. Litteraturen visar på att *extraversion* är ett personlighetsdrag som är viktigt inom försäljningsyrken då det speglas i att skapa positiva interaktioner mellan människor (Yakasai & Jan, 2015, s. 15). Resultatet tyder på att höga värden av *extraversion* och låga värden av *neuroticism* inte behöver vara kopplad till en konkurrerande förhandlingsstil som i mindre utsträckning undviker eller avbryter en förhandling (Ma, 2005, s. 6).

Respondenterna 2, 6, 9, 10, 11 och 13 har arbetat som fastighetsmäklare i mindre än ett år. Majoriteten av dem ingår i kluster 3 och en av dem i kluster 2. Respondent 6, 9, 10, 11 och 13 i kluster 3 har relativt låga värden av alla fem personlighetsdrag. Respondent 2 i kluster 2 har å andra sidan höga värden av *agreeableness* och *openness*. Förutom de gemensamma personlighetsdragen har ingen av de nyare fastighetsmäklarna avbrutit ett intag. Vi tror att det kan bero på, precis som intervjuerna bekräftar, att konkurrensen är hård och därmed har nyblivna mäklare inte "råd" att släppa en affär. En erfaren fastighetsmäklare känner inte samma press, utan kan avbryta ett intag där affären kommer att ta mycket tid och energi i onödan.

5.1 Wordclouds



Figur 8: Wordcloud sammanfattning (egen)

Utifrån alla tre kluster har vi tagit fram ett “wordcloud” för respektive kluster. Varje “wordcloud” tydliggör de ord som förekommit flest antal gånger under intervjuerna i respektive klustergrupp. Detta ger en bild av hur respektive klusters personlighetsdrag är kopplade till orden i deras “wordcloud”.

Som tidigare nämnts är Vardagliga Vera (kluster 1) en ödmjuk, trevlig, försiktig och sällskaplig person som har väldigt låga värden av *openness* och relativt låga värden av *neuroticism*. Utifrån det “wordcloud” som Vardagliga Vera besitter kan vi observera att lugn, kommunikation och att ha stenkoll är de ord som respondenterna uttalat sig mest om i klustret. Vardagliga Vera har låga värden av *neuroticism*, vilket tyder på att respondenterna i klustret har lätt att hålla sig lugna i stressfyllda situationer (Hough et al., 1990, s. 585; Rothmann och Coetzer, 2003, s. 69). Detta personlighetsdrag tydliggörs i ordet “lugn” som finns i det “wordcloud” som representerar kluster 1. Personer med låga värden av *neuroticism* är även trygga och har ett högt självförtroende, vilket stärker prestationsnivån (Barrick & Mount, 1991, s. 20; Furnham & Fudge, 2008, s. 11-12). Att kunna vara trygg och säker är goda egenskaper för att uppnå en ärlig kommunikation med en kund i en förhandlingssituation, vilket stärker ordet “kommunikation” som är vanligt förekommande i kluster 1. Personer med märkbart låga värden av *openness* är formella, försiktiga och varsamma (Costa och

McCrae, 1992, s. 244). Att vara formell och korrekt speglar ordet "stenkoll" som förekommer i klustrets "wordcloud".

Kreativa Kent är som tidigare nämnt en extremt trevlig, lyhörd och kreativ fastighetsmäklare som besitter höga värden av *openness*, *conscientiousness* och *agreeableness*. Enligt Kreativa Kents "wordcloud" kan vi avläsa att statistik, stresstålig och serviceinriktad är ord utifrån intervjuerna som speglar klustrets personlighetsdrag. De höga värdena av *conscientiousness* visar sig tydligt i Kreativa Kents "wordcloud" som pekar på att "stresstålig" är ett vanligt förekommande ord. Personer som har höga värden av *conscientiousness* är prestationsinriktade, pålitliga samt noggranna (Barrick et al., 2001, s. 11). Att vara stresstålig speglar därmed de höga värdena av *conscientiousness* som finns i kluster 2. Kreativa Kent besitter även ett högt värde av *agreeableness*. Roccas, Sagive och Knafo (2002, s. 792) definierar personer med höga värden av *agreeableness* som sympatiska, tillitsfulla, vänliga och harmoniska. Det stämmer väl överens med att vara serviceinriktad, vilket är ett av de ord som sticker ut i Kreativa Kents "wordcloud".

De höga värdena av *openness* i kluster 2 är en stor fördel för att bemöta kundens olika invändningar vid ett kundmöte. En öppen person är fantasirik, äventyrlig och lyhörd (Mount & Judge, 2001, s. 11; Costa & McCrae, 1992, s. 244). Mäklarna i kluster 2 beskriver statistiken som ett viktigt moment och detta ord framkom tydligt i gruppens "wordcloud". Vi anser inte att det är äventyrligt att visa på statistik utan snarare en trygghet. Däremot ser vi det som att fastighetsmäklare i kluster 2 är lyhörda och kreativa med tanke på att statistik kan vara väsentligt för många kunder, vilket är typiska drag för en person med hög *openness*.

Medelmåttiga Mikael är inte särskilt samvetsgrann men väldigt känslomässigt stabil. Medelmåttiga Mikael har låga värden av *agreeableness* och kan därmed uppfattas konkurrenskraftig snarare än samarbetsvillig i vissa lägen (Dimotakis et al., 2012, s. 184; Giluk & Postlethwaite, 2015, s. 63; Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69). Två av orden som Medelmåttiga Mikael's "wordcloud" belyser är tävlingsinriktad och envis. Dessa egenskaper kan uppfattas som en styrka med tanke på att branschen är konkurrenskraftig och det krävs en stark drivkraft och vilja framåt. Det sista ordet som Medelmåttiga Mikael's "wordcloud" visar på är förtroendeingivande. Detta stämmer väl överens med klustrets personlighetsdrag som visar på låga värden av *neuroticism*, vilket

innebär att fastighetsmäklarna är känslomässigt stabila och inger ett förtroende med sin säkerhet. Alltså kan vi konstatera att kluster 3 visar på ett “wordcloud” som speglar Medelmåttiga Mikaelns egenskaper väl.

6. Slutsats

Studien avser att med hjälp av The Big Five analysera förhandlares personlighetsdrag i förhållande till hur de förbereder sig inför en förhandling samt i förhållande till vad som krävs för att avstå från att ingå förhandling. Utifrån vår första frågeställning kan vi svara på om det finns skillnader eller likheter i förhandlares personlighetsdrag som har avstått från att ingå i förhandling. Det var totalt 3 stycken fastighetsmäklare som valt att avstå från att ingå förhandling på plats vid intagsmötet. Utöver dessa var det ytterligare två stycken som avbrutit ett samarbete senare med en kund innan uppdraget slutförts. De fastighetsmäklare som valt att avstå från att ingå förhandling vid första mötet har alla låga värden av *neuroticism* och två av tre mäklare har extremt höga värden av *extraversion*. Vi kan genom denna studie konstatera att höga värden av *extraversion* och låga värden av *neuroticism* inte behöver vara relaterad till en konkurrerande förhandlingsstil, vilket skiljer sig från vad tidigare forskning har visat på Ma (2005, s. 6).

Den andra frågeställningen innebar att redogöra för om det finns skillnader eller likheter i förhandlares personlighetsdrag i förhållande till hur de förbereder sig inför en förhandling. Resultatet i studien visar att fastighetsmäklare förbereder sig likartat inför en förhandling i form av dokument, handlingar och blanketter, vilket är grundläggande för att möjliggöra en effektiv förhandling (Fells, 2009, s. 52; Peterson & Lucas, 2001, s. 39). Detta visar på att det finns skillnader i förhandlares personlighetsdrag i förhållande till hur de förbereder sig. Studiens resultat visade på ett samband där manliga fastighetsmäklare, mellan 20 och 33 år gamla som har arbetat som fastighetsmäklare i mindre än två år tenderar att lyssna på musik för att förbereda sig inför ett intag. Dessa fastighetsmäklare befinner sig i kluster 2 som har höga värden av *openness* och *agreeableness* samt kluster 3 som består av lägre värden av *neuroticism* och *agreeableness*. Detta visar på att erfarenhet, ålder och kön kan ligga till grund för hur en förhandlare förbereder sig inför en förhandling snarare än personlighetsdrag.

Det vi också fann intressant var att det visade sig att det krävs hotfullhet, brister i kommunikationen, för höga prisförväntningar eller en dålig känsla inombords för att förhandlare i fastighetsmäklaryrket ska avstå från att ingå förhandling. Resultatet tyder på att fastighetsmäklare med färre uppdrag och kortare erfarenhet inom

fastighetsmäklaryrket inte avstår eller avbryter en förhandling i lika stor utsträckning som en med fler uppdrag och längre erfarenhet. Vi konstaterar utifrån det att provisionsbaserade yrken inte tillåter förhandlare att avstå från att ingå förhandlingar för att kunna försörja sig. En rutinerad fastighetsmäklare skapar sitt eget varumärke efter en längre period och behovet av att själv leta nya kundkontakter minskar.

6.1 Teoretiskt bidrag

Uppsatsen har bidragit till ökad kunskap inom ämnet företagsekonomi genom förhandling kopplat till personlighetsforskning inom The Big Five. Det primära bidraget med studien var att fylla det forskningsgap som vi funnit i befintlig forskning av Elfenbein et al. (2017, s. 41) som pekar på vidare forskning om i vilka lägen en förhandlare väljer att inte ingå i en förhandling alls samt hur förhandlare förbereder sig inför en förhandling. I och med behovet av ytterligare studier på området har vi valt att koppla verksamma fastighetsmäklares personlighetsdrag med deras unika berättelser och upplevelser.

Befintlig forskning visar på att det finns samband mellan höga värden av *extraversion* och försäljningsrelaterade yrken då personer med höga värden av denna egenskap är mer benägna att skapa positiva interaktioner mellan människor (Rothmann & Coetzer, 2003, s. 69; Furnham & Fudge, 2008, s. 15; Sharma et al., 2018, s. 6; Yakasai & Jan, 2015, s. 15). Forskning visar även att låga värden av *neuroticism* och höga värden av *conscientiousness* samt *extraversion* är en kombination som skapar bra förutsättningar för att hjälpa och hantera kunder i olika branscher (Judge et al., 1999, s. 643; Barrick et al., 2002, s. 48). Studiens resultat tyder dock på att höga värden av *extraversion* och låga värden av *neuroticism* inte behöver vara relaterad till en konkurrerande förhandlingsstil som i mindre utsträckning undviker eller avbryter en förhandling (Ma, 2005, s. 6). Då Elfenbein et al (2017, s. 41) pekar på vikten av vidare forskning inom personlighetsforskning i förhållande till valet att avstå från att ingå förhandling bidrar vi med ny forskning inom området.

Resultaten av studien visar även att fastighetsmäklare läser in sig på statistiken, lyssnar på musik och kommer i god tid för att förbereda sig inför en förhandling. Studien visade tydligt att yngre manliga fastighetsmäklare som arbetat i mindre än två år är de som tenderar att lyssna på musik för att förbereda sig inför en förhandling. Det krävs vidare

att fastighetsmäklare känner sig hotade, upplever bristande kommunikation, får en dålig känsla inombords eller att kunden har för höga prisförväntningar för att förhandlare i fastighetsmäklaryrket ska avstå från att ingå förhandling. Det framkom i studien att en förhandlare i fastighetsmäklaryrket kan prisa ut sig genom att sätta ett högt arvode istället för att be om att avstå och minskar därmed risken att tappa ansiktet eller skapa ett dåligt rykte (Miles, 2010, s. 404). Slutligen kan vi utifrån studiens tre "wordclouds" förstärka resultatet och dra slutsatsen att de ord som fastighetsmäklarna använder sig mest av under intervjuerna visar samband med deras personlighetsdrag.

6.2 Praktiskt bidrag

Uppsatsens praktiska bidrag riktar sig framförallt till fastighetsmäklarbranschen som får:

- Kunskap om att det krävs hot, bristande kommunikation, en dålig känsla inombords eller att kunden har för höga prisförväntningar för att en fastighetsmäklare ska avstå från att ingå förhandling. Detta är ytterst ovanligt då yrkesrollen kräver hög kundservice enligt fastighetsmäklarna själva.
- Betydelsefull information om att manliga fastighetsmäklare som arbetat i mindre än två år tenderar att lyssna på musik för att förbereda sig inför en förhandling medan fastighetsmäklare med mer erfarenhet i yrkesrollen som fastighetsmäklare framförde vikten av att gå in djupare på statistiken.
- Insikt om att de ord som fastighetsmäklarna använder sig mest av under intervjuerna visar samband med deras personlighetsdrag.
- Kunskap om att fastighetsmäklare med låga värden av *neuroticism* och höga värden av *extraversion* visade sig ha avstått från att ingå förhandling vid kundmötet.
- Insikt om att fastighetsmäklare inte är helt lika personlighetsmässigt och att förberedelserna vad gäller dokument och material inför en förhandling inte skiljer sig åt beroende på fastighetsmäklares personlighetsdrag.

6.3 Vidare forskning

Vi kommer nedan att ge förslag på aspekter som vi anser är spännande att forska vidare kring. För att kunna säkerställa denna studies resultat bör samma personlighetstest och intervjuer utföras på fler yrkesverksamma fastighetsmäklare i stockholmsregionen med

en strävan efter fler respondenter. Genom att säkerställa resultatet kommer branschen kunna avläsa hur fastighetsmäklare förbereder sig inför intag samt vad som kan förbättras för att uppnå fler framgångsrika förhandlingar. Det kommer även bli tydligt vad som krävs för att fastighetsmäklare ska avstå från att ta in ett uppdrag och vad det kan bero på.

Då vi kan konstatera, utifrån uppsatsens resultat, att fastighetsmäklare som valt att avstå från att ingå förhandling på plats besitter vissa personlighetsdrag vore det intressant att fortsätta jämföra nyutexaminerade fastighetsmäklare med erfarna fastighetsmäklare, som arbetat i minst fem år. Har de erfarna varit med om fler situationer där de behövt avstå från att ingå förhandling på grund av erfarenhet eller har det berott på vilken personlighetsprofil fastighetsmäklarna besitter.

Sedermera är ett förslag till vidare forskning att utföra en studie som jämför fastighetsmäklare i olika länder. Finns det skillnader, från mäklare i Sverige, varför förhandlare avbryter eller väljer att avstå från att ingå förhandling. Detta för att se om olika kulturer och regelverk påverkar resultatet. Likaså skulle det vara intressant att utföra studien med fokus på en annan bransch än fastighetsmäklarbranschen för att se om resultatet blir detsamma eller visar andra orsakssamband.

Vi har, i den här studien, även kommit fram till att det krävs hotfullhet, brister i kommunikationen, för höga prisförväntningar eller en dålig känsla inombords för att förhandlare i fastighetsmäklaryrket ska avstå från att ingå förhandling. Resultatet tyder på att fastighetsmäklare med färre uppdrag och kortare erfarenhet inom fastighetsmäklaryrket inte avstår eller avbryter en förhandling i lika stor utsträckning som en med fler uppdrag och längre erfarenhet. Vi föreslår att vidare forskning bör utföra detta med hjälp av experiment. Förslagsvis kan fastighetsmäklarna föra forskningsdagbok under en längre period för att aktivt skriva ner omständigheterna kring avbrutna förhandlingar. Det skulle ge intressant information och bidra till att stärka forskningsläget.

Slutligen bedömer vi utifrån teorigenomgången att det är väsentligt med ytterligare studier som behandlar och studerar det forskningsgap om förberedelser inför förhandling samt vad som påverkar förhandlare som väljer att avstå från att ingå

förhandling. Den här studien är ett första försök att fylla forskningsgapet, men vi anser att forskningsområdet ännu är lockande och outforskat.

Referenser

Vetenskapliga Artiklar

Adler, Nancy., Richard Brahm, and John L. Graham (1992), "Strategy Implementation: A Comparison of Face-to-Face Negotiations in the People's Republic of China and the United States," *Strategic Management Journal*, 3. 449-466.

Aydođan, R., Festen, D., Hindriks, K. V., & Jonker, C. M. (2017). Alternating Offers Protocols for Multilateral Negotiation. In K. Fujita, Q. Bai, T. Ito, M. Zhang, F. Ren, R. Aydođan, & R. Hadfi (Eds.), *Modern Approaches to Agent-based Complex Automated Negotiation*(Vol. 674, pp. 153–167). Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-51563-2_10

Bandura, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Bandura, A. and Cervone, D. (1983), "Self-evaluative and self-efficacy mechanisms governing the motivational effects of goal systems", *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(5), pp. 1017-28.

Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1–26. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x>

Barrick, M. R., Mount, M. K., & Strauss, J. P. (1993). Conscientiousness and performance of sales representatives: Test of the mediating effects of goal setting. *Journal of Applied Psychology*, 78, 715–722.

Barrick, M. R., Stewart, G. L., & Piotrowski, M. (2002). Personality and job performance: Test of the mediating effects of motivation among sales representatives. *Journal of Applied Psychology*, 87(1), 43–51. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.87.1.43>

Barrick, M. R., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2001). Personality and Performance at the Beginning of the New Millennium: What Do We Know and Where Do We Go Next? *International Journal of Selection and Assessment*, 9(1&2), 9–30.

<https://doi.org/10.1111/1468-2389.00160>

Case, P. and Phillipson, G. (2004) ‘Astrology, Alchemy and Retro-organizational Theory: An Astro-genealogical Critique of the Myers-Briggs Type Indicator.’

Organization

11(4), 473–95.

Carnevale, P. J. D., & Isen, A. M. (1986). The influence of positive affect and visual access on the discovery of integrative solutions in bilateral negotiation.

Organizational Behavior and Human Decision Processes, 37, 1-13.

Connor-Smith, J. K., & Flachsbart, C. (2007). Relations between personality and coping: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(6), 1080–1107.

<https://doi.org/10.1037/0022-3514.93.6.1080>

Constantinou, C., Georgiou, M., & Perdikogianni, M. (2017). Medical Students’ Attitudes and Beliefs towards Psychotherapy: A Mixed Research Methods Study.

Behavioral Sciences, 7(4), 55. <https://doi.org/10.3390/bs7030055>

Costa, P. T., McCrae, R. R., & Dye, D. A. (1991). Facet Scales for Agreeableness and Conscientiousness: A Revision of the NEO Personality Inventory. *Personality and Individual Differences*, 12(9), 887–898. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(91\)90177-D](https://doi.org/10.1016/0191-8869(91)90177-D)

Costa, P.T., Jr., & McCrae, R.R. (1992). Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five- Factor Inventory (NEO-FFI): *Professional manual*. Odessa, FL: *Psychological Assessment Resources*.

Crant, J. (1995). The Proactive Personality Scale and Objective Job Performance Among Real Estate Agents. *Journal of Applied Psychology*, 80(4), 532–537.

De Dreu, C. K. W., Koole, S., & Steinel, W. (2000). Unfixing the fixed-pie: A motivated information-processing account of integrative negotiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *79*, 975-987.

Digman, J. M. (1990). Personality Structure: Emergence of the Five-Factor Model. *Annual Review of Psychology*, *41*(1), 417-440.

<https://doi.org/10.1146/annurev.ps.41.020190.002221>

Dimotakis, N., Conlon, D. E., & Ilies, R. (2012). The mind and heart (literally) of the negotiator: Personality and contextual determinants of experiential reactions and economic outcomes in negotiation. *Journal of Applied Psychology*, *97*, 183-193.
doi:10.1037/a0025706

Elfenbein, H. A., Foo, M. D., White, J., Tan, H. H., & Aik, V. C. (2007). Reading your Counterpart: The Benefit of Emotion Recognition Accuracy for Effectiveness in Negotiation. *Journal of Nonverbal Behavior*, *31*(4), 205-223.

<https://doi.org/10.1007/s10919-007-0033-7>

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*, *42*(6), 1463-1475.

<https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.06.010>

Elfenbein, H. A. (2015). Individual differences in negotiation: A nearly abandoned pursuit revived. *Current Directions in Psychological Science*, *24*, 131-136.

Elfenbein, H. A., Curhan, J. R., Eisenkraft, N., & Brown, A. D. (2017). Who Makes an Effective Negotiator? A Personality-Theoretic Approach to a Longstanding Question.

SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3050185>

Fells, R. E. (1996) 'Preparation for Negotiation: Issue and Process', *Personnel Review*, 25(2), pp. 50–60.

Fells R. E. (2009). *Effective Negotiations from Research to Results*. Melbourne: Cambridge University Press.

Forgas, J. P. (1998). On feeling good and getting your way: Mood effects on negotiator cognition and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 565-577.

Forza, C. (2002). Survey research in operations management: a process-based perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(2), 152–194. <http://doi.org/10.1108/01443570210414310>

Furnham, A., & Fudge, C. (2008). The Five Factor Model of Personality and Sales Performance. *Journal of Individual Differences*, 29(1), 11–16.
<https://doi.org/10.1027/1614-0001.29.1.11>

Furnham, A., & Miller, T. (1997). Personality, absenteeism and productivity. *Personality and Individual Differences*, 23(4), 705–707.
[http://dx.doi.org/10.1016/S0191-8869\(97\)00092-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0191-8869(97)00092-5)

Furnham, A., Eracleous, A., & Chamorro-Premuzic, T. (2009). Personality, motivation and job satisfaction: Hertzberg meets the Big Five. *Journal of Managerial Psychology*, 24(8), 765–779. <https://doi.org/10.1108/02683940910996789>

Gardner, W. L. and Martinko, M. J. (1996). Using the Myers-Briggs type indicator to study managers: a literature review and research agenda. *Journal of Management*, 22, 45–83.

Gellatly, I. R. (1996). Conscientiousness and task performance: Test of cognitive process model. *Journal of Applied Psychology*, 81, 474–482.

Giluk, T. L., & Postlethwaite, B. E. (2015). Big Five personality and academic dishonesty: A meta-analytic review. *Personality and Individual Differences*, 72, 59–67. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.08.027>

Goff, M., & Ackerman, P. L. (1992). Personality-intelligence relations: Assessment of typical intellectual engagement. *Journal of Educational Psychology*, 84(4), 537.

Goldberg, R. L. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. *American Psychological Association*, 48 (1), 26-34

Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann, W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality*, 37(6), 504–528. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00046-1](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00046-1)

Hough, L. M., Eaton, N. K., Dunnette, M. D., Kamp, J.D. & McCloy, R.A. (1990). Criterion-related validities of personality constructs and the effect of response distortion on those validities. *Journal of Applied Psychology*, 75, 581-595.

Hough, L. M. (1992). The “big five” personality variables-construct confusion: Description versus prediction. *Human Performance*, 5, 139–155.

Hunter, J. E., & Schmidt, F. L. (1990). Dichotomization of continuous variables: The implications for meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 75(3), 334-349.

Hurtz, G. M., & Donovan, J. J. (2000). Personality and job performance: The Big Five revisited. *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 869–879. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.85.6.869>

Jang, D., Elfenbein, H. A., & Bottom, W. P. (2018). More than a Phase: Form and Features of a General Theory of Negotiation. *Academy of Management Annals*, 12(1), 318–356. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0053>

Jeremy Owens. (2007). Personality and Performance in Stressful Situations. *Personality and Performance*.

- John, O. P., and Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research*, (2-71). L. A. Pervin and O. P. John, eds., Guilford, New York.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26.
- Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a definition of mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112-133. doi: 10.1177/1558689806298224
- Judge, T. A., & Ilies, R. (2002). Relationship of Personality to Performance Motivation: A Meta-Analytic Review. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 797–807. doi:10.1037//0021-9010.87.4.797
- Judge, T. A., & Zapata, C. P. (2015). The Person--Situation Debate Revisited: Effect of Situation Strength and Trait Activation on the Validity of the Big Five Personality Traits in Predicting Job Performance. *Academy of Management Journal*, 58(4), 1149–1179. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0837>
- Judge, T. A., Heller, D., & Mount, M. K. (2002). Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 530–541. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.530>
- Judge, T. A., Higgins, C. A., Thoresen, C. J., & Barrick, M. R. (1999). THE BIG FIVE PERSONALITY TRAITS, GENERAL MENTAL ABILITY, AND CAREER SUCCESS ACROSS THE LIFE SPAN. *Personnel Psychology*, 52(3), 621–652. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1999.tb00174.x>
- Kersten, G. E. (2001). Modeling distributive and integrative negotiations: Review and revised characterization. *Group Decision and Negotiation*, 10(6), 493–514. <https://doi.org/10.1023/A:1012256222803>
- Ketchen, D. J. Jr., & Shook, C. L. (1996). The application of cluster analysis in strategic management research: an analysis and critique. *Strategic management journal*, 441-458.

Komarraju, M., Karau, S. J., & Schmeck, R. R. (2009). Role of the Big Five personality traits in predicting college students' academic motivation and achievement. *Learning and Individual Differences, 19*(1), 47–52. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2008.07.001>

Lang, F. R., D. John, O. Lüdtke, J. Schupp och G. G. Wagner (2011). Short assessment of the Big Five: Robust across survey methods except telephone interviewing. *Behavior research methods 43*(2), 548–567.

Lau, V. P., & Shaffer, M. A. (1999). Career success: the effects of personality. *Career development international, 4*(4), 225-231.

Lee, S. A. (2009). Does Empathy Mediate the Relationship between Neuroticism and Depressive Symptomatology among College Students? *Personality and Individual Differences, 47*, 429-433. <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2009.04.020>

Lund, T. (2012). Combining Qualitative and Quantitative Approaches: Some Arguments for Mixed Methods Research. *Scandinavian Journal of Educational Research, 56* (2), 155–165. <https://doi.org/10.1080/00313831.2011.568674>

Lindholst, M. (2014). Negotiation Planning and Preparation in Practice. *Department of International Business – Copenhagen Business School, 1-21*.

Ma, Z. (2005). Exploring the relationships between the big five personality factors, conflict styles, and bargaining behaviors., *IACM 18th Annual Conference*. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=735063>

Magalhães, E., Costa, P., & Costa, M. J. (2012). Empathy of medical students and personality: Evidence from the Five-Factor Model. *Medical Teacher, 34*(10), 807–812. <https://doi.org/10.3109/0142159X.2012.702248>

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, 52*(1), 81–90. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.1.81>

- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1989). Reinterpreting the Myers-Briggs Type Indicator from the perspective of the five-factor model of personality. *Journal of Personality*, 57, 17-40.
- McCrae, R. R. & Costa Jr., P. T. (1996). Toward a new generation of personality theories: Theoretical contexts for the five-factor model. I J. S. Wiggins, *The five-factor model of personality*, 51-87. New York: Guilford.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1997). Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52, 509–516.
- Miles, E. W. (2010). The role of face in the decision not to negotiate. *International Journal of Conflict Management*, 21(4), 400–414.
<https://doi.org/10.1108/10444061011079949>
- Mischel, W., & Shoda, Y. (1995). A cognitive-affective system theory of personality: Reconceptualizing situations, dispositions, dynamics, and invariance in personality structure. *Psychological Review*, 102, 246–268.
- Mooradian, T. A., Davis, M., & Matzler, K. (2011). Dispositional empathy and the hierarchical structure of personality. *The American Journal of Psychology*, 124(1), 99–109. <http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.82.1.30>
- Mount, M. K., & Barrick, M. R. (1998). "Five reasons why the "big five" article has been frequently cited". *Personnel Psychology*. 51(4), 849–857.
- O'Connor, M., & Paunonen, S. (2007). Big Five Personality Predictors of Post-Secondary Academic Performance. *Personality and Individual Differences*, 43, 971-990.
- Perdue, Barbara C. and John O. Summers (1991), "Purchasing Agents' Use of Negotiation Strategies", *Journal of Marketing Research*, 28. 175-189.
- Peterson, R. M., & C. D. Shepherd (2010), Preparing to negotiate an Exploratory Analysis of the Activities Comprising the Pre-Negotiation Process in a Buyer-Seller Interaction. *Marketing Management Journal*, 20 (1), 66–75.

Peterson, R.M. and Lucas, G.H. (2001). Expanding the antecedent component of the traditional business negotiation model: pre-negotiation literature review and planning-preparation propositions. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 9. 37-49.

Roberts, B. W. (2009). Back to the future: Personality and assessment and personality development. *Journal of Research in Personality*, 43,137– 145.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jrp.2008.12.015>

Roccas S, Sagive LSSH, Knafo A. (2002). The big five personality factors and personal values. *Pers. Soc. Psychol. Bull.* 28:789–801.

Rothmann, S., & Coetzer, E. P. (2003). The big five personality dimensions and job performance. *SA Journal of Industrial Psychology*, 29(1).

<https://doi.org/10.4102/sajip.v29i1.88>

Salgado, J.F. (1997). The five-factor model of personality and job performance in the European Community. *Journal of Applied Psychology*, 82, 30-43.

Sass, M., & Liao-Troth, M. (2015). Personality and negotiation performance: The people matter. *Journal of Collective Negotiations*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2549992>.

Sharma, S., Elfenbein, H.A., Foster, J., & Bottom, W.P. (2018). Predicting Negotiation Performance from Personality Traits: A Field Study across Multiple Occupations. *Human Performance*. *In press*.

Siadat Sayyed Ali, Arbabisarjou Azizollah, Azhdari Zaman, Amiri Zahra, & A. M. (2011). Relationship between Personality Traits and Performance among School Principals. *Higher Education Studies*, 1(1), 38–45. doi:10.5539/hes.v1n1p38

Simms, L. J., Zelazny, K., Williams, T. F., & Bernstein, L. (2019). Does the number of response options matter? Psychometric perspectives using personality questionnaire data. *Psychological Assessment*, 31(4), 557–566. <https://doi.org/10.1037/pas0000648>

Sofaer, S. (1999). Qualitative Methods: What Are They and Why Use Them?. *Health Services*

Research 34, 5(1), 1101-1118.

Susskind, L. E., & Corburn, J. (2000). Using simulations to teach negotiation: Pedagogical theory and practice. In M. Wheeler (Ed.), *Teaching negotiation: Ideas and innovations* (pp. 1–30). *Cambridge, MA: PON Books.*

Stiles, P. 2001. The impact of the board on strategy: An empirical examination. *Journal of Management Studies*, 38(5): 627–650. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00252>

Ten Brinke, L., Black, P. J., Porter, S., & Carney, D. R. (2015). Psychopathic personality traits predict competitive wins and cooperative losses in negotiation. *Personality and Individual Differences*, 79, 116–122.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2015.02.001>

Thompson, L. (1990). Negotiation behavior and outcomes: Empirical evidence and theoretical issues. *Psychological Bulletin*, 108(3), 515-532.

Tsuzuki, Y. (2015). Relations between the Big Five Personality Traits and Sales Performance as Moderated by Attributional Style among Japanese Life Insurance Sales Agents, *Social innovation research*, Volume 11, Issue 1, Mars 2015, Pages 141-158.

Urbanaviciene, V., Kaklauskas, A., & Zavadskas, E. K. (2009). The conceptual model of construction and real estate negotiation. *International Journal of Strategic Property Management*, 13 (1), 53-70.

Vinchur, A. J., Schippmann, J. S., Switzer, F. S., III, & Roth, P. L. (1998). A meta-analytic review of predictors of job performance for salespeople. *Journal of Applied Psychology*, 83(4), 586–597. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.4.586>

Watanabe, S., Tareq, M., & Kanazawa, Y. (2011). When openness to experience and conscientiousness affect continuous learning: A mediating role of intrinsic motivation and a moderating role of occupation1: Psychological paths from traits to learning. *Japanese Psychological Research*, 53(1), 1–14. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5884.2010.00447.x>

Watson, D., & Clark, L. A. (1992). On Traits and Temperament: General and Specific Factors of Emotional Experience and Their Relation to the Five-Factor Model. *Journal of Personality*, 60(2), 441–476.

Yakasai, A. M., & Jan, M. T. (2015). The Impact of Big Five Personality Traits on Salespeople's Performance : Exploring the Moderating Role of Culture. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 4(5), 11–26.

<https://doi.org/10.12816/0018960>

Zetik DC, Stuhlmacher A. 2002. Goal setting and negotiation performance: a meta-analysis. *Group Process. Intergroup*. 5. 35–52.

Böcker

Berntson, E., Bernhard-Oettel, C., Hellgren, J., Näswall, K. & Sverke, M. (2016). *Enkätmetodik*. Stockholm: Natur och Kultur.

Bryman, A., & Nilsson, B. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB.

Creswell, J. W. (2003) *Research Design - Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Ejvegård, R. (2009). *Vetenskaplig metod*. 4. Uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Eliasson, A. (2018). *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur AB.

Eriksson, L. T. (2018). *Kritiskt tänkande*. 3. Uppl. Stockholm: Liber AB.

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2016). *Vägen till ja. En nyckel till framgångsrika förhandlingar*. Stockholm: Liber AB.

Hagevi, M., & Viscovi, D. (2016). *Enkäter: att formulera frågor och svar*. Lund: Studentlitteratur AB.

Hames, D. S. (2011). *Negotiation: Closing Deals, Settling Disputes, and Making Team Decisions*: Sage Publications, Inc

Hallin, A., & Helin, J. (2018). *INTERVJUER*. Lund: Studentlitteratur AB.

Hedquist, R. (2002). *Trovärdighet – en förutsättning för förtroende*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.

Hellspong, L. (2008). *Förhandlingen retorik, samtalskonst för arbete, skola och samhälle*. Polen: Studentlitteratur.

Lantz, A. (2013). *INTERVJUMETODIK*. Lund: Studentlitteratur AB.

Lindell, N. (2014). *Förhandling*. Stockholm: Sanoma Utbildning.

Mabon, H. (2004). *Arbetspsykologisk testning: Om urvalsmetoder i arbetslivet*. 2. Uppl. Stockholm: Psykologiförlaget.

Nelson-Bülow, H., & Lennung, S.-Å. (2007). *Från förhandling till avtal: strategi, taktik och juridik*. Lund: Studentlitteratur AB.

Shell, G. R. (2001). *Vinnande förhandling*. Malmö: Richter.

Trost, J., Hultåker, O. (2016). *Enkätboken*. 5 Uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Trost, J. (2007) *Enkätboken*. 3 Uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. 4 Uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Internetbaserade artiklar

Banerjee A, Chaudhury S. (2010) Statistics without tears: Populations and samples. *Ind Psychiatry J* [serial online] 2010. Hämtad 2019-03-31, Från: <http://www.industrialpsychiatry.org/text.asp?2010/19/1/60/77642>

Dimensions. (2019). Analytical Views. Hämtad 2019-05-15 från https://app.dimensions.ai/analytics/publication/viz/overview-publications?search_text=%22Big%20Five%22%20negotiations&search_type=kws&search_field=full_search

Fastighetsmäklarinspektionen. (2019). Registrerade fastighetsmäklare 28 februari 2019. Hämtad 2019-03-21, från <http://www.fmi.se/Sve/Filer/Statistik/Registrerade%20fastighetsmäklare%202019-02-28.pdf>

Bilagor

Bilaga 1 - Enkätfrågor

Ålder

Kön

Hur länge har du arbetat som fastighetsmäklare

Fyll i det nummer du blivit tilldelad

“Jag ser mig själv som någon som...”

1. Oroar sig mycket (N)
2. Lätt blir nervös (N)
3. Förblir lugn i spända situationer (N)
4. Är pratsam (E)
5. Är utåtriktad, sällskaplig (E)
6. Är reserverad (E)
7. Är originell, kommer med nya ideér (O)
8. Värdesätter konstnärliga, estetiska upplevelser (O)
9. Har livlig fantasi (O)
10. Ibland är ohövlig mot andra (A)
11. Har en förlåtande läggning (A)
12. Är omtänksam och vänlig mot nästan alla (A)
13. Gör ett grundligt jobb (C)
14. Tenderar att vara lat (C)
15. Gör saker effektivt (C)

Bilaga 2 - Enkätutformning

Enkätundersökning om personlighet

Vi vill fråga dig om du vill delta i ett examensarbete. Vårt examensarbete går ut på att studera fastighetsmäklares personligheter och olika integraktiva förhandlingar i säljprocessen. Studien består av denna frivilliga enkät som undersöker dina personlighetsdrag samt en intervju som undersöker hur fastighetsmäklare förbereder sig för en förhandling och när dom väljer att avbryta eller lämna en förhandling. Enkäten går ut till aktiva fastighetsmäklare i stockholmsregionen.

Enkätsvaren behandlas så att ingen obehörig får tillgång till enkätsvaren eller resultaten. Endast vi som utför undersökningen kommer kunna spåra svaren till dig som person och resultaten kommer endast presenteras på gruppnivå. Lagringen av enkätsvaren sker i enlighet med GDPR och Högskolan i Gävles bestämmelser för lagring av forskningsdata. Resultaten kommer presenteras i ett examensarbete som publiceras av Högskolan i Gävle.

Ditt deltagande är frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta deltagandet i enkäten. Om du väljer att inte delta eller vill avbryta ditt deltagande behöver du inte uppge varför. Att inte delta eller avbryta deltagandet kommer inte att påverka hur du behandlas eller bemöts av din arbetsgivare eller forskargruppen.

Ansvarig för enkäten är Felicia Sökare och Josefin Ruthman Lloyd som nås på ofk16fse@student.hig.se eller josefin.ruthman.lloyd@hotmail.com.

* Required

Ålder *

Your answer

Kön *

- Kvinna
- Man
- Vill ej definiera

Hur länge har du arbetat som fastighetsmäklare *

- 0 > 6 månader
- > 6 < 12 månader
- > 12 < 24 månader
- > 24 < 36 månader
- > 36 < 60 månader
- > 60 månader (över 5 år)

Fyll i det nummer du blivit tilldelad *

Your answer

Nedan finns en rad olika karaktärsdrag som passar mer eller mindre in på dig. Exempelvis; håller du med om att du är en person som tycker om att spendera tid med andra? Var vänlig och välj en siffra på skalan för att indikera i vilken grad du samtycker eller inte samtycker med det påståendet.

Jag ser mig själv som någon som oroar sig mycket *

	1	2	3	4	5	6	7	
Håller inte med alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som lätt blir nervös *

	1	2	3	4	5	6	7	
Håller inte med alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som förblir lugn i spända situationer *

	1	2	3	4	5	6	7	
Håller inte med alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Håller helt med

Jags ser mig själv som någon som är pratsam *

	1	2	3	4	5	6	7	
Håller inte med alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som är utåtriktad, sällskaplig *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som är reserverad *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som är originell, kommer med nya ideér *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som värdesätter konstnärliga, estetiska upplevelser *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som har livlig fantasi *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som ibland är ohövlig mot andra *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som har en förlåtande läggning *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som är omtänksam och vänlig mot nästan alla *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som gör ett grundligt jobb *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som tenderar att vara lat *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

Jag ser mig själv som någon som gör saker effektivt *

1 2 3 4 5 6 7

Håller inte med alls

Håller helt med

BACK

SUBMIT

Never submit passwords through Google Forms.

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSebJCsMfO7FUIBmubgqi qIBY-qv Xebi3o9Zc8W2XD1f43Xmg/viewform?vc=0&c=0&w=1>

Bilaga 3 – Intervjuguide

Ämnesrubrik / Tema	Inspiration
<p>Fastighetsmäklaryrket: Hur är det att arbeta som fastighetsmäklare? Vilka egenskaper bör en fastighetsmäklare ha? Vilka egenskaper bör inte en fastighetsmäklare ha? Anser du att ovanstående egenskaper stämmer in på hur du är i yrkesrollen som fastighetsmäklare?</p>	(McCrae & Costa, 1987, s. 82) samt praktik.
<p>Förberedelser inför förhandling: Hur förbereder du dig för ett intag? Har du någon ritual eller tradition som du alltid gör för att förbereda dig? Har ni ett BATNA/BATEF när ni kommer till ett intag? Om svaret är ja på ovanstående fråga, hur kan det se ut? Utifrån dagens marknad, måste du bete dig annorlunda än för några år sedan?</p>	Fells (2009, s. 52), Peterson och Lucas (2001, s. 39), Peterson och Shepherd (2010, s. 66), Fisher et al. (2016, s. 106), Susskind och Corburn (2000, s. 7-8), Hames (2011, s. 25).
<p>Att inte ingå förhandling: Har du någon gång avbrutit eller valt att inte ingå i en förhandling? Har du hört om någon fastighetsmäklare som valt att avbryta eller inte ingå förhandling? Om svaret är ja på ovanstående fråga, av vilken anledning? Vad skulle krävas för att du skulle avbryta eller avstå från att ingå i förhandling?</p>	Miles (2010, s. 404) och Ma (2005, s. 6-8).

Bilaga 4 - Transkribering

<https://docs.google.com/document/d/1LSfSL4Z9GTMXvMRfnME-95uniOW8s0KLBX5BMwHdSBw/edit>

Bilaga 5 – The Big Five resultat

O	C	E	A	N	Respondent
3.67	5.00	5.00	5.00	2.00	2
5.00	5.00	3.00	4.67	3.00	3
5.00	6.00	4.67	5.67	1.67	1
5.00	6.33	3.67	6.00	3.67	4
4.00	7.00	6.67	5.33	1.33	15
6.33	6.00	6.33	6.33	3.33	14
2.67	6.33	7.00	6.67	3.00	5
1.67	4.67	6.00	6.00	2.00	7
3.67	6.33	6.00	7.00	1.00	6
5.33	6.00	5.67	6.33	4.67	10
4.00	5.00	5.00	6.67	3.67	9
3.00	4.33	5.00	4.33	4.33	8
5.33	3.75	4.33	5.33	3.00	11
5.33	4.00	4.67	6.33	3.00	13
4.33	5.67	5.67	6.33	1.67	12