

ĐỀ CƯƠNG ĐÁP ÁN MÔN GIAO DỊCH ĐÀM PHÁN



<i>Câu 1. Phân tích sự cần thiết của giao dịch kinh doanh? Luận chứng vì sao các quan hệ giao dịch lại ngày càng trở nên phức tạp hơn?</i>	3
<i>Câu 2: Trình bày khái niệm và bản chất của GDKD?</i>	4
<i>Câu 3: Nhà KD cần có những phẩm chất cơ bản gì và phương pháp để rèn luyện những phẩm chất ấy?</i> ...	5
<i>Câu 4. Mỗi cuộc ĐP cần xác lập những mục tiêu nào? Thế nào gọi là một hệ thống mục tiêu đúng đắn? Có nên sắp xếp thứ?</i>	6
<i>Câu 5. Trình bày các hình thức GDKD? Công nghệ hiện đại có ảnh hưởng như thế nào tới GDKD?</i>	8
<i>Câu 6. Những yếu lĩnh của thuật khẩn cầu? Sự quan sát cho những tác dụng gì trong khẩn cầu?</i>	9
<i>Câu 7. Nhập gia tùy tục, đáo giang tùy khúc cho ta những gợi ý gì trong giao tiếp? Khi giao tiếp với người nước ngoài thì có những khó khăn gì và biện pháp khắc phục?</i>	10
<i>Câu 8. “Nói dối” trong giao tiếp được hiểu như thế nào? Những thủ pháp của thuật “nói dối không ác ý”?</i>	11
<i>Câu 10. Phân tích câu “Muốn làm cho người ta nghe theo anh, làm theo anh thì phải làm cho người ta thích anh đã”. Phương pháp gây thiện cảm và sự tin cậy trong giao dịch?</i>	12
<i>Câu 11. Giao dịch với người nước ngoài có những khó khăn nào? Phương pháp khắc phục những khó khăn đó? Những khác biệt trong văn hoá phương Đông và phương Tây cần chú ý khi giao dịch?</i>	14
<i>Câu 12. Văn hoá ảnh hưởng thế nào tới hành vi giao dịch của con người? Thế nào là ứng xử có văn hoá trong xã hội?</i>	17
<i>Câu 13. Vì sao chúng ta có thể khẳng định rằng thế giới hiện thực là một bàn ĐP khổng lồ? Phân biệt GD và ĐP?</i>	19
<i>Câu 14. Phân tích những đặc trưng của ĐPKD.</i>	20
<i>Câu 15. Bối cảnh đàm phán là gì? Thực hiện nguyên tắc “che dấu bối cảnh, tìm hiểu bối cảnh của đối tác” như thế nào</i>	21
<i>Câu 16. Tại sao khẳng định ĐP là một quá trình? Những điểm chết trong ĐP và nguyên tắc, phương pháp khắc phục?</i>	22
<i>Câu 17. Những loại quyền lực được sử dụng trong đàm phán?</i>	23
<i>Câu 18. Trình bày nội dung phong cách cạnh tranh trong đàm phán? Vận dụng phong cách này trong tình huống nào?</i>	23
<i>Câu 19. Trình bày nội dung phong cách hợp tác trong đàm phán? Vận dụng phong cách này trong tình huống nào?</i>	24
<i>Câu 20. Trình bày phong cách lẩn tránh trong đàm phán? Tình huống vận dụng?</i>	25
<i>Câu 21. Trình bày nội dung phong cách thỏa hiệp, nhượng bộ trong đàm phán? Tình huống vận dụng?</i>	25
<i>Câu 22. Phong cách chấp nhận? Tình huống vận dụng?</i>	26
<i>Câu 23. Những nghệ thuật đảm bảo thành công trong đàm phán?</i>	26
<i>Câu 24. Bạn suy nghĩ thế nào nếu cho rằng một cuộc đàm phán tốt nhất là kết quả các bên đều thắng? Vì sao lợi ích kinh tế là mục đích cơ bản của cuộc đàm phán kinh doanh?</i>	29
<i>Câu 25. Những phạm trù sau có ý nghĩa gì trong đàm phán: tên gọi, nhãn hiệu, thương hiệu và quy cách chứng loại hàng hoá? Đàm phán về vấn đề này cần chú ý những gì?</i>	30
<i>Câu 26. Những vấn đề cơ bản khi đàm về số lượng và chất lượng hàng hoá?</i>	31
<i>Câu 27. Tại sao giá cả lại là trọng tâm của đàm phán? Những nội dung đàm phán về giá cả hàng hoá?</i> ..	32
<i>Câu 28. Bạn cho ý kiến của mình về vấn đề tốt gỗ hơn tốt nước sơn? Những vấn đề cần thiết khi đàm phán về bao bì hàng hoá?</i>	32
<i>Câu 29. Những nội dung đàm phán về thời hạn, địa điểm và thanh toán?</i>	33

<i>Câu 30. Các phương thức đàm phán? Ưu, nhược điểm của từng phương thức?</i>	34
<i>Câu 31. Hãy vận dụng phương châm “biết địch biết ta trăm trận trăm thắng” trong đàm phán? Những điểm cần biết về ta và đối tác đàm phán là gì?</i>	35
<i>Câu 32. Yêu cầu và nội dung của công tác chuẩn bị cho ĐP?</i>	36
<i>Câu 33. Tầm quan trọng của thông tin và phương pháp thu thập thông tin trong quá trình bị đàm phán?</i> 39	
<i>Câu 34. Những nguyên tắc cơ bản của đàm phán kinh doanh?</i>	40
<i>Câu 35. Mục đích và phương pháp mở đầu ĐPKD?</i>	41
<i>Câu 36. Những thủ thuật và quy tắc mở đầu đàm phán?</i>	41
<i>Câu 37. Vì sao người ta lại nói rằng: “Vạn sự khởi đầu nan” cái gì bắt đầu bao giờ cũng khó? Hãy trình bày những khó khăn khi mở đầu đàm phán? Và cách thức khắc phục?</i>	42
<i>Câu 38. Mục đích và cơ sở của truyền đạt thông tin? Vấn đề nhiều và gặt nhiều khi truyền đạt thông tin?</i> 42	
<i>Câu 39. Những kỹ thuật truyền(trao đổi) đạt thông tin? Ý nghĩa của mã hoá và giải mã các thông tin trong đàm phán?</i>	44
<i>Câu 40. Khi đàm phán vì sao phải quan tâm tới lợi ích của các bên? Những sai lầm trong quan niệm lợi ích khi đàm phán?</i>	45
<i>Câu 41. Lập luận là gì và những phương pháp chủ yếu của lập luận trong đàm phán?</i>	45
<i>Câu 42: Nội dung của chiến thuật tranh luận? Những điểm cần chú ý trong tranh luận?</i>	46
<i>Câu 43: Những nhiệm vụ và yêu cầu của giai đoạn ra quyết định và kết thúc đàm phán?</i>	46
<i>Câu 44: Thời điểm nào là tốt nhất cho việc quyết định và kết thúc đàm phán? Kỹ thuật thúc đẩy việc ra quyết định?</i>	47
<i>Câu 45: Vì sao GD đàm phán phải dựa trên cơ sở pháp lý? Vai trò của am hiểu luật và lệ trong đàm phán?</i>	48

MÔN: GIAO DỊCH ĐÀM PHÁN

Câu 1. Phân tích sự cần thiết của giao dịch kinh doanh? Luận chứng vì sao các quan hệ giao dịch lại ngày càng trở nên phức tạp hơn?

**Sự cần thiết của GDKD:*

Con người phải sống trong xã hội loài người, sống đơn lẻ xã cách xã hội con người không phát triển, không tồn tại đúng nghĩa con người. Hơn nữa con người là tổng hoà các mối quan hệ xã hội, giao tiếp với nhau chính là phương cách sống, là nhu cầu không thể thiếu được trong cuộc sống. Xã hội càng văn minh hiện đại thì yêu cầu của giao dịch ngày càng phát triển và các phương tiện hỗ trợ cho giao dịch rất phong phú và đa dạng

Xã hội hiện đại vận động và phát triển không ngừng. Khoảng cách giữa các cá tính ngày càng xa, ranh giới giữa cái đúng, cái sai, cái thiện, cái ác, cái tốt, cái xấu rất mong manh. Do vậy mỗi con người cần có năng lực nhận thức đề cao để nhìn nhận đúng bản chất các mối quan hệ. Xã hội hiện đại mang đậm dấu ấn khoa học, kỹ thuật, tri thức và nghệ thuật giải quyết các tình huống đa dạng, phức tạp.

· Trong xã hội hiện đại nguyên tắc chung cần được xác lập trong giao dịch đó là:

- *Thứ nhất*, tính hiệu quả.
- *Thứ hai*, lợi ích các bên tham gia phải được bảo đảm.
- *Thứ ba*, coi trọng cá tính và tôn trọng lẫn nhau.
- *Thứ tư*, liên kết và hợp tác để qui tụ sức mạnh.

· Hoạt động trên thương trường các nhà KD, các DN tất yếu nảy sinh các giao dịch với nhau xuất phát từ hai lý do cơ bản sau

Phân công lao động tất yếu dẫn đến chuyên môn hoá sản xuất và hình thành các vùng, các ngành chỉ chuyên sâu và sản xuất KD một loại hàng hoá nhất định.

Trong khi đó các DN này trong quá trình tổ chức hoạt động SXKD lại cần dùng rất nhiều thứ loại khác nhau. Đó là sản phẩm của các DN khác.

· Trong nền kinh tế thị trường mỗi một đơn vị kinh tế là một chủ thể kinh tế độc lập, họ phải tự mình quyết định 3 vấn đề kinh tế cơ bản: SX cái gì? Bao nhiêu? Cho ai? Chính vì vậy họ sẽ tự mình quyết định phân phối cũng như tiêu thụ SP.

**Các quan hệ GD ngày càng trở nên phức tạp hơn vì:*

Xu hướng các GDKD trong nền kinh tế ngày càng trở nên phức tạp hơn vì 5 lý do sau:

- Sự phát triển của phân công lao động xã hội không chỉ diễn ra trong một phạm vi quốc gia mà nó đã trở thành sự phân công lao động mang tính quốc tế.
- Sự phát triển về qui mô và tốc độ của sản xuất ngày càng cao
- Sự phát triển mạnh mẽ của các ngành nghề, sự phát triển của tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ.
- Sự gia tăng của các trung gian bán buôn hàng hoá, dịch vụ, văn phòng giao dịch làm tăng đầu mối, tăng quan hệ.
- Danh mục và khối lượng SP đi vào lưu thông ngày càng nhiều bởi 2 nguyên nhân sau:
 - Nhu cầu của con người được giải phóng không bị trói buộc bởi cơ chế.
 - Tốc độ đổi mới nhu cầu ngày càng nhanh.

Câu 2: Trình bày khái niệm và bản chất của GDKD?

**Khái niệm:*

- GD là sự tiếp xúc quan hệ giữa các cá nhân để trao đổi thông tin hay thoả mãn một nhu cầu nào đó.
- GDKD là sự tiếp xúc quan hệ giữa các chủ thể KD nhằm trao đổi với nhau các thông tin về thị trường hàng hoá, giá cả, kinh nghiệm, dịch vụ,...
- GDKD trước hết là để xác lập quan hệ. Nó không phải là một thời điểm mà là một quá trình có khởi điểm và kết điểm. Kết điểm hay còn gọi là “điểm chết” của các cuộc GD. Có thể kết luận rằng:
 - Quan hệ GDKD là quan hệ kinh tế.
 - Quan hệ GDKD là quan hệ mang tính tổ chức, lợi ích và mang tính pháp lý.
 - Quan hệ GDKD là quan hệ tự do, bình đẳng hai chiều.

**Bản chất:*

Thứ nhất, chủ thể là các nhà KD. Họ là những người đang tiến hành KD. Trong quá trình giao dịch nhà KD chịu ảnh hưởng của các yếu tố thuộc về yếu tố cá nhân như tâm lý, nhu cầu, văn hoá. Mặt khác, nhà KD lại có những phẩm chất đặc biệt, trong GD họ mạnh mẽ hơn, quyết đoán hơn. Đồng thời phong cách của họ cũng đa dạng, linh hoạt và có chủ đích rõ ràng hơn với xã giao.

Thứ hai, GD là một quá trình trao đổi thông tin, ý tưởng và cảm xúc. Quá trình này bao gồm nhiều yếu tố khác nhau như: nguồn thông tin (người gửi), bản thông điệp, kênh (người nhận), phản hồi, các cản trở (nhiều).

Thứ ba, thông tin, thông điệp các nhà KD gửi đến nhau chủ yếu thuộc lĩnh vực kinh doanh, kinh tế, đầu tư, vốn, giá cả, lợi nhuận, tỷ lệ hoa hồng, thu nhập. Những thông tin đó có thể đưa đến các nhà KD những ý tưởng, dự kiến, kế hoạch hoặc những quyết định đầu tư KD. Chính vì thế mà các nhà KD rất chú ý đến nguồn thông tin trong giao tiếp, những thông tin này có được thậm chí không thể có trong các tư liệu, tài liệu chính thống.

Câu 3: Nhà KD cần có những phẩm chất cơ bản gì và phương pháp để rèn luyện những phẩm chất ấy?

Những phẩm chất cần có của nhà KD thành công và cách rèn luyện:

Thứ nhất, có cao vọng: Người có cao vọng là những người không bao giờ bằng lòng với hiện tại, luôn có mong muốn, ước muốn vươn lên, chinh phục đỉnh cao nhưng luôn có lòng bao dung độ lượng và đảm bảo đạo lý.

Thứ hai, dám chấp nhận rủi ro. Đây là đức tính không thể thiếu được đối với một doanh nhân. Trong thương trường điều rủi ro là không thể tránh khỏi. Người có đầu óc mạo hiểm dám chấp nhận rủi ro không có nghĩa là liều, không biết tính toán, cân nhắc. Trái lại, sau khi đã cân nhắc họ sẵn sàng chấp nhận rủi ro. Họ hiểu rằng: “rủi ro, nguy hiểm càng lớn bao nhiêu thì lợi nhuận càng cao bấy nhiêu”.

Thứ ba, đầu óc nhạy bén. Nhà KD có đầu óc nhạy bén, sắc sảo với thị trường, tổ chức, công việc, nhất là nhạy bén với cơ hội đang ở trước mặt mình. Cách rèn luyện:

- ü Chăm lo để có một sức khỏe tốt cả về thể lực và tinh thần.
- ü Tham gia các trò chơi đòi hỏi phản xạ nhanh.
- ü Cần phải nhạy bén để chớp lấy cơ hội và tận dụng cơ hội.

Thứ tư, có lòng tự tin: Biết tin vào bản thân mình. Tạo dựng niềm tin vào người khác. Biết đặt niềm tin vào đồng nghiệp và cộng sự.

+ Rèn luyện:

- Phát triển những đức tính giúp ta thành công vì càng thành công bao nhiêu thì có lòng tự tin bấy nhiêu.
- Bắt đầu làm công việc thành công rồi tiến công những công việc khó khăn hơn.
- Nên tạo lập mối quan hệ với những người có lòng tự tin, những người thành công họ sẽ giúp ta tăng lòng tự tin.
- Cách ăn mặc, tiếng nói, cử chỉ,... về bề ngoài đáng hoàng, lịch sự cũng làm cho ta thêm tự tin mà người khác cũng tin ở mình. Rèn cho có một sức khỏe tốt cũng là một cách rèn có lòng tự tin.

Thứ năm, người KD thành công là người kinh doanh giỏi đặc biệt là kỹ năng QTKD.

- Nhà KD phải là người biết QTKD. Nhà quản trị chủ trì, lãnh đạo chứ không rục tiếp hành động.
- Người lãnh đạo là người biết điều khiển, phối hợp các công việc của mọi người trong tổ chức một cách có hiệu quả.
- Ngành quản trị vừa là một khoa học, vừa là một nghệ thuật – Nghệ thuật lãnh đạo.
- Chức năng của các nhà quản trị:
 - ü Hoạch định chính sách.
 - ü Tổ chức.
 - ü Tuyển chọn nhân viên.
 - ü Điều khiển hay điều hành.
 - ü Kiểm soát.

Để trở thành nhà KD giỏi ngoài những yếu tố bẩm sinh phải được đào tạo cơ bản và tu dưỡng, rèn luyện, kiên trì, bền bỉ suốt cuộc đời.

Câu 4. Mỗi cuộc ĐP cần xác lập những mục tiêu nào? Thế nào gọi là một hệ thống mục tiêu đúng đắn? Có nên sắp xếp thứ

1. Cần xác lập những mục tiêu:

Mỗi cuộc GDKD tùy thuộc đối tượng và nội dung ta có thể xác định được các mục tiêu khác nhau. Mục tiêu là cái đích hay kết quả cụ thể mà cuộc GD phấn đấu làm được. Muốn xác định được mục tiêu đúng đắn phải dựa trên các kết quả phân tích các thông tin cả phía ta và phía đối tác GD. Một cuộc đàm phán KD có nhiều cách xác định mục tiêu:

Ø Theo thời hạn: Mục tiêu ngắn hạn, Mục tiêu trung hạn, Mục tiêu dài hạn (mục tiêu chiến lược)

Ø Theo mức độ đạt được:

- Mục tiêu cao (là mục tiêu tối ưu nhất, thoả mãn mọi yêu cầu của lần GD).
- Mục tiêu thấp (là kết quả không đáng kể, chỉ đáp ứng phần nhỏ của bên GD).

Ø Theo cấp độ:

- Cấp độ 1: Quan hệ xã giao bình thường.
- Cấp độ 2: Hợp tác KD có mức độ, từng vụ việc.

- Cấp độ 3: Quan hệ đối tác phát triển theo thời gian.
- Cấp độ 4: Liên minh chiến lược, đầu tư lẫn nhau, bạn hàng lâu dài và thống nhất lợi ích.

Tóm lại: Tóm lại có 2 mục tiêu chung nhất mà các cuộc đàm phán cần đạt được là: Đạt được thỏa thuận, duy trì và phát triển mối quan hệ. Tùy thuộc vào từng cuộc đàm phán cụ thể mà ta xác định mục tiêu nào cho phù hợp.

2. Một hệ thống mục tiêu đúng đắn cần xác định 6 tiêu thức:

- Tính cụ thể: nêu rõ mục tiêu liên quan đến vấn đề gì? Giới hạn thời gian thực hiện và kết quả cụ thể cuối cùng cần đạt được. Mục tiêu càng cụ thể thì khâu chuẩn bị và tổ chức thực hiện càng dễ dàng. Thực tế những mục tiêu GD không rõ ràng thường kém tác dụng.
- Tính linh hoạt: các mục tiêu GD đề ra phải đủ tính linh hoạt để điều chỉnh phù hợp với môi trường, điều kiện và chủ thể GD cũng như thực tế phát sinh khác dự đoán.
- Tính định lượng: trong tính cụ thể đã bao hàm một phần khả năng đo được mục tiêu (định lượng mục tiêu). Các chỉ tiêu là cơ sở để đánh giá mức độ đạt được các mục tiêu khi kết thúc GD.
- Tính khả thi: Nội dung mục tiêu đặt ra là để phấn đấu đạt tới nhưng phải sát thực tế và có thể thực hiện được. Mục tiêu phù hợp với thực tiễn GD sẽ đem lại lợi ích và sự động viên lớn.
- Tính nhất quán (tính thống nhất): các mục tiêu đề ra phải thống nhất và phù hợp với nhau, việc hoàn thành mục tiêu này không cản trở việc thực hiện các mục tiêu khác.
- Tính hợp lý (tính chấp nhận được): một mục tiêu GD đúng là mục tiêu được những người chịu trách nhiệm thực hiện và các đối tượng chủ chốt chấp nhận. Tính hợp lý còn đặt trong quan hệ với đối tác GD, đó không phải là mục tiêu quá đáng đối với họ. Tính chấp nhận được của mục tiêu sẽ tạo môi trường thuận lợi và kết thúc thắng lợi cho cuộc GD.

3. Nên sắp xếp các thứ tự ưu tiên giữa các mục tiêu do:

- Về mặt nguyên tắc, thì chúng ta nên sắp xếp thứ tự ưu tiên của các mục tiêu vì:
 - + Nguồn lực của chúng ta là giới hạn, tình hình có thể thay đổi, chúng ta phải sắp xếp thứ tự ưu tiên các mục tiêu để giải quyết tốt. Tuy nhiên thứ tự các mục tiêu phải linh hoạt, tình hình thay đổi thì các mục tiêu sẽ phải thay đổi, không nên cứng nhắc.
 - + Các mục tiêu có tính nhất quán với nhau có nghĩa là các mục tiêu phải phù hợp với nhau, nhất là việc hoàn thành mục tiêu này không cản trở việc thực hiện các

mục tiêu khác. Do đó đòi hỏi phải phân theo thứ tự ưu tiên, đưa ra sự lựa chọn giữa các giải pháp trái ngược nhau và tìm cách dung hoà giữa các mục tiêu.

Câu 5. Trình bày các hình thức GDKD? Công nghệ hiện đại có ảnh hưởng như thế nào tới GDKD?

***Các hình thức GDKD**

Theo tính chất

1. GD trực tiếp.

Khái niệm: Là sự giao dịch giữa hai hay nhiều bên để cùng nhau bàn bạc, thoả thuận, trao đổi về danh mục hàng hoá, về khối lượng hàng hoá, về thanh toán và các dịch vụ kèm theo

Ưu:

- GDKD trực tiếp giúp cho các nhà KD hiểu rõ yêu cầu của nhau và quá trình GD sẽ diễn ra nhanh chóng và kịp thời điều chỉnh khi có sự thay đổi.
- Có thể hợp tác với nhau trong đầu tư, SX KD và ở các khâu khác.

Nhược: Tăng đầu mỗi GD, Tốn kém về chi phí, Dễ bộc lộ nhược điểm, hạn chế.

2. GD gián tiếp

Khái niệm: Là hình thức GD mà các nhà KD thoả thuận các điều kiện mua bán với nhau phải thông qua các trung gian: Điện thoại, điện tín, Internet, Môi giới, đại lý...

Ưu: Tiết kiệm chi phí. Nhanh chóng, kịp thời.

Nhược: Không hiểu hết được vấn đề, dễ hiểu sai. Rất dễ bị từ chối.

Theo địa điểm:

· Giao dịch ở văn phòng:

- Có thể nhận thấy cơ sở vật chất kĩ thuật của công ty, xem xét được quy trình công nghệ sản xuất.
- Được tiếp xúc với những người có trách nhiệm một cách nhanh chóng.
- Có thể gây được ấn tượng tốt đẹp, tạo dựng niềm tin của khách hàng.
- có thể tranh thủ giới thiệu với khách hàng về hãng của mình

2. Giao dịch ở cửa hàng.

- Hệ thống cửa hàng vừa là nơi bán lẻ, buôn và có khi là văn phòng đại diện của công ty, đặc biệt là các cửa hàng và trung tâm lớn. Do đó ở đó cũng thường diễn ra giao dịch.

- Các cửa hàng thông qua trưng bày, giới thiệu hàng hóa, tuyên truyền, quảng cáo để khuếch trương thanh thế của doanh nghiệp.

3. Giao dịch tại hội chợ, triển lãm.

4. Giao dịch tại sở giao dịch

*** Công nghệ hiện đại ảnh hưởng tới GD**

- công nghệ ảnh hưởng tới tất cả các mặt của đời sống xã hội.

- trong giao dịch công nghệ cũng có ảnh hưởng:

+ Tích cực:

ü Hình thức giao dịch đa dạng và phức tạp hơn. Không nhất thiết phải gặp nhau trực tiếp

ü Làm cho vật mang tin, cách trao đổi thông tin thuận tiện hơn: giúp cho công việc đàm phán nhanh hơn, tiết kiệm chi phí hơn, chính xác hơn.

ü Tìm hiểu thông tin về đối tác dễ dàng hơn. Trước kia phải thăm dò tận nơi, bây giờ chỉ cần tìm hiểu trên mạng hoặc qua các phương tiện thông tin đại chúng khác.

ü Phương tiện đi lại, công cụ mô tả thông tin tiện hơn. Chẳng hạn khi mô tả sản phẩm thì không cần phải làm mô hình nữa mà có thể gửi ảnh, quay phim rồi gửi cho đối tác

. Khoa học công nghệ còn làm thay đổi nhu cầu cả về lượng và chất; quan niệm và nguyên tắc; tốc độ và cách thức tiêu dùng.

ü Sự tiến bộ của khoa học và công nghệ đã thay đổi về chất các giao dịch thương mại. Nó cho phép thực hiện các giao dịch nhanh chóng.

ü Khi có hệ thống viễn thông nó đã mở rộng đối tượng và phạm vi giao dịch mà với phương tiện cũ không thể thực hiện được. Trong lĩnh vực giao dịch nói chung và giao dịch thương mại nói riêng đã hình thành cả công nghệ giao dịch hiện đại có sự hỗ trợ đắc lực của hệ thống vi tính.

+ Bất lợi:

ü Nó làm cho có nhiều thông tin nhiễu hơn. Nhà đàm phán cần phải biết làm thế nào để chọn lọc thông tin chính xác từ những thông tin nhiễu đó.

ü Vấn đề bảo mật thông tin cũng khó hơn rất nhiều.

Câu 6. Những yếu lĩnh của thuật khẩn cầu? Sự quan sát cho những tác dụng gì trong khẩn cầu?

*** Những yếu lĩnh của thuật khẩn cầu:**

- Chọn đúng thời cơ: Tâm trạng thoải mái thì dễ dàng đáp ứng khẩn cầu của ta.

- Giữ đúng lễ nghi từ đi đúng tới phong cách nói năng, điệu bộ để gây thiện cảm với người được khẩn cầu.

- Trung thực, thẳng thắn, rõ ràng mà không dài dòng, khẩn cầu mà không quy lụy. Nếu hạ thấp mình quá gây tổn hại đến phẩm giá, bị coi thường.
- Kiên trì, nhẫn nại. Nếu khẩn cầu một lần không được mà bỏ cuộc thì dễ thất bại. Nên nhớ Lưu Bị thân chinh mời Gia Cát Lượng 3 lần mới thành công.

****Sự quan sát cho tác dụng trong khẩn cầu:***

Quan sát để xem xét tâm trạng, thái độ của người được khẩn cầu, từ đó chọn đúng thời cơ và thời điểm để khẩn cầu.

Câu 7. Nhập gia tùy tục, đáo giang tùy khúc cho ta những gợi ý gì trong giao tiếp? Khi giao tiếp với người nước ngoài thì có những khó khăn gì và biện pháp khắc phục?

Khi giao tiếp với người nước ngoài thì có những khó khăn gì và biện pháp khắc phục

- Khi giao tiếp với người nước ngoài thì có những khó khăn là:
 - + Sự khác biệt về ngôn ngữ, cử chỉ, hành vi không lời.
 - + Sự khác biệt về quan niệm giá trị: sự khách quan, sự cạnh tranh, sự công bằng, quan niệm về thời gian...
 - + Sự khác biệt về tư duy và quá trình ra quyết định.
- Biện pháp khắc phục: chúng ta phải nghiên cứu, tìm hiểu về những sự khác biệt đó, để có thể hiểu được

Nhập gia tùy tục, đáo giang tùy khúc cho ta những gợi ý gì trong văn hóa.

Thị trường toàn cầu hóa về sự đa dạng văn hoá. Nhưng cũng chính sự đa dạng này đã khiến không ít công ty lâm vào tình trạng dở khóc dở cười chỉ vì không có sự tìm hiểu, chuẩn bị kỹ lưỡng về thông tin thị trường cũng như về những đặc điểm văn hóa. Dường như có những quy tắc bất thành văn mà bạn cần nắm vững trong mỗi chiến lược xúc tiến kinh doanh và thâm nhập thị trường mới, đó là “Nhập gia tùy tục, đáo giang tùy khúc”.

Mỗi quốc gia, mỗi dân tộc đều có một bản sắc cũng như những quy định riêng mà bạn, những người nước ngoài, phải hiểu biết khi muốn hợp tác hay xâm nhập vào thị trường của họ. Đây là yêu cầu quan trọng quyết định phần lớn sự thành công của bạn và là một phần trong chiến lược xúc tiến kinh doanh mở rộng thị trường ra nước ngoài. Mặc dù hoạt động này không tạo ra sản phẩm hay dịch vụ cụ thể, nhưng sự cần thiết của nó thể hiện ở việc cung cấp những tin tức để giúp bạn đề ra được những chiến lược kinh doanh đúng đắn.

có thể dẫn ra một vài ví dụ ngắn gọn)

Câu 8. “Nói dối” trong giao tiếp được hiểu như thế nào? Những thủ pháp của thuật “nói dối không ác ý” ?

Trong giao tiếp hàng ngày chúng ta thường phải tiếp xúc với mọi người, có người tiếp xúc với rất nhiều người có người tiếp với ít người nhưng dù ít hay nhiều người ta đều phải nói dối. Nói dối trong giao tiếp có nghĩa là không nói thật về một điều gì đó, mà nguyên nhân nói dối thì do chính người giao tiếp mới biết được. Sự thật thì không ai thích người khác nói dối mình. Nói dối là không hề tốt. Thế nhưng đôi khi những câu nói dối không ác ý lại mang những tác dụng rất tốt cho giao tiếp.

Muốn phát huy tác dụng của câu nói dối không có ác ý, cần chú ý mấy điểm sau:

- Nịnh nhưng không khoa trương.
- Không được thổi phồng câu nói dối, nói dối cũng như nói chuyện không nghiêm chỉnh khác, các ít lời càng tốt.
- Không nên nói dối nhiều quá. Nếu nói dối liên tục thì sự thật cũng trở thành điều dối trá, không ai tin.
- Hợp hoàn cảnh, hợp môi trường.
- Luôn luôn nhớ lời nói dối.
- Nói dối qua điện thoại, thư tín, trung gian là tốt nhất.
- Cần chuẩn bị một câu nói dối khác đề phòng câu trước bị lật tẩy.

Những người nói dối có những biểu hiện sau:

- Dùng tay che miệng.
- Động tác gãi mũi.
- Vừa nói vừa đưa tay dụi mắt.
- Trông người bứt rứt, khó chịu.
- Trạng thái đỏ mặt.
- Thái độ lảng tránh, vò tai, bứt tóc và biểu hiện bất thường khác.

Câu 9. Sở thích của con người có thể biểu hiện dưới dạng nào? Trình bày cách thức của thuật chiêm theo sở thích?

Trả lời:

Sở thích của con người có thể biểu hiện dưới dạng nào?

- Trên thế giới này mỗi con người tồn tại đều mang trong mình những sở thích nhất định. Đối với người này sở thích rất đa dạng và phong phú còn đối với người khác sở thích lại rất ít và đơn giản. Sở thích cũng không giống nhau, có người thích thể thao, có người thích đọc truyện, có người mê ca nhạc... Sự bộc lộ

sở thích không phải lúc nào cũng rõ ràng ở những người khác nhau và ngay trong một con người ở những thời điểm và hoàn cảnh khác nhau. Sở thích ở người này, khi này có thể bộc lộ rõ ràng nhưng ở khi khác, người khác lại rất kín đáo.

- Nói chung sở thích biểu hiện dưới 2 dạng biểu hiện cơ bản:

Vật chất: tiền, vàng, tài sản...

+ Phi vật chất: ví dụ bài hát hay, cái đẹp..

- Cách thức của thuật chiêu theo sở thích:

- Tạo môi trường và điều kiện để thoả mãn sở thích của đối tác.

- Phát hiện điểm sáng của đối tác: Biết cách khen ngợi người khác, biểu dương người khác với sự thông cảm và chân thành. Do đó chúng ta cần học cách quan sát để phát hiện điểm sáng của đối tác.

- Kích thích điểm hưng phấn của đối tác: Khi nói chuyện cần phải biết kích thích đối phương và đúng điểm hưng phấn, làm đối phương thích nói về chuyện họ thích thì cuộc nói chuyện sẽ phát triển tốt hơn.

- Tìm điểm hứng thú của đối tác: Thu thập thông tin về đối tác, xem đối tác thích gì, vấn đề gì,... Khi nắm được vấn đề đó thì chúng ta sẽ biết cách nói chuyện để mối quan hệ phát triển tốt.

- Chú ý đến sở thích vật chất của đối tác giao dịch: vật chất là cái mà con người không mấy ai cưỡng lại được nó, đó là mục tiêu mà con người theo đuổi, biết cách dùng vật chất để lấy mối quan hệ là rất cần thiết.

- Cần tôn trọng tính chân thành: tuy là chúng ta có thể dùng những cách trên nhưng nếu không có sự chân thành thì quan hệ của bạn với đối tác khó mà thành công được.

- Nên sử dụng phương pháp phê bình tế nhị.

Câu 10. Phân tích câu “Muốn làm cho người ta nghe theo anh, làm theo anh thì phải làm cho người ta thích anh đã”. Phương pháp gây thiện cảm và sự tin cậy trong giao dịch?

***Phân tích câu nói: “muốn làm cho người ta nghe theo anh, làm theo anh thì phải làm cho người ta thích anh đã”.**

- Khi trong môi quan hệ rất đòi thường thôi, vì sao có những người có những người bạn tốt bên cạnh, có người lại không. Tuy biết rằng con người là không ai hoàn hảo nhưng trong những mối quan hệ việc bạn làm cho người ta yêu mến mình thì việc họ đứng về phía ta là điều rất dễ có được. Điều đó có thể thấy được ngay trong cuộc sống hàng ngày giữa bạn bè, người thân gia đình,... Trong gia đình khi chị em hoà thuận, em rất yêu quý anh chị, rất thích cách sống của anh chị thì

thường nghe theo những gì anh chị chỉ bảo. Nhưng cũng có những gia đình anh chị em không thích kiểu sống của nhau, không làm cho nhau yêu mến hơn thì chẳng ai nghe ai, có khi còn đánh nhau, tranh cãi nhau,... từ đó với các mối quan hệ rộng hơn trong xã hội cũng thế, việc làm cho người khác yêu thích mình thì thường xuyên được mọi người ủng hộ, có khi họ yêu mến chúng ta quá cũng có thể dẫn đến những gì chúng ta mong muốn họ nghe theo mà họ không thích họ cũng làm. Đó là tất yếu của cuộc sống, đó là do tâm lý tình cảm của con người.

- Tức là việc gây thiện cảm phải đặt lên hàng đầu, trước khi thuyết phục đối tác nghe theo mình. Nói lên tầm quan trọng của việc gây thiện cảm trong quá trình giao dịch. Tạo được thiện cảm sẽ rất là có lợi.

****Phương pháp gây thiện cảm và sự tin cậy trong giao dịch:***

- Tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp:
- Trang phục lịch sự.
- Lời chào, lời giới thiệu, cái bắt tay, sự nâng ly trong buổi đầu giao tiếp phải bày tỏ sự trân trọng với người đối thoại.

Khung cảnh giao tiếp phải sạch sẽ, trang nhã tạo cảm giác thoáng mát về mùa hè, ấm cúng về mùa đông.

- Nụ cười phải luôn trên môi.
- Cần phải ghi nhớ họ tên những người mà bạn tiếp xúc đặc biệt là trong buổi đầu.
- Phương pháp trò chuyện trong giao dịch:
- Khi nói chuyện cần tự nhiên, lời nói hoà nhã, thân mật, chính xác.
- Tham gia nói chuyện với người khác cần phải chào hỏi trước.
- Có nhiều người nói chuyện thì nên tìm cách nói với mỗi người một câu.
- Trong khi giao tiếp ta phát biểu cũng phải để cho người khác phát biểu, người khác nói ta nên biểu thị ý kiến của mình lúc thích hợp.
- Khi trao đổi nên nhìn đối tác để biểu thị sự chú ý lắng nghe.
- Nội dung trao đổi nên có sự kiêng kỵ, như không đề cập tới chuyện chết chóc, bệnh tật, ly kỳ, giạt gân.
- Đàn ông không nên tham gia nói chuyện của phụ nữ, không nói chuyện quá lâu với phụ nữ để người xung quanh có ác cảm.
- Khi trao đổi nên sử dụng chữ lễ phép như xin mời, cảm ơn, xin lỗi làm phiền ông quá v.v...

- Trong khi giao tiếp không bịn rịn quá lâu, không lớn tiếng tranh luận, không nói lời xúc xược với đối tác.
- Thể hiện sự chân thành, quan tâm đến con người của đối tác. Hiểu đối tác về các mặt sức khỏe, xã hội, gia cảnh, tâm lý...
- Khả năng quyên rũ: Gây ấn tượng và hấp dẫn người khác trong quá trình giao dịch. Có thể gây ấn tượng bằng: đức hạnh, phẩm chất, học thức, hình thức, tính cách...
- Sự thông ngữ: Tạo được tình cảm tốt, tạo được tri kỉ với đối tác.

Câu 11. Giao dịch với người nước ngoài có những khó khăn nào? Phương pháp khắc phục những khó khăn đó? Những khác biệt trong văn hoá phương Đông và phương Tây cần chú ý khi giao dịch?

***Những khó khăn và cách khắc phục:**

· *Khó khăn về ngôn ngữ:* ngôn ngữ có thể nói là cản trở rất lớn trong giao dịch, đàm phán. Bởi vì nếu chúng ta không biết những ngôn ngữ của nước ngoài thì rất khó để giao dịch, đàm phán được. Dù chúng ta có thể thuê phiên dịch thì rất tốn kém và rất khó để biểu hiện sự chân thành,.. trong giao dịch đàm phán.

=> Khắc phục: học ngoại ngữ thật tốt để có thể giao dịch và đàm phán tốt hơn.

· *Khó khăn về văn hoá:* Văn hoá mỗi nước khác nhau, có những đặc trưng riêng. Việc các bên không am hiểu văn hoá lẫn nhau là khó có thể giao dịch đàm phán thuận lợi. Việc văn hoá khác nhau đã làm cho họ khó có điểm chung. Ví dụ là một cử chỉ ở một nước được cho là tốt nhưng cũng cử chỉ đó ở một nước khác lại gây phản cảm.

Khung cảnh giao tiếp phải sạch sẽ, trang nhã tạo cảm giác thoáng mát về mùa hè, ấm cúng về mùa đông.

- Nụ cười phải luôn trên môi.
- Cần phải ghi nhớ họ tên những người mà bạn tiếp xúc đặc biệt là trong buổi đầu.
- Phương pháp trò chuyện trong giao dịch:
- Khi nói chuyện cần tự nhiên, lời nói hoà nhã, thân mật, chính xác.
- Tham gia nói chuyện với người khác cần phải chào hỏi trước.
- Có nhiều người nói chuyện thì nên tìm cách nói với mỗi người một câu.
- Trong khi giao tiếp ta phát biểu cũng phải để cho người khác phát biểu, người khác nói ta nên biểu thị ý kiến của mình lúc thích hợp.
- Khi trao đổi nên nhìn đối tác để biểu thị sự chú ý lắng nghe.

- Nội dung trao đổi nên có sự kiêng kỵ, như không đề cập tới chuyện chết choc, bệnh tật, ly kỳ, giật gân.
- Đàn ông không nên tham gia nói chuyện của phụ nữ, không nói chuyện quá lâu với phụ nữ để người xung quanh có ác cảm.
- Khi trao đổi nên sử dụng chữ lễ phép như xin mời, cảm ơn, xin lỗi làm phiền ông quá v.v...
- Trong khi giao tiếp không bịn rịn quá lâu, không lớn tiếng tranh luận, không nói lời xúc xược với đối tác.
- Thể hiện sự chân thành, quan tâm đến con người của đối tác. Hiểu đối tác về các mặt sức khỏe, xã hội, gia cảnh, tâm lý...
- Khả năng quyến rũ: Gây ấn tượng và hấp dẫn người khác trong quá trình giao dịch. Có thể gây ấn tượng bằng: đức hạnh, phẩm chất, học thức, hình thức, tính cách...
- Sự thông ngự: Tạo được tình cảm tốt, tạo được tri kỉ với đối tác.

Tìm hiểu kỹ về nền văn hoá quốc gia của đối tác mà chúng ta định làm việc với đối tác. Mở các cuộc giao lưu văn hoá.

· *Quan niệm về giá trị khác nhau:* Như về tính khách quan, cạnh tranh, công bằng, quan niệm về thời gian,... ở một số nước phương Tây và Mỹ họ quan niệm trong làm ăn kinh tế là không dựa vào yếu tố tình cảm, có nghĩa là không để tình cảm chi phối. Nhưng ở một số nước phương Đông lại khác trong làm ăn kinh tế họ chịu ảnh hưởng nhiều bởi yếu tố tâm lý.

· Khắc phục: Phải linh hoạt trong đàm phán.

***Sự khác biệt văn hoá p.Đông và p.Tây chú ý trong giao dịch:**

Vấn đề

Phương Tây

Phương Đông

Phong tục tập quán

Chú trọng tới các quyền, mục đích, ý muốn riêng của từng người

Chú trọng tới tính cộng đồng, cái riêng được coi là một phần của cái chung

Đổi mới

Coi trọng ý nghĩ mới, cách thực hiện tốt nhất công việc đang làm

Coi trọng phong tục, tính kế thừa và sự duy trì cấu trúc xã hội.

Năng động

Có tính năng động cao. Không cần thiết phải có mối quan hệ cá nhân đậm đà và vững chắc mới coi là tiền đề cho GD

Ít năng động hơn. Những người đồng sự KD có khuynh hướng buôn bán với nhau lâu dài và thường khoan dung cho nhau những khuyết điểm của người kia (ở một mức độ nhất định)..

Diễn cảm

Mạnh dạn biểu hiện cảm xúc một cách tự nhiên

Thường hay bộc lộ cảm xúc mạnh ở nơi công cộng

Đối chất

Việc thách thức, đối chất và ngạo mạn là vấn đề thuộc bản chất chung của nhiều mối quan hệ

Hợp tác đạt mục tiêu chung và tránh mọi hành vi làm mất mặt

Mất uy tín

Sau khi thua trận (mất uy tín) vẫn có thể hành động bình thường

“Mất mặt” là một việc rất xấu hổ và tổn hại tới công việc sau này

Quan điểm đối với số liệu

Việc quyết định có khuynh hướng dựa vào tính hợp lý và dựa trên cơ sở các số liệu tổng quát

Việc quyết định có xu hướng dựa vào trực giác

Cách suy nghĩ

Bắt đầu từ sự quan sát sự vật xung quanh và thận trọng rút ra một nguyên lý hành động cho một tình huống cụ thể. Đó là kiểu suy nghĩ “từ dưới lên trên”.

Bắt đầu từ những nguyên lý chung của hành động và được gắn vào các tình huống. Đó là kiểu suy nghĩ “từ trên xuống”.

Người đàm phán

Thường là một uỷ viên điều hành của công ty

Thường là người chủ công ty

Tập trung

Một nhà KD thường có những việc khác nhau trong đầu kết hợp với đàm phán hiện tại

Hướng suy nghĩ vào một mục tiêu duy nhất. họ chỉ nghĩ về giao dịch hiện tại.

Thời gian

Thời gian là mối bận tâm chủ yếu

Công việc đạt được kết quả mỹ mãn có giá trị hơn công việc đúng tiến độ.

Luật pháp và đạo đức

Tôn trọng pháp luật. Hợp đồng là cơ bản

Sống theo đạo đức. Cảm giác tín nhiệm là cơ bản

Câu 12. Văn hoá ảnh hưởng thế nào tới hành vi giao dịch của con người? Thế nào là ứng xử có văn hoá trong xã hội?

***Văn hoá ảnh hưởng tới hành vi giao dịch của con người:**

1. Sự khác biệt về ngôn ngữ và những cử chỉ hành vi không lời

- Trong tất cả các ngôn ngữ được sử dụng chủ yếu trong ĐPKD các câu hỏi và các câu trả lời là những hành vi ngôn ngữ xuất hiện nhiều nhất.
- Bên cạnh các câu hỏi và câu trả lời trong ĐPKD những câu mệnh lệnh, cam kết, hứa hẹn cũng thường xuyên được sử dụng trong các ngôn ngữ ĐP thông thường.
- Nhận xét về yếu tố ngôn ngữ và những hành vi không lời đặc trưng trong ĐPKD ở một số quốc gia như sau:
 - Nhật Bản: có thể coi là QG có phong cách nhẹ nhàng và lịch sự nhất. Những câu đe dọa, mệnh lệnh, cảnh báo hoặc là từ “không” rất ít khi được sử dụng và thay thế vào đó là những khoảnh khắc im lặng, hứa hẹn, khuyến nghị và cam kết.
 - Hàn Quốc: có phong cách ĐP giống như người NB xong trên thực tế lại rất khác xa so với người Nhật. Các nhà KD HQ thường sử dụng các câu mệnh lệnh, đe dọa và nói từ “không” nhiều hơn người Nhật, họ cũng thường xuyên ngắt lời đối tác.
 - Trung Quốc: họ có phong cách ĐP khá giống người NB nhưng thường thiên về các phát ngôn mang tính chất trao đổi thông tin.
 - Pháp: có thể coi Pháp là nước có phong cách ĐP nóng nảy nhất. Người Pháp rất thích sử dụng các câu mệnh lệnh, đe dọa đối tác. Họ thường xuyên ngắt lời đối tác và nói từ “không”.
 - Mỹ, Đức: họ có cách sử dụng ngôn ngữ và hành vi không lời tương tự nhau. Cách sử dụng ngôn ngữ và các cử chỉ điệu bộ của họ không quá nhẹ nhàng và cũng không quá nóng nảy.

2. Sự khác biệt về quan niệm giá trị

Quan niệm về khách quan:

- Người Mỹ luôn đưa ra quyết định dựa trên các thực tế đã rõ ràng mà không quan tâm tới nhân tố, tình cảm cũng như quan hệ. Người Mỹ thường tìm cách tách các yếu tố con người ra khỏi nội dung ĐP.
- Tuy nhiên đối với nhiều QG nhất là ở các nước Châu Á và Mỹ Latinh thì quan niệm đó không thể áp dụng được. Các nhà ĐP châu Á thường có các quyết định không khách quan. Họ chịu ảnh hưởng nhiều của yếu tố tâm lý, tình cảm và quan hệ trong quá trình ĐP.

Quan niệm về cạnh tranh:

- Trong những cuộc ĐP của các nhà ĐPNB người mua thường là những người có lợi ích nhiều nhất, vì trong văn hoá các DN Nhật người mua thực sự là thượng đế và trong thực tế họ có hướng dành cho người mua nhiều những điều kiện ưu đãi.
- Kết quả những cuộc ĐP với đối tác Mỹ thường dẫn đến một kết quả có lợi tương đối đồng đều cho cả hai bên mua và bên.

Quan niệm về thời gian:

- Mỹ và Đức là điển hình của quan niệm thời gian đơn: giờ nào việc ấy, thời gian được coi là một thứ hàng hoá hữu hình, thời gian được chia nhỏ gắn với những phần công việc cụ thể.
- Châu Á và Mỹ Latinh là những nơi thường hiểu thời gian theo quan niệm thời gian phức.

3. Sự khác biệt về tư duy và quá trình ra quyết định.

- Phương Tây có thói quen chia nội dung ĐP thành một loạt những công việc nhỏ. Kết quả cuối cùng là tổng hợp kết quả tất cả các nội dung nhỏ.
- Các nhà ĐP châu Á có thói quen cùng một lúc ĐP tất cả các nội dung không theo một trình tự rõ ràng và những nhượng bộ chỉ có thể đạt được khi cuộc ĐP sắp kết thúc.
- Có sự khác biệt đó là do:
 - ü Mỹ và phương Tây cho rằng ĐP là quá trình đưa ra các quyết định để giải quyết vấn đề và một thoả thuận tốt nhất cho cả hai phía thì sẽ là giải pháp tốt nhất cho vấn đề ĐP.
 - ü Nhật Bản hay Châu Á lại cho rằng ĐP là quá trình phát triển các mối quan hệ KD vì mục tiêu lợi ích dài lâu.

Thế nào là ứng xử có văn hóa: là phải ứng xử phù hợp với quan niệm về văn hóa ở nơi diễn ra hoạt động giao dịch đó, không phạm những nôï dụng, quan niệm có tính chất cấm kỵ. tùy nơi diễn ra giao dịch, ta phải thích nghi và hòa đồng văn hóa.

Câu 13. Vì sao chúng ta có thể khẳng định rằng thế giới hiện thực là một bàn ĐP khổng lồ? Phân biệt GD và ĐP?

**Thế giới là một bàn đàm phán khổng lồ:*

- Đàm phán là: Đàm phán là quá trình hai hoặc nhiều bên có những lợi ích chung và lợi ích xung đột cùng nhau bàn bạc thỏa thuận những vấn đề liên quan đến lợi ích của các bên

- Trong cuộc sống của chúng ta giải quyết các công việc thường liên quan đến nhiều người. Con người sinh ra đến trưởng thành rồi già lão, giai đoạn nào cũng phải thực hiện các thương lượng, bàn bạc để định vị cuộc sống, thăng tiến công danh. Khi sinh ra cất tiếng khóc chào đời đến khi về cõi vĩnh hằng con người đều phải đem sức lực, trí tuệ vào các cuộc ĐP. Ở văn phòng làm việc ta phải trở hết tài để cấp trên tin dùng, đồng nghiệp chấp nhận, cấp dưới tôn trọng. Trên đường phố trong quán nước, vào siêu thị, đi ô tô... đều có thể xảy ra các cuộc ĐP để giải quyết các xung đột lợi ích. Từ việc đầu tư KD, quản lý nhân sự, tổ chức ma chay cưới xin đến những việc trong gia đình đều phải tiến hành ĐP. Bất cứ công việc gì liên quan đến người thứ hai đều phải tiến hành ĐP. Có thể khẳng định rằng thế giới hiện thực là một bàn đàm phán khổng lồ. Ở đó mỗi con người chúng ta là thành viên của bàn ĐP khổng lồ ấy.

**So sánh đàm phán và giao dịch:*

· *Giống nhau:* Là sự tiếp xúc con người với con người, Là một quá trình có khởi điểm và kết điểm.

· *Khác nhau:*

Giao dịch

Đàm phán

Khái niệm

Giao dịch là sự tiếp xúc, quan hệ giữa các cá nhân để trao đổi thông tin nhằm thỏa mãn một nhu cầu nào đó

Đàm phán là quá trình hai hoặc nhiều bên có những lợi ích chung và lợi ích xung đột cùng nhau bàn bạc thỏa thuận những vấn đề liên quan đến lợi ích của các bên

Mục tiêu

Tạo dựng mối quan hệ

Giải quyết mối quan hệ giữa các bên từ các mối quan hệ, trong nhiều trường hợp là từ xung đột và mâu thuẫn

Sự phức tạp

Đơn giản hơn

Phức tạp hơn, khó khăn hơn

Phạm vi

Thường diễn ra ở phạm vi nhỏ

Thường diễn ra ở phạm vi lớn hơn

Kết quả

Kết quả là một mối quan hệ được thành lập

Kết quả là hợp đồng và lợi ích các bên được giải quyết

Câu 14. Phân tích những đặc trưng của ĐPKD.

1. Đàm phán KD lấy lợi ích kinh tế đạt được là lợi ích cơ bản:

Người đàm phán khác nhau, mục đích tham gia đàm phán cũng khác nhau, đàm phán ngoại giao liên quan đến lợi ích quốc gia, đàm phán chính trị quan tâm đến lợi ích căn bản của chính đảng, đoàn thể, đàm phán quân sự chủ yếu là quan hệ đến lợi ích an toàn của đôi bên đối địch. Tuy những loại đàm phán này không thể tránh khỏi liên quan đến lợi ích kinh tế, nhưng thường thường tiến hành xoay quanh một thứ lợi ích căn bản nào đó, mà trọng điểm không nhất định là lợi ích kinh tế. Nhưng đàm phán KD thì hết sức rõ ràng, người ĐP lấy việc đạt được lợi ích kinh tế, mới đề cập tới những lợi ích phi kinh tế khác. Tuy trong quá trình đàm phán KD người ĐP có thể điều động và vận dụng các nhân tố, mà các nhân tố lợi ích phi kinh tế cũng sẽ ảnh hưởng đến kết quả ĐP, nhưng mục tiêu cuối cùng vẫn là lợi ích kinh tế. So sánh với các loại đàm phán khác, ĐPKD càng coi trọng hơn hiệu quả kinh tế của ĐP. Trong ĐPKD người ĐP chú ý hơn đến giá thành của ĐP, hiệu suất và hiệu quả. Cho nên người ta thường lấy sự tốt, xấu của hiệu quả kinh tế mà đánh giá đàm phán KD. Không nhằm tới hiệu quả kinh tế cũng mất đi giá trị và ý nghĩa.

2. Giá cả là hạt nhân của ĐP.

- Trong ĐPKD biểu hiện của giá trị là giá cả phản ánh trực tiếp nhất lợi ích của đôi bên tham gia ĐP, trong rất nhiều tình huống hoặc nhiều hoặc ít đều tính toán qua giá cả.

- Trong ĐPKD chúng ta một mặt phải lấy gia cả làm trung tâm, kiên trì lợi ích của mình, mặt khác lại không thể chỉ hạn chế ở giá cả mà kết hợp với các nhân tố khác.

3. Đàm phán kinh doanh chứa đựng những xung đột của lợi ích.

ĐPKD không đơn thuần là quá trình theo đuổi nhu cầu lợi ích bản thân mà là quá trình đôi bên cùng điều chỉnh nhu cầu của mỗi bên để từ đó tiếp cận với nhau cuối cùng đạt ý kiến thống nhất.

4. Đàm phán không phải là sự lựa chọn đơn nhất “hợp tác” và “xung đột”, mà là mâu thuẫn thống nhất giữa “hợp tác” và “xung đột”.

- Hợp đồng đạt được thông qua ĐP nên có lợi cho cả đôi bên. Lợi ích cơ bản của đôi bên từ trong đó được đảm bảo, đó là một mặt mang tính hợp tác của ĐP.

- Đôi bên tích cực săn sóc đến lợi ích của mình, hy vọng trong ĐP đạt được lợi ích càng nhiều hơn, đó là mặt mang tính xung đột của ĐP.

- Người ĐP chú ý tránh hai khuynh hướng: chỉ chú ý đến hợp tác hay chỉ chú ý đến xung đột.

5. Đàm phán không phải là thỏa mãn lợi ích của mình một cách không hạn chế, mà là có giới hạn lợi ích nhất định.

Người ĐP cần bảo vệ lợi ích của mình, cần trong phạm vi có thể tìm kiếm được càng nhiều lợi ích. Nhưng bất kỳ trong cuộc đàm phán nào cũng phải thỏa mãn nhu cầu thấp nhất của đối phương, nếu không nhìn nhận nhu cầu thấp nhất của đối thủ, bức bách đối phương một cách không hạn chế, cuối cùng sẽ làm đối phương rút lui mà mất hết lợi ích đã đến tay mình

Câu 15. Bối cảnh đàm phán là gì? Thực hiện nguyên tắc “che dấu bối cảnh, tìm hiểu bối cảnh của đối tác” như thế nào

**Bối cảnh ĐP:* Là toàn bộ hoàn cảnh và môi trường mà ở đó các các chủ thể đàm phán tiến hành đàm phán nó bao gồm các yếu tố: Quan hệ, địa điểm, tiềm lực, sức ép tác động tới cuộc đàm phán. Là 1 nhân tố hạt nhân của cuộc đp, ảnh hưởng đến sự đánh giá hình thức cũng như quyết định của mình sau này

**Che dấu bối cảnh của mình và tìm hiểu bối cảnh của đối tác:*

· Tìm cách che dấu bối cảnh của mình. Không để lộ thông tin, chú ý hành vi che dấu điểm chết trong quá trình đàm phán

· Biện pháp thăm dò bối cảnh của đối tác:

+ Triển khai điều tra sớm, biết sớm để chủ động các vấn đề đàm phán.

+ Bí mật điều tra.

+ Tìm đúng đối tượng để điều tra:

- Tham mưu thân cận của đối tác.
- Người thân trong gia đình.
- Trung gian đã từng hợp tác với đối tác.

+ Quan sát hành động nhượng bộ của đối tác.

=> biết càng nhiều về lợi ích, sự hạn chế và điểm chết của đối tác nhiều bao nhiêu thì càng có lợi bấy nhiêu trong đàm phán

Câu 16. Tại sao khẳng định ĐP là một quá trình? Những điểm chết trong ĐP và nguyên tắc, phương pháp khắc phục?

Đàm phán không phải là một thời điểm mà là một quá trình có khởi điểm và kết điểm. Đàm phán là toàn bộ quá trình từ khi nảy sinh ý định đến khi kết thúc đàm phán là một thời gian dài.

Những loại điểm chết: Điểm chết không phải là điểm mà tại đó các bên kết thúc mà là điểm bước ngoặt dẫn đến kết thúc đàm phán

- Chung loại hàng hoá.
- Số lượng hàng hoá.
- Chất lượng hàng hoá.
- Phương thức thanh toán.
- Giá cả (Đây là điểm chết khó khăn nhất trong việc tìm tiếng nói chung).
- Điều kiện giao hàng.
- Thời gian thực hiện.

Sách lược chung của các nhà ĐP trong quá trình ĐP đó là che dấu điểm chết của mình và tìm hiểu kỹ điểm chết của đối tác.

Các biện pháp che dấu điểm chết của mình và tìm hiểu điểm chết của đối tác:

- Cần phải kiên nhẫn: Vì sự thoả thuận hay nhượng bộ thường xuất hiện vào lúc gần hoặc sau điểm chết, vì vậy người đàm phán cần kiên nhẫn chịu sức ép đối tác. Cần học cách kiềm chế khả năng tự vệ, bình tĩnh và nhanh trí chớp lấy thời cơ
- Quyết không cho đối phương biết điểm chết của mình. Nếu để đối tác biết được điểm chết của mình, đối tác sẽ nấn ná đến gần điểm chết mới tung con át chủ bài để buộc ta nhượng bộ. Cần phải biết nhớ rằng điểm chết có thể giãn dãn có khi giữ điểm chết một cách mù quáng mà phải cân nhắc lợi ích thiệt hại khi ta tiếp cận hoặc vượt quá điểm chết
- Quan sát thái độ của đối tác để tìm ra điểm chết của đối tác: Đối tác sẽ cố gắng bình tĩnh và tinh táo, điều đó cho thấy họ có điểm chết. Nói chung bề ngoài thì bình tĩnh nhưng nội tâm thì rất căng thẳng và chịu sức ép

Biết chắc là có lợi cho mình mới có hành động bước ngoặt. Sức ép thường xuất hiện khi gần tới điểm chết vì vậy không thể đạt kết quả tốt đẹp nhanh chóng nếu thiếu kiên quyết và kiên trì.

Câu 17. Những loại quyền lực được sử dụng trong đàm phán?

Quyền lực trong đàm phán là quyền uy và sức mạnh mà ở đó các chủ thể đàm phán huy động và sử dụng trong quá trình đàm phán.

Có 5 loại quyền lực trong đàm phán:

- Quyền lực chuyên môn: Là sự am hiểu về lĩnh vực chuyên môn của các thành viên tham gia đàm phán và sự vận dụng chuyên môn trong quá trình đàm phán. Nếu biết ta có chuyên môn, kỹ thuật đặc biệt và kinh nghiệm hơn họ, họ sẽ đối xử với ta với thái độ vừa kính trọng vừa nể nang. Khi cần thiết có thể mời 1 số chuyên gia tham gia vào đội ngũ đp của mình
- Quyền lực hợp pháp: Là sự am hiểu luật pháp và sự vận dụng sự am hiểu đó trong quá trình đàm phán. Thường biểu hiện bằng giá và công văn. Chỉ khi nào nhận biết được và tuân thủ thì quyền lực mới có hiệu lực, có thể nghi ngờ và thách thức quyền lực hợp pháp.
- Quyền lực tiềm tàng: Là toàn bộ sức mạnh mà bản thân các chủ thể đàm phán và các thành viên tham gia đàm phán có thể huy động. Là những thứ mà theo tạp quán và trong nhận thức ta cho rằng ko thể thách thức và vượt qua được
- Quyền lực mạo hiểm: Mạo hiểm là sự kết hợp lòng dũng cảm và hiểu biết. khi đàm phán ta có thể mạo hiểm nhưng phải ôn hoà và từ từ, nếu xuất hiện kết quả ngược lại thì ta sẽ không bị nguy khốn. Nếu ta không chịu mạo hiểm vừa phải thì sẽ bị đối phương không ché.
- Quyền lực hứa hẹn: Bất cứ kế hoạch gì cũng cần có sự hứa hẹn của người khác để phối hợp hành động.

Câu 18. Trình bày nội dung phong cách cạnh tranh trong đàm phán? Vận dụng phong cách này trong tình huống nào?

**Nội dung:* Là phong cách tạo ra một thái độ dứt khoát không khoan nhượng và thực hiện cho bằng được mục tiêu của đàm phán. Đây là phong cách mà các bên tham gia hay mỗi bên đều hướng tới quyền lực của mình và đeo đuổi những mục đích mà mình đã xđ bằng cái giá phải trả của bên kia 1 cách dứt khoát và ko hợp tác

Ưu: lợi ích đạt được ở phía có quyền lực

Nhược: dễ gây xung đột và ko duy trì được mqh lâu dài

**Trường hợp vận dụng:*

- Khi vấn đề được giải quyết nhanh chóng, ngay từ đầu xác định mục tiêu, ko thay đổi mục tiêu
- Biết chắc mình đúng và kiên trì với ý nghĩ đó
- Khi cần bảo vệ lợi ích chính đáng.
- Đây là một lợi ích căn bản quyết định lớn tới vấn đề kinh doanh và được mọi người thừa nhận là hợp lý.
- Khi quan hệ là nhất thời và phạm vi ảnh hưởng không lớn.
- Gặp vấn đề đột xuất không lâu dài trong đàm phán.

=> Phong cách này nếu biết sử dụng đúng lúc thì có thể tạo ra lợi thế trong đàm phán của các nhà kinh doanh. Tuy nhiên, sử dụng phong cách cạnh tranh rất dễ làm cho các nhà đàm phán căng thẳng và đi vào bế tắc.

Câu 19. Trình bày nội dung phong cách hợp tác trong đàm phán? Vận dụng phong cách này trong tình huống nào?

**Nội dung:* Là thể hiện thái độ tin tưởng, dứt khoát của cả hai bên hoặc các bên tham gia đàm phán, họ cùng nhau bàn bạc, thảo luận để đi đến giải quyết vấn đề một cách hợp tình, hợp lý.

Ưu: giữ được mqh làm ăn lâu dài giữa các bên tham gia, tạo ra sự tâm huyết, hợp lực khi gặp những yếu tố phức tạp trong quá trình đp, vấn đề sẽ được giải quyết 1 cách kỹ lưỡng có hiệu quả hơn

Nhược: đôi lúc nào đó một bên sẽ phải chịu thiệt hơn một chút với cả hai bên hoặc nhiều bên

**Vận dụng:*

- Các bên đều có thiện ý và mong muốn tìm giải pháp phù hợp với cả hai hay nhiều bên.
- Khi cần học hỏi, thử nghiệm.
- Duy trì quan hệ lâu dài, quan hệ chiến lược.
- Lợi ích của các bên có ảnh hưởng rất lớn tới tiến trình đàm phán.
- Khi các vấn đề đàm phán là rõ ràng.
- Khi muốn tạo ảnh hưởng, gây áp lực tới người khác.
- Đàm phán gặp vấn đề phức tạp, chuyên môn sâu cần quy tụ sự hiểu biết của mọi người.

Hợp tác là thái độ tích cực là phong cách rất hay. Đàm phán sử dụng phong cách này rất hữu ích. Do đó nguyên tắc chung của đàm phán là hãy bắt đầu đàm phán bằng phong cách hợp tác.

Câu 20. Trình bày phong cách lẩn tránh trong đàm phán? Tình huống vận dụng?

**Nội dung:* Là phong cách không dứt khoát, không hợp tác và trốn tránh các vấn đề của cuộc đàm phán, ko bày tỏ mong muốn và trì hoãn việc giải quyết vấn đề. Bên tham gia né tránh vấn đề, ko bộc lộ mục tiêu ý định, kp lộ rõ thái độ

**Tình huống vận dụng:*

- Khi vấn đề đàm phán không quan trọng, không liên quan đến mình.
- Bên tham gia muốn né tránh vấn đề, Nếu giải quyết vấn đề thì gây hậu quả tiêu cực còn lớn hơn lợi ích của nó.
- Làm cho đối tác bình tĩnh rồi mới quay lại vấn đề để có thể xoay chuyển tình hình đàm phán
- Vấn đề đó người khác giải quyết tốt hơn là mình
- Khi thiếu thông tin về vấn đề đàm phán, cần kéo dài thời gian để có thể thu thập thêm các thông tin về quá trình đp

* tác dụng của phong cách lẩn tránh: đem lại hiệu quả trong đp trong 1 TH nào đó và thể hiện trách nhiệm của mình trong đp

Câu 21. Trình bày nội dung phong cách thoả hiệp, nhượng bộ trong đàm phán? Tình huống vận dụng?

**Nội dung:* Là phong cách hợp tác trên cơ sở những nguyên tắc nhất định.

Là có tính hợp tác nhưng lại ko dứt khoát, bỏ qua 1 số quyền lợi của phía mình để thỏa mãn phía bên kia.

Đây là một phong cách rất cần có trong đp

**Tình huống vận dụng:*

· Vấn đề đàm phán tương đối quan trọng nhưng hậu quả không thoả thuận được còn nguy hiểm hơn.

Nếu cả hai bên đều khăng khăng với mục tiêu của mình, không nhượng bộ thì cuộc đàm phán sẽ đi vào bế tắc và cuộc đp sẽ thất bại. Đó chính là nguy hại.

· Phải nhượng bộ từ từ.

· Khi cần giải pháp tạm thời thì cần phải nhượng bộ thoả hiệp. Bảo đảm lợi ích trước mắt cho tuấn anh thời gian chuẩn bị tốt hơn trong việc giải quyết vấn đề

· Nếu không còn con đường nào tốt hơn, là giải pháp cuối cùng

· Có thời gian để thực hiện quá trình hỏi bản thân vấn đề thoả thuận, thỏa thuận nhượng bộ, tập trung sức lực để tranh thủ thời gian giải quyết vấn đề, tạo nên thế và lực mới

Câu 22. Phong cách chấp nhận? Tình huống vận dụng?

**Nội dung:* Là sự thoả mãn các yêu cầu của đối tác.

Trong cuộc sống cũng như trên bàn đp, nhiều tình huống xảy ra buộc ta phải chấp nhận ý kiến của đối tác và thoả mãn các yêu cầu của đối tác

**Tình huống vận dụng:*

- Khi các vấn đề đàm phán là nhỏ, lợi nhuận không lớn, không căn bản.
- Nếu không chấp nhận thì sự thiệt hại còn lớn hơn.
- Sử dụng chấp nhận khi ta cảm thấy mình chưa chắc đúng. Nếu ta khẳng định vấn đề có thể bộc lộ điểm yếu và bị đối phương gây thiệt hại.
- Khi vấn đề là quan trọng với người khác hơn là với mình.
- Nếu ta chấp nhận vấn đề này đối tác sẽ chấp nhận vấn đề khác mà xét toàn cục thì có lợi cho ta hoặc không gây thiệt hại cho ta.
- Khi mục đích thiết lập các mối quan hệ lâu dài là quan trọng.
- Vấn đề nêu ra nếu tiếp tục tranh luận sẽ gây khó khăn cho ta.

đ Trong đp chúng ta phải biết sd nhuần nhuyễn các phong cách, tùy từng THm đk mà chúng ta phải sd các phong cách cho phù hợp. Các nguyên tắc khi sd các phong cách:

- ko cùng một lúc sd các phong cách hay sd 1 phong cách trong tất cả các phong cách
- bắt đầu đp bằng phong cách hợp tác/linh hoạt khi sd các phong cách

Câu 23. Những nghệ thuật đảm bảo thành công trong đàm phán?

1. Nghệ thuật “trả lời” trong đàm phán.

- Kéo dài thời gian để tìm câu trả lời thích hợp.
- Trả lời 1 cách gây ấn tượng bằng cách dùng các ngôn ngữ và hình ảnh tạo yếu tố bất ngờ.
- Trả lời bằng cách viện dẫn ý kiến của những người có uy tín.
- Đánh trống lảng sang vấn đề khác.
- Hỏi lại nhằm thăm dò phản ứng của đối tác.
- Trả lời một cách mập mờ.
- Trả lời một số vấn đề trong rất nhiều vấn đề đối tác đưa ra.
- Hỏi một đấng trả lời một nẻo.
- Trả lời bằng cách nhún vai.

2. Nghệ thuật “nghe” trong đàm phán.

*Chức năng:

- Thoả mãn nhu cầu của đối tác.
- Biết được bối cảnh, thời gian, quyền lợi và nhu cầu của đối tác để thừa cơ giành thắng lợi.
- Có thể biết được đối tác đã thực sự hiểu lời nói của mình hay chưa.
- Có thể làm cho quan hệ con người gắn bó hơn, đàm phán thuận lợi hơn.

*Cách nghe:

- Loại bỏ tất cả những gì làm cho ta phân tán tư tưởng. Ngồi thoải mái, tập trung tư tưởng, mắt nhìn thẳng đối tác.
- Cần phải tỏ ra chăm chú lắng nghe ngay khi bạn đã hiểu vấn đề.
- Khi đến lượt mình phát biểu, đừng nghĩ rằng mình có thể nói một lèo, nên nhường cơ hội phát biểu cho người khác.
- Không bao giờ được ngắt lời đối tác.
- Giúp đối tác nói tiếp bằng cách dùng câu bình luận hay câu hỏi ngắn để khuyến khích.
- Cần học nghe ý tứ ngoài lời.

3. Nghệ thuật “hỏi” trong đàm phán.

Thường sử dụng các loại câu hỏi:

- Dạng câu hỏi đóng: Là những câu hỏi chờ đợi một trong hai câu trả lời: có hay không? Đồng ý hay không đồng ý?
- Câu hỏi đóng rất dễ dẫn cuộc ĐP đi đến căng thẳng vì nó thu hẹp đột ngột các lập luận của đối tác.
- Chỉ nên sử dụng khi cần có sự nhất trí của đối phương hoặc đi đến giải quyết các vấn đề 1 cách nhanh chóng.
- Câu hỏi mở:
 - Thường có dạng: Cái gì? Như thế nào? Tại sao?
 - Đây là loại câu hỏi giúp cuộc ĐP chuyển độc thoại sang đối thoại.
 - Thường sử dụng khi mở đầu ĐP hoặc ở giai đoạn lập luận.
 - Đặc điểm:
 - ü Đối tác phải cân nhắc lời lẽ và câu trả lời.

ü Đối tác có điều kiện tự lựa chọn thông tin hoặc cứ thể trình bày mà không cần có sự chuẩn bị.

ü Đối tác trở thành nguồn ý kiến và đề xuất về vấn đề phát triển mối quan hệ hợp tác sau này.

· Hạn chế: Việc sử dụng câu hỏi mở rất có thể làm cho chúng ta mất khả năng mất kiểm soát cuộc ĐP.

- Câu hỏi xác nhận: Là loại câu hỏi được sử dụng để giúp bạn hiểu chính xác ý của đối tác.

- Câu hỏi hùng biện:

ü Phục vụ cho việc khảo sát vấn đề một cách sâu sắc hơn hoặc cũng có thể sử dụng nhằm pha loãng vấn đề trong một số trường hợp.

ü Mục đích: Gợi lên những vấn đề mới, chỉ ra các vấn đề chưa được giải quyết hay là duy trì sự ủng hộ của các thành viên tham gia đàm phán.

- Câu hỏi chuyển hướng đột ngột:

ü Là loại câu hỏi nhằm duy trì duy trì cuộc đàm phán theo hướng đã định hoặc đưa ra một vấn đề mới.

Sử dụng trong các tình huống:

ü Cần giành lại thế chủ động trên bàn đàm phán.

ü Khi không muốn đối tác đi sâu vào những vấn đề chúng ta cần giữ bí mật.

- Câu hỏi để suy nghĩ:

ü Là loại câu hỏi buộc đối tác phải cân nhắc một cách cẩn thận trước khi nêu ý kiến.

ü Mục đích: Xây dựng bầu không khí thân thiện, hiểu biết lẫn nhau. Chúng đặc biệt có lợi khi nhắc lại những ý kiến đã phát biểu.

4. Nghệ thuật “thách giá” trong đàm phán.

- Nếu người thách giá thấp thì bán được với giá thấp.

- Nếu người bán thách giá cao thì bán được với giá cao.

- Nếu người bán thách giá cao bất ngờ và kiên quyết đến cùng thì thường thường thu được kết quả tốt trong trường hợp đàm phán không bị thất bại.

- Vận dụng bí quyết trên thách giá cao phải nhượng bộ từ từ.

5. Nghệ thuật “trả giá” trong đàm phán.

- Người mua trả giá thấp thường mua được với giá thấp.

- Nếu người mua lần đầu đã nhượng bộ quá lớn, thì sẽ làm cho người bán giữ giá. Cho nên người mua cần nhượng bộ dần dần.
- Người nào nhượng bộ trước vấn đề quan trọng thì người đó sẽ thất bại.
- Nếu thông báo cho đối tác biết giá thành của mình thì nhanh chóng đạt được thoả thuận.
- Đạt thoả thuận nhanh quá có hại cho cả hai phía.

6. Nghệ thuật khắc phục bế tắc trong ĐP.

- Dễ trước, khó sau: Những cái dễ đàm phán trước, khó khăn thoả thuận sau.
- NT đi đường vòng.
- Chọn cái đồng nhất, để lại cái bất đồng.
- Chia nhỏ mục tiêu.
- Tạm thời đình chỉ ĐP.

Câu 24. Bạn suy nghĩ thế nào nếu cho rằng một cuộc đàm phán tốt nhất là kết quả các bên đều thắng? Vì sao lợi ích kinh tế là mục đích cơ bản của cuộc đàm phán kinh doanh?

**Suy nghĩ về nhận định:* Điều này hoàn toàn đúng.

Xuất phát từ đặc điểm của các cuộc đàm phán kinh doanh là chứa đựng những xung đột của lợi ích. Đàm phán không đơn thuần là quá trình theo đuổi nhu cầu lợi ích bản thân, mà là quá trình thông qua việc không ngừng điều chỉnh nhu cầu của mỗi bên mà tiếp cận với nhau, cuối cùng đạt tới ý kiến nhất trí. Cũng tức là nói, đàm phán là một loạt quá trình, đề ra yêu cầu, chịu nhượng bộ, cuối cùng được thể hiện thành hợp đồng.

Thứ hai, đàm phán không phải là thoả mãn lợi ích của mình một cách không hạn chế, mà là có giới hạn lợi ích nhất định. Người đàm phán cần bảo vệ lợi ích của mình, cần trong phạm vi có thể tìm kiếm được càng nhiều lợi ích. Nhưng bất kỳ người đàm phán nào cũng phải thoả mãn nhu cầu thấp nhất của đối phương, nếu không nhìn nhận nhu cầu thấp nhất của đối thủ, bức bách đối phương một cách không hạn chế, cuối cùng sẽ làm đối phương rút lui mà mất hết lợi ích đã đến tay mình. Đúng như Niernberg nói: “đàm phán không phải là một cuộc cờ, không nên yêu cầu quyết một thắng, một thua, đàm phán cũng không phải là một trận chiến tranh, phải tiêu diệt hoặc đặt đối phương vào đất chết, đàm phán vẫn là một sự nghiệp hợp tác đôi bên cùng có lợi”.

Hơn nữa nếu sau một cuộc đàm phán mà dẫn đến kết quả các bên đều thắng thì sẽ giữ được mối quan hệ lâu dài, có tác động tích cực đến các cuộc đàm phán lần sau.

Do đó, có thể nói rằng một cuộc đàm phán tốt nhất là kết quả các bên đều thắng. Nó sẽ giúp duy trì và phát triển mối quan hệ của các bên tham gia, có cơ hội hợp tác lâu dài

** lý do dẫn đến sd đp là do ko thống nhất về lợi ích, do đó Lợi ích kinh tế là mục tiêu cơ bản của GD đàm phán:*

Người đàm phán khác nhau, mục đích tham gia đàm phán cũng khác nhau, đàm phán ngoại giao liên quan đến lợi ích quốc gia, đàm phán chính trị quan tâm đến lợi ích căn bản của chính đảng, đoàn thể, đàm phán quân sự chủ yếu là quan hệ đến lợi ích an toàn của đôi bên đối địch. Tuy những loại đàm phán này không thể tránh khỏi liên quan đến lợi ích kinh tế, nhưng thường thường tiến hành xoay quanh một thứ lợi ích căn bản nào đó, mà trọng điểm không nhất định là lợi ích kinh tế.

Nhưng đàm phán KD thì hết sức rõ ràng, người ĐP lấy việc đạt được lợi ích kinh tế, mới đề cập tới những lợi ích phi kinh tế khác. Tuy trong quá trình đàm phán KD người ĐP có thể điều động và vận dụng các nhân tố, mà các nhân tố lợi ích phi kinh tế cũng sẽ ảnh hưởng đến kết quả ĐP, nhưng mục tiêu cuối cùng vẫn là lợi ích kinh tế. So sánh với các loại đàm phán khác, ĐPKD càng coi trọng hơn hiệu quả kinh tế của ĐP. Trong ĐPKD người ĐP chú ý hơn đến giá thành của ĐP, hiệu suất và hiệu quả. Cho nên người ta thường lấy sự tốt, xấu của hiệu quả kinh tế mà đánh giá đàm phán KD. Không nhằm tới hiệu quả kinh tế cũng mất đi giá trị và ý nghĩa.

Câu 25. Những phạm trù sau có ý nghĩa gì trong đàm phán: tên gọi, nhãn hiệu, thương hiệu và quy cách chủng loại hàng hoá? Đàm phán về vấn đề này cần chú ý những gì?

**Ý nghĩa:* Tên hàng là điều khoản quan trọng bậc nhất trong việc xác định đối tượng hợp đồng. Các cách diễn tả tên hàng:

- Tên thông thường của hàng hoá đi kèm với tên thương mại và tên khoa học của nó.
- Tên hàng hoá được ghi kèm với địa danh sản xuất ra hàng hoá đó. Hàng hoá là đặc sản của vùng miền.
- Tên hàng hoá đi kèm với tên nhà sản xuất ra hàng hoá đó. Sản phẩm của nhà sản xuất nổi tiếng.
- Tên hàng hoá đi kèm với quy cách chính hoặc là tính năng chủ yếu.
- Tên hàng hoá đi kèm với công dụng của hàng hóa đó.
- Tên hàng hóa đi kèm với số hiệu, danh mục hàng hoá thống nhất đã được ban hành.

- Quy cách chủng loại hàng hóa: là cách dùng để xác định tên hàng.cách thức thể hiện sp ntn. Ví dụ xe tải 2,5 tấn khác 1,5 tấn..
- Nhãn hiệu: tên, hình vẽ, biểu tượng, màu sắc hoặc tổng hợp để phân biệt hàng hóa này với hàng hóa khác, sp của doanh nghiệp này với dn khác
- Thương hiệu: thể hiện giá trị vô hình, và đòi hỏi sự bảo hộ của nhà nước, phức tạp hơn rất nhiều.

Lưu ý: Xác định tên hàng chính xác, cụ thể, không gây hiểu lầm

Câu 26. Những vấn đề cơ bản khi đàm về số lượng và chất lượng hàng hoá?

**Chất lượng hàng hoá:*

- Chất lượng theo mẫu: theo phương pháp này chất lượng hàng hoá được xác định căn cứ vào chất lượng của một số ít hàng hoá được gọi là mẫu do người bán đưa ra và người mua thoả thuận. Cả người mua và người bán phải giữ mẫu để làm căn cứ khi có tranh chấp hợp đồng.
- Chất lượng theo tiêu chuẩn quy định.
- Chất lượng theo thoả thuận.
- Chất lượng theo nhãn hiệu quy định.

**Số lượng hàng hoá:*

- Trong quá trình ĐP trước hết phải xác định rõ đơn vị tính số lượng.
- Thống nhất phương pháp quy định số lượng. Trong thực tế mua bán người ta có thể quy định số lượng bằng một trong hai cách sau:
 - + Bên bán và bên mua quy định cụ thể số lượng hàng hoá mua bán đó là một số lượng khẳng định dứt khoát khi thực hiện hợp đồng các bên không được phép giao nhận theo số lượng khác với những số lượng đó. Phương pháp này thường được áp dụng với những hàng hoá có đơn vị tính là cái, chiếc,...
 - + Bên bán và bên mua quy định một phỏng chừng số lượng hàng hoá mua bán. Khi thực hiện hợp đồng các bên có thể giao nhận theo số lượng cao hơn hoặc là số thấp hơn quy định dung sai về số lượng được gọi là điều khoản phỏng chừng. Áp dụng với những hàng hoá rời: xi măng, than,...
- Thống nhất phương pháp xác định trọng lượng.
- Phương pháp xác định số lượng: quy định cụ thể hoặc quy định phỏng chừng

Câu 27. Tại sao giá cả lại là trọng tâm của đàm phán? Những nội dung đàm phán về giá cả hàng hoá?

**Giá cả là trọng tâm của đàm phán:*

Như ta đã biết giá cả là hạt nhân của đàm phán KD. Nhân tố liên quan đến ĐPKD rất nhiều, nhu cầu và lợi ích của người đàm phán biểu hiện ở rất nhiều phương diện, nhưng giá trị hầu như là nội dung hạt nhân của tất cả các cuộc ĐPKD. Đó là vì trong ĐPKD hình thức biểu hiện của giá trị là giá cả phản ảnh trực tiếp nhất lợi ích của đôi bên đàm phán, trong rất nhiều tình huống hoặc nhiều hoặc ít đều có thể tính toán qua giá cả. Trong ĐPKD chúng ta một mặt phải lấy giá cả làm trung tâm, kiên trì lợi ích của mình, mặt khác lại không thể chỉ hạn chế ở giá cả mà kết hợp với các nhân tố khác.

Giá cả phải quy định rõ ràng về giá trị đơn vị tiền tệ

**Nội dung đàm phán về giá cả:*

- Giá cả là giá cả thị trường các bên giao dịch cần phải thống nhất về mức giá, phương pháp xác định, cơ sở của giá cả và việc giảm giá.
- Giá phụ thuộc vào: chính sách giá của chủ thể là tích cực hay tiêu cực.
- Trong giao dịch thương mại bên bán thách giá và bên mua trả giá.
- Nguyên tắc đặt giá và trả giá trong giao dịch tuân thủ phương châm: “Ai đặt giá cao và giữ giá thường bán được giá cao”, “Ai trả giá thấp thường mua được giá rẻ”, “ Ai nhượng bộ quá lớn thì sẽ bị thua thiệt”. Cho nên thách giá phải cao và nhượng bộ từ từ.

Câu 28. Bạn cho ý kiến của mình về vấn đề tốt gỗ hơn tốt nước sơn? Những vấn đề cần thiết khi đàm phán về bao bì hàng hoá?

**Tốt gỗ hơn tốt nước sơn:*

Câu này có ý muốn nói: vai trò của bao bì trong kinh doanh. Gỗ là chất lượng hàng hóa, nước sơn là bào bì. Trong kinh doanh chất lượng sản phẩm là quan trọng nhưng mà bao bì cũng rất quan trọng.

Nó có chức năng

- bảo vệ sản phẩm khỏi hỏng hóc..
- cung cấp thông tin về sản phẩm, doanh nghiệp cho khách hàng: về địa chỉ, cách sử dụng, bảo quản, lắp đặt sản phẩm,
- marketing cho sản phẩm: thông qua bao bì làm cho sản phẩm trở nên hấp dẫn, bắt mắt, thuận tiện hơn.(bao bì là người bán hàng thầm lặng)
- làm cho quá trình vận chuyển trở nên thuận lợi.

**Vấn đề khi giao dịch về bao bì:*

- Trong điều khoản về bao bì các bên giao dịch đàm phán cần phải thoả thuận với nhau các vấn đề như là:

+ Yêu cầu chất lượng bao bì.

+ Phương thức cung cấp bao bì.

+ Giá cả bao bì.

- Quy định về chất lượng bao bì phải phù hợp với phương thức vận chuyển của hàng hoá đó.

- Đường biển thường hình hộp, độ bền khá, những kích thước là số nguyên đơn vị đo lường.

- Đường sắt: bao bì khá chắc chắn, phù hợp với kích thước quy định các cơ quan đường sắt.

- Hàng không: nhẹ, kích thước phù hợp quy định, tránh dùng vật liệu dễ bốc cháy.

- Phương thức cung cấp bao bì phải thống nhất:

+ Bên bán cung cấp bao bì đồng thời với việc giao hàng cho bên mua. (Phương thức phổ biến nhất).

+ Bên bán ứng trước bao bì để đóng gói hàng hoá nhưng sau khi nhận hàng bên mua phải trả lại bao bì để bên bán tiếp tục sử dụng đóng gói hàng hoá. VD: Nước ngọt, bia,...

+ Bên bán yêu cầu bên mua gửi bao bì đến trước để đóng gói sau đó mới giao hàng. Áp dụng khi hàng hoá cự kỳ khan hiếm. (Ít sử dụng)

Câu 29. Những nội dung đàm phán về thời hạn, địa điểm và thanh toán?

· Thời hạn giao hàng là thời hạn mà người bán phải hoàn thành nghĩa vụ giao hàng. Nếu các bên không có thoả thuận giao dịch nào khác thì đây cũng là thời điểm các bên di chuyển các rủi ro, tổn thất về hàng hoá từ người bán sang người mua.

· Địa điểm giao hàng: Đây là nội dung liên quan tới các phương thức chuyên chở hàng hoá và là cơ sở điều kiện giao hàng. Nội dung này phải được quy định chặt chẽ, cụ thể và chi tiết để tránh được những trục trặc trong giao hàng, tổn chi phí, mất mát.

· Hai bên cần phải thống nhất với nhau về phương thức thanh toán, bàn bạc và thống nhất về điều kiện thời gian thanh toán. Trách nhiệm và quyền lợi mỗi bên phải rõ ràng. Hai bên cùng thoả thuận loại tiền thanh toán.

Câu 30. Các phương thức đàm phán? Ưu, nhược điểm của từng phương thức?

**Đàm phán qua điện tín:*

· Là phương thức trao đổi thông tin giữa các đối tác bằng hình thức viết thư. Qua nội dung thư các bên thể hiện nguyện vọng và mong muốn cũng như lợi ích mà các bên sẽ đạt được.

· **Ưu:**

+ Đàm phán được nhiều bạn hàng.

+ Giảm được chi phí đàm phán.

+ Ngày nay nhiều người đã dùng hình thức điện tử để thay cho cách viết, gửi truyền thống.

· **Nhược:**

+ Khó kiểm soát được ý đồ của của đối tác

+ Đòi hỏi thời gian dài, có thể dẫn đến mất cơ hội kinh doanh.

Chú ý:

+ Bức thư phải ngắn gọn, lịch sự.

+ Nội dung thư cần tập trung vào ý chính.

+ Lối hành văn đơn giản dễ hiểu, ngôn từ đơn nghĩa để tránh gây ra sự hiểu lầm cho đối tác.

Thường được áp dụng trong các hợp đồng đơn giản, có quy mô vừa và nhỏ.

**Đàm phán qua điện thoại, điện tử, tin học.*

Ngày nay, cùng với sự phát triển không ngừng của KHKT thông tin liên lạc thì phương thức đàm phán qua điện thoại ngày càng trở nên phổ biến.

Ưu: Tiết kiệm thời gian, nó cho phép nắm bắt cơ hội kinh doanh một cách nhanh chóng.

Nhược: Không có gì làm bằng chứng hợp pháp cho sự thoả thuận giữa các bên, Chi phí lớn, Nhiều nhà kinh doanh và những cuộc đàm phán nhỏ không thể thực hiện được.

Thường sử dụng để thoả thuận các chi tiết nhỏ trong hợp đồng, hoặc hợp đồng kinh doanh đơn giản với quy mô nhỏ.

**Đàm phán trực tiếp:*

· **DP trực tiếp** là sự gặp gỡ mặt đối mặt giữa các bên để thoả thuận các điều khoản trong hợp đồng.

- *Ưu:* Các bên nắm được tâm lý và phản ứng của nhau một cách trực tiếp thông qua cử chỉ, vẻ mặt, điệu bộ.
- *Nhược:* Chi phí cao cho các hoạt động đón tiếp, đi lại và ăn ở của đối tác.
- Phù hợp cho đàm phán ký kết những hợp đồng lớn, phức tạp cần có sự thoả thuận chi tiết.

Để đạt được thành công trong đàm phán KD thì các phương thức đàm phán trên cần được sử dụng kết hợp và bổ sung cho nhau. Mở đầu nên sử dụng p2 điện tín. Muốn xác định thông tin một cách nhanh chóng và kịp thời sử dụng p2 đối thoại. Muốn đạt được kết quả nhanh chóng, dứt điểm đàm phán đã kéo dài sử dụng p2 đàm phán trực tiếp.

Câu 31. Hãy vận dụng phương châm “biết địch biết ta trăm trận trăm thắng” trong đàm phán? Những điểm cần biết về ta và đối tác đàm phán là gì?

**Vận dụng phương châm:*

- Hiểu câu nói ntn: Biết địch biết ta là chúng ta phải hiểu rõ về mình và hiểu rõ về đối tác. Trăm trận trăm thắng nghĩa là có cơ hội thành công, hoặc là một trăm trận có trăm kiểu thắng khác nhau.
- Hiểu về mình và hiểu về đối tác: hiểu về nhu cầu, giới hạn đàm phán, phương án dự phòng, thế mạnh điểm yếu, con ng nhân sự, chiến thuật, chiến lược. Biết địch biết ta không chỉ trong quá trình chuẩn bị đàm phán, chuẩn bị thông tin ban đầu mà cả trong quá trình diễn biến đàm phán nữa.

Trong môi trường kinh doanh cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, nắm rõ thông tin về đối thủ cạnh tranh là một trong những lợi thế dẫn tới thành công của bất kì doanh nghiệp nào. Việc nắm rõ thông tin về đối thủ có thể giúp doanh nghiệp vạch ra được chiến lược và đường lối kinh doanh phù hợp với năng lực doanh nghiệp và tạo ra lợi thế cạnh tranh. Bên cạnh đó, việc thu thập và phân tích thông tin về đối thủ giúp tăng khả năng ứng phó và phản công trước những động thái tấn công của họ.

Một trong những nguyên tắc của đàm phán KD là phải am hiểu đối tác giao dịch đàm phán. Ta phải nghiên cứu kỹ đối tác để hiểu tiềm lực, sức ép, môi trường, điều kiện, sở thích, sức mạnh tiềm ẩn ... Người ta đã tổng kết: biết địch biết ta trăm trận trăm thắng, biết ta mà không biết địch thắng ít thua nhiều, còn chẳng biết ta mà cũng không biết địch thì thua là chắc. Chính vì vậy, chúng ta phải có sự chuẩn bị kỹ lưỡng cho cuộc đàm phán. Tùy thuộc vào tính chất, tầm quan trọng mà chuẩn bị một kế hoạch đàm phán thích hợp.

Chuẩn bị đàm phán KD là một việc rất khó khăn, phức tạp nhưng quan trọng. Khâu chuẩn bị chu đáo quyết định 50% kết quả cuộc đàm phán. Vì thế, đòi

hỏi các thành viên tham gia đàm phán phải có tinh thần trách nhiệm và trình độ hiểu biết.

**Những điểm cần biết về đối tác:*

- Tìm hiểu về tiềm lực của đối tác: Lịch sử của công ty, ảnh hưởng của công ty trong xã hội, uy tín, tình hình tài chính, chất lượng, chủng loại hàng hoá, định hướng phát triển của đối tác trong tương lai.
- Tìm hiểu về nhu cầu và ý định của đối tác: Vì sao họ mong muốn hợp tác với chúng ta? Mục đích của họ là gì? Nguyên vọng hợp tác có chân thành hay không? Họ có nhiều đối tác hay không?
- Tìm hiểu lực lượng ĐP của họ: Bao gồm những ai? Ai là người có quyền quyết định? Cần phải tìm hiểu địa vị, sở thích, tính nết của các thành viên trong đoàn đàm phán, đặc biệt là người có tiếng nói quan trọng nhất.

**Tìm hiểu thông tin về bản thân:*

- Thế mạnh? Điểm yếu?
- Thông tin về tình hình cạnh tranh: Thông tin về tiềm lực, thế mạnh của các đối thủ cạnh tranh chủ yếu.
- Dự đoán xu hướng biến động trên cơ sở phân tích các quan hệ cung cầu.

Câu 32. Yêu cầu và nội dung của công tác chuẩn bị cho ĐP?

**Chuẩn bị chung cho tất cả các cuộc ĐP:*

- Chuẩn bị về ngôn ngữ:
 - Trong các cuộc ĐPKD ngôn ngữ đóng vai trò đặc biệt quan trọng đối với các cuộc ĐP trong nước thì phải thông thạo tiếng phổ thông, thạo tiếng quốc ngữ (mẹ đẻ), rèn luyện hành văn trong sáng, chuẩn xác không mắc lỗi chính tả, không dùng tiếng lóng, tiếng địa phương.
 - Đối với các cuộc ĐP quốc tế cần phải nắm vững và sử dụng thành thạo ngoại ngữ đặc biệt tiếng Anh. Ngoài ra nên cần biết thêm một số tiếng khác: TQ, Pháp, Nhật,...

Nếu trong TH sử dụng phiên dịch cần:

- Nên nói trước với người phiên dịch chủ đề ĐP.
- Nói rõ và chậm.
- Tránh dùng từ địa phương.
- Tránh dùng câu ài, câu phủ định hai lần.
- Sau khi ĐP cần xác nhận bằng văn bản các điều đã được thoả thuận.

- Trong quá trình ĐP nên nhìn thẳng vào đối tác, không nên nhìn phiên dịch.
- Nếu cuộc ĐP dài nên sử dụng hai phiên dịch.
- Nghe phiên dịch báo cáo sau mỗi phiên họp.

Chuẩn bị thông tin:

Ø Thông tin về hàng hoá:

- Cần phải nghiên cứu kỹ mặt hàng dự định KD: tên gọi, giá trị, công dụng, cùng với các tính chất cơ, lý, hoá của nó và yêu cầu của thị trường: Quy cách, phẩm chất, bao bì,...
- Cần phải nghiên cứu và tìm hiểu kỹ tình hình sx mặt hàng đó: tính thời vụ, nguyên vật liệu, trình độ tay nghề của công nhân, chu kỳ sống sp, giá cả của các công ty cạnh tranh.
- Đối với các hàng hoá xuất nhập khẩu cần phải xem xét tỷ suất ngoại tệ hàng XK, NK...

Ø Thông tin về thị trường:

- Các thông tin chung về thị trường, con người, chính trị, xã hội, diện tích, dân số, ngôn ngữ, khí hậu, trung tâm thương mại.
- Thông tin kinh tế cơ bản như đồng tiền trong nước.
- Thông tin về cơ sở hạ tầng, đường xá, cầu cống, bến cảng, bến phà, hệ thống thông tin liên lạc.
- Thông tin về chính sách ngoại thương: Nước đó có phải thành viên của WTO? Các vấn đề về thuế quan, hạn ngạch.
- Thông tin về hệ thống ngân hàng, tổ chức tín dụng.
- Thông tin về dung lượng thị trường, tình hình tiêu thụ, tâm lý tiêu dùng.

Ø Thông tin về đối tác:

- Tìm hiểu tiềm lực của đối tác: Lịch sử của công ty, ảnh hưởng của công ty trong xã hội, uy tín, tình hình tài chính, chất lượng, chủng loại hàng hoá, định hướng phát triển của đối tác trong tương lai.
- Tìm hiểu nhu cầu và ý định của đối tác: Vì sao họ mong muốn hợp tác với ta? Mục đích của họ là gì? Nguyên vọng hợp tác có chân thành hay không? Họ có nhiều đối tác không?
- Tìm hiểu lực lượng ĐP của họ: Đoàn ĐP bao gồm những ai? Ai là người có quyền quyết định? Cần phải tìm hiểu địa vị, sở thích, tính nết của các thành viên trong đoàn ĐP, đặc biệt là người có tiếng nói quan trọng nhất.

Ø Tìm hiểu thông tin về bản thân:

- Thế mạnh? Điểm yếu?
- Thông tin về tình hình cạnh tranh: Thông tin về tiềm lực, thế mạnh của các đối thủ cạnh tranh chủ yếu.
- Dự đoán xu hướng biến động trên cơ sở phân tích các mối quan hệ cung cầu.

Ø Chuẩn bị năng lực: Chuyên gia ĐP cần phải:

- Chuẩn bị kiến thức 1 cách tổng hợp và toàn diện bởi vì họ không phải chỉ là 1 nhà QTKD TM mà họ còn là một luật gia, 1 nhà ngoại giao, tâm lý, giỏi ngoại ngữ và có kiến thức về kỹ thuật, văn hoá.
- Chuẩn bị về phẩm chất, tâm lý: phải có tư duy nhạy bén, biết suy nghĩ và hành động đúng, có tính nhẫn nại, không nóng vội, chuẩn bị các phương tiện hỗ trợ, kỹ thuật tốt; Phải có kỹ năng ĐP tốt, kỹ năng sử dụng ngôn ngữ tốt, kỹ năng giao tiếp tốt: lắng nghe, hỏi, trả lời..., kỹ năng dự thuyết tốt, giỏi thoả hiệp và biết cách tạo lợi thế trong cạnh tranh.

Ø Chuẩn bị thời gian và địa điểm ĐP:

- Thời gian: trong KDTM thời gian là hết sức quý giá nên trước khi đàm phán các bên cần phải lập và thống nhất với lịch làm việc 1 cách cụ thể và có thể lập luôn phương án dự phòng.
- Địa điểm: phải đảm bảo tâm lý thoải mái và tiện nghi cho tất cả các bên.

***Chuẩn bị riêng cho từng cuộc ĐP:**

- Thiết lập những mục tiêu cần đàm phán:
 - + Mục tiêu cao nhất là kết quả tốt nhất có thể đạt được.
 - + Mục tiêu tối thiểu là mục tiêu thấp nhất có thể chấp nhận.
 - + Mục tiêu chính của đàm phán là lợi nhuận hay quan hệ?
 - + Xác định giới hạn của sự thoả thuận.
 - + Thiết lập giải pháp tốt nhất khi không đạt được thoả thuận (BATNA).

· **Đánh giá lại đối tác:**

- + Xác định những gì đối tác muốn yêu sách, những gì đối tác muốn đạt được.
- + Cần phải thăm dò, xem xét vấn đề, những mối quan tâm nào ẩn sau những yêu sách.
- + Cần phải trao đổi thông tin trong quá trình chuẩn bị đàm phán, đặc biệt là những thông tin quan trọng.
- + Cần phải cân nhắc những cơ sở lập luận và lý lẽ mà đối tác có thể sử dụng.

+ Tìm các vấn đề có thể gây ảnh hưởng tới hướng đi cũng như kết quả cuộc đàm phán.

· **Đánh giá lại bản thân:**

+ Quyền: Trong cuộc đàm phán sắp tới bạn là chủ hay khách? Ai là người có quyền ra quyết định?

+ Thế: kiểm tra lại tiềm lực tài chính, mối quan hệ uy tín và ảnh hưởng của bạn với đối tác. Ai có thế hơn?

+ Lực: Kiểm tra lại lực lượng ĐP của bạn: bao gồm những ai? Năng lực thế nào? Công việc chuẩn bị ra sao?

+ Thời gian: Có đứng về phía ta hay không? (Khả năng kiểm soát thời gian).

· **Xây dựng chiến lược đàm phán và tiến hành đàm phán thử:**

+ Xác định được nên mở đầu đàm phán như thế nào?

+ Nên đưa ra các câu hỏi nào trong buổi đầu.

+ Dự đoán các câu hỏi đối tác có thể đưa ra và chuẩn bị các dữ liệu, thông tin để trả lời.

+ Nếu đàm phán theo nhóm thì còn phải các cân nhắc thêm các vấn đề sau:

→ Ai là người dẫn dắt cuộc đàm phán.

→ Ai là người kiểm tra cơ sở lập luận.

→ Ai là người đặt câu hỏi.

→ Ai là người trả lời các câu hỏi của đối tác.

→ Ai là người làm giảm căng thẳng trong đàm phán.

Câu 33. Tầm quan trọng của thông tin và phương pháp thu thập thông tin trong quá trình bị đàm phán?

Công tác thu thập thông tin trong khâu chuẩn bị đàm phán mất rất nhiều thời gian nhưng là một trong những khâu quan trọng của công tác chuẩn bị. Những thông tin thu thập được sau khi được xử lý sẽ là những tài liệu quan trọng trong quá trình đàm phán. Nhiều cuộc đàm phán không đem lại kết quả do khâu chuẩn bị vội vã, hời hợt, thiếu tài liệu, thông tin cần thiết. Vì vậy, một cuộc đàm phán kinh doanh muốn đạt hiệu quả cao nhất không nên giuosis hạn việc thu thập tài liệu.

* Phương pháp thu thập thông tin:

- Tìm hiểu qua các loại sách: sách tra cứu, sách chuyên ngành, tạp chí, công trình nghiên cứu tất cả các lĩnh vực trong cuộc sống.

- Tìm hiểu qua internet.

- Hỏi những người có kinh nghiệm.
- Quan sát.

Câu 34. Những nguyên tắc cơ bản của đàm phán kinh doanh?

Muốn đàm phán thành công các nhà đàm phán cần phải xác định mục tiêu đàm phán một cách khoa học, phải kiên định, khôn ngoan bảo vệ lợi ích của mình. Đồng thời phải biết ứng phó linh hoạt, sáng tạo trong từng điều kiện cụ thể.

- Kết hợp hài hoà giữa việc bảo vệ lợi ích bản thân với việc duy trì và phát triển mối quan hệ với đối tác.
- Đảm bảo nguyên tắc đôi bên cùng có lợi.
- Đàm phán là một việc tự nguyện do đó bên nào cũng có thể thoái lui hoặc là từ chối tham dự đàm phán bất cứ lúc nào.
- Đàm phán chỉ có thể bắt đầu khi có ít nhất một bên muốn thay đổi những thoả thuận hiện tại và tin rằng có thể đạt được thoả thuận mới đem lại lợi ích cho cả hai bên.
- Đàm phán không phải là giành thắng lợi bằng mọi giá mà là đạt được điều mà cả hai bên cùng mong muốn.
- Phẩm chất, kỹ năng thái độ và tình cảm của những người ngồi trên bàn đàm phán có ảnh hưởng quyết định đến tiến trình đàm phán.
- Khi đánh giá một cuộc đàm phán thành công hay thất bại không chỉ lấy dự định, mục tiêu của bất kỳ bên nào làm tiêu chuẩn duy nhất mà phải sử dụng hàng loạt các tiêu chuẩn tổng hợp.
 - + Tiêu chuẩn thực hiện mục tiêu (đánh giá xem cuộc đàm phán như thế nào). Đây là tiêu chuẩn đầu tiên để đánh giá kết quả cuộc đàm phán thông qua việc xem xét kết quả cuối cùng cuộc ĐP so sánh với những mục tiêu đặt ra ban đầu: Mức độ đạt được cao hay thấp?
 - + Tiêu chuẩn tối ưu hoá giá thành (chi phí thấp nhất). Để đánh giá một cuộc đàm phán thành công cần phải tiến hành phân tích các chi phí sau đây:
 - ü Chi phí cơ bản: Là sự nhượng bộ để ký được hợp đồng. Sự nhượng bộ bằng khoảng cách giữa lợi ích dự kiến thu được với lợi ích thực tế thu được.
 - ü Chi phí trực tiếp cho đàm phán bao gồm: Nhân lực, vật lực, thời gian cho đàm phán.
 - ü Chi phí cơ hội: Mất cơ hội đầu tư, kiếm lời từ các hoạt động khác.
 - + Tiêu chuẩn quan hệ giữa các bên: Không được đẩy đối tác đến mức đường cùng.

Câu 35. Mục đích và phương pháp mở đầu ĐPKD?

***Mục đích:**

- Tạo dựng một bầu không khí thuận lợi cho giao dịch và đàm phán.
- Phải tìm cách thể hiện những thành ý về mối quan tâm đến đối tác và vấn đề cần đàm phán.
- Thăm dò đối tác và có thể nắm quyền chủ động nếu thấy cần thiết

***Phương pháp mở đầu đàm phán:**

- *Phương pháp nhập tâm:* Là phương pháp thể hiện khả năng người chủ trì cuộc đàm phán biết đặt mình vào vị trí của đối tác. Từ đó, nhằm hiểu họ sâu sắc hơn.
- *Phương pháp mở đầu trực tiếp:* Sơ đồ này như sau:
 - ü Thông báo ngắn gọn nguyên nhân tổ chức cuộc đàm phán.
 - ü Nhanh chóng chuyển từ vấn đề chung vấn đề cụ thể.
- *Phương pháp kích thích trí tưởng tượng:* Nêu một loạt câu hỏi về các vấn đề cần bàn bạc và giải quyết. Phương pháp đặt câu hỏi cho phép thu được kết quả tốt trong trường hợp đối tượng có cách nhìn vấn đề sáng suốt, lạc quan.
- *Phương pháp kiểm soát (móc xích):* Phương pháp này cho phép nêu vấn đề, sự kiện ngắn gọn làm cơ sở để liên hệ với nội dung đàm phán.
- *Phương pháp làm dịu căng thẳng:* Phương pháp này cho phép thiết lập quan hệ chặt chẽ với đối tượng. Chỉ cần nói vài lời chân thành, nồng nhiệt bạn có thể đạt được điều đó.

Câu 36. Những thủ thuật và quy tắc mở đầu đàm phán?

Một vài vấn đề dễ dàng tạo nên bầu không khí thuận lợi cho đàm phán như:

- Lời phát biểu khai mạc phải rõ ràng, ngắn gọn, xúc tích.
- Phải gọi tên đối tượng đầy đủ khi nói chuyện với họ.
- Trang phục, tư thế, vẻ mặt phải phù hợp.
- Thể hiện thái độ tôn trọng nhân cách người đối thoại, chú ý đến ý kiến, nhu cầu của họ.
- Có nhận xét đánh giá tích cực về địa điểm đàm phán, cách trang trí nội thất, cách bố trí sản xuất, uy tín, thanh danh trong kinh doanh của cơ quan chủ trì đàm phán.
- Nhắc lại một số tình hình đã thay đổi từ cuộc đàm phán lần trước đến nay (nếu có).

- Đề nghị mọi người phát biểu ý kiến, chỉ dẫn, khuyên nhủ.

Quy tắc cơ bản: Sử dụng phương pháp nhập tâm để mở đầu đàm phán.

Phương pháp nhập tâm là thể hiện khả năng của người chủ trì đàm phán đặt mình vào vị trí đối tượng đàm phán nhằm hiểu họ sâu sắc hơn.

Câu 37. Vì sao người ta lại nói rằng: “Vạn sự khởi đầu nan” cái gì bắt đầu bao giờ cũng khó? Hãy trình bày những khó khăn khi mở đầu đàm phán? Và cách thức khắc phục?

**Câu nói:*

Người ta thường nói rằng “vạn sự khởi đầu nan”, cái gì bắt đầu cũng khó. Đúng vậy, khi bắt đầu 1 công việc chúng ta sẽ gặp những khó khăn do chưa có kinh nghiệm, chưa nhiều thông tin, hiểu biết về vấn đề, chưa có mối quan hệ liên quan... Bất kỳ người nào ở trung tâm các sự kiện, tiếp xúc rộng rãi với mọi người cũng tích lũy được kinh nghiệm, dần dần hình thành phương pháp giao tiếp của mình.

Mở đầu đàm phán thường xuất hiện những khó khăn phức tạp (đặc biệt đối tượng giao tiếp là người chưa quen biết). vì nó ảnh hưởng tới bầu không khí chung và ấn tượng ban đầu. Những khó khăn đó là:

**Những khó khăn khi mở đầu đàm phán và cách khắc phục:*

- Có thể xuất hiện thái độ ác cảm, thiện cảm (ấn tượng ban đầu) tự nhiên giữa mọi người. Ấn tượng có thể tác động tích cực hay tiêu cực ảnh hưởng đến quá trình đàm phán. => Gây ấn tượng tốt ngay lúc đầu.
- Thành kiến và định kiến: Ấn tượng ban đầu có thể dẫn đến thành kiến hay định kiến. Trong trường hợp đó cần hành động bình tĩnh, chín chắn, không vội vàng, hấp tấp.

Câu 38. Mục đích và cơ sở của truyền đạt thông tin? Vấn đề nhiều và gạt nhiều khi truyền đạt thông tin?

**Mục đích:*

- Thu thập tin tức về các vấn đề chuyên môn, tìm hiểu nhu cầu, đòi hỏi, nguyện vọng của đối tượng đàm phán cũng như cơ quan mà họ đại diện.
- Làm sáng tỏ động cơ, mục đích của đối tượng đàm phán.
- Truyền đạt thông tin đã chuẩn bị sẵn theo kế hoạch.
- Tạo cơ sở cho việc lập luận, kiểm tra tính đúng đắn của các luận cứ then chốt, tạo những điểm tựa trong ý thức của đối tượng nhằm sử dụng ở các giai đoạn đàm phán tiếp theo (nếu thấy cần thiết).
- Phân tích, kiểm tra lập trường, quan điểm của đối tượng đàm phán.

- Tùy theo khả năng mà xác định sơ bộ phương hướng hoạt động tiếp theo, giúp cho việc thông qua quyết định được đơn giản, dễ dàng.
- Lựa chọn các phương pháp và phương tiện tối ưu để truyền đạt thông tin trong quá trình đàm phán. Đảm bảo tính hiệu quả và hợp lý của hệ thống thông tin cần truyền đạt tới đối tác.

***Cơ sở của việc truyền đạt thông tin:**

- Giai đoạn truyền đạt thông tin bao gồm các thành phần sau:
 - Thông báo những vấn đề cơ bản, có mục đích cho đối tượng đàm phán.
 - Đặt câu hỏi
 - Nghe đối tượng đàm phán
 - Quan sát và phân tích phản ứng theo quan điểm tâm lý học.
- Việc truyền đạt thông tin và hơn thế nữa là việc đặt vấn đề đòi hỏi phải chuẩn bị, soạn thảo kỹ lưỡng có cân nhắc về nội dung cụ thể.
- Việc truyền đạt thông tin đạt kết quả cần phải áp dụng phương pháp phù hợp mà đối tượng được đưa lên hàng đầu.
- Trong tay chúng ta có những công cụ sau:
 - ü Kỹ thuật đặt câu hỏi
 - ü Phương pháp nghe và thu tin tức, sự kiện.
 - ü Kiến thức tâm lý học cá nhân và tâm lý học xã hội.

***Vấn đề nhiễu và gạt nhiễu:**

- Khi thu nhận thông tin đều có sự mất mát (gọi là sự tản mát thông tin) do:
 - ü Ngôn ngữ nói chưa được hoàn thiện.
 - ü Ở người nhận có những mất mát thông tin khi nghe tập hợp các từ đã được chọn lọc.
 - ü Sự hiểu biết thông tin giữa người nhận và người trao đổi thông tin không giống nhau.
 - ü Người nhận do vô tình hay hữu ý mà bỏ qua một loạt ký hiệu “bộ lọc ý chí” giữ lại một phần thông tin.

Để hạn chế mất mát thông tin cần chú ý:

- Phối hợp các dạng câu hỏi khi giao tiếp, nên gọi tên đối tượng.
- Cần phải có cách giải thích đầy đủ hơn với những thông tin chuyên môn tương ứng.

- Truyền đạt thông tin cụ thể dưới dạng ngắn gọn nhất, còn việc giải thích có thể rộng hơn.
- Cần phải sử dụng kỹ thuật đặt câu hỏi và phương pháp truyền đạt thông tin cho phù hợp với động cơ và trình độ thông thạo tin tức của đối tượng.
- Cố gắng chuyển từ độc thoại sang đối thoại.
- Tạo điều kiện cho đối tượng trình bày sự hiểu biết của mình.
- Chớ quên rằng chúng ta không thích ai đó nói hàng tiếng đồng hồ, hoặc thường xuyên ngắt lời phát biểu của ta để nói ý kiến của mình.
- Làm cho đối tượng quan tâm đến mức cao nhất việc tiếp nhận thông tin của chúng ta.
- Kiểm tra chặt chẽ uy tín của mình trong giai đoạn truyền đạt thông tin. Cho phép đối tượng bình tĩnh phát biểu ý kiến của mình.

Câu 39. Những kỹ thuật truyền (trao đổi) đạt thông tin? Ý nghĩa của mã hoá và giải mã các thông tin trong đàm phán?

**Những kỹ thuật truyền đạt thông tin:*

- Không nên quá say sưa truyền đạt thông tin. Cần phải tự kiểm tra nghiêm khắc và có mức độ xã giao nhất định.
- Thông báo những tin tức khó chịu ở mức độ vừa phải, nếu điều đó là cần thiết, biết cách tự kiềm chế và cẩn thận trong mọi trường hợp.
- Thông tin truyền đạt cho đối tượng phải chính xác, rõ ràng, có nội dung súc tích, trực quan và đúng đắn về mặt nghề nghiệp chuyên môn.
- Phương tiện thông tin hỗ trợ (nhất là dụng cụ quan sát, nhìn) vai trò quan trọng trong cuộc đàm phán, cần trực quan khi truyền đạt thông tin.

**Ý nghĩa của mã hoá và giải mã các thông tin trong đàm phán:*

Mã hóa là tiến trình chuyển ý tưởng và thông tin thành những hình thức có tính biểu tượng

Giải mã là tiến trình theo đó người nhận xử lý thông điệp để nhận tin và tìm hiểu ý tưởng của chủ đề

**Câu 40. Khi đàm phán vì sao phải quan tâm tới lợi ích của các bên?
Những sai lầm trong quan niệm lợi ích khi đàm phán?**

Khi đàm phán thì phải quan tâm đến lợi ích của các bên: vì các bên đàm phán là vì lợi ích của mình, tuy nhiên lợi ích của mình lại bị giới hạn bởi lợi ích của bên đối tác và trong nhiều trường hợp thì những lợi ích này mâu thuẫn với nhau. Nên khi đi đàm phán không chỉ quan tâm tới lợi ích của mình mà phải quan tâm tới lợi ích của các bên đối tác nữa thì mới giải quyết được lợi ích của mình.

Những sai lầm trong quan niệm lợi ích khi đàm phán là:

- + chỉ biết lợi ích của mình mà không biết lợi ích của đối tác
- + chỉ biết lợi ích trước mắt mà không biết lợi ích lâu dài
- + không nhìn nhận lợi ích trong mối quan hệ tổng thể quan hệ giữa hai bên mà chỉ nhìn nhận hạn hẹp trong cuộc đàm phán đó
- + **đặt một lợi ích vô giới hạn. mà lợi ích trong đàm phán là một lợi ích có giới hạn.**

Câu 41. Lập luận là gì và những phương pháp chủ yếu của lập luận trong đàm phán?

***Lập luận** là phương pháp chứng minh bằng cách đưa ra các luận cứ, các lý lẽ một cách có hệ thống để cho mọi người phải thừa nhận ý kiến.

* *Yêu cầu:*

- Lý lẽ phải logic và chặt chẽ
- Sử dụng đa dạng các phương pháp lập luận: hùng biện, tự biện, gây chú ý, tạo áp lực.
- Trong quá trình lập luận cần phải sử dụng các ngôn ngữ, hình ảnh phù hợp với đối tác, thời gian, đặc biệt là không nên lạm dụng thời gian.

**Các phương pháp lập luận:*

- Phương pháp lập luận hùng biện:
- Phương pháp cơ bản: là phương pháp giới thiệu trực tiếp các sự kiện, số liệu làm cơ sở cho lập luận chứng minh hoặc lập luận bác bỏ
- Phương pháp vạch ra mâu thuẫn: chỉ ra những mâu thuẫn trong lập luận của đối tác
- Phương pháp rút ra kết luận: đây là phương pháp dựa vào việc lập luận chính xác, lập luận riêng rẽ từng phần rồi đi đến những kết luận mong muốn
- Phương pháp so sánh:
- Phương pháp vâng... nhưng : bác bỏ 1 cách khôn ngoan.

- Phương pháp ủng hộ hình thức.
- Phương pháp chia cắt.
- Phương pháp “gậy ông đập lưng ông”
- Phương pháp coi thường.
- Phương pháp chiếm ưu thế.
- Phương pháp phỏng vấn.
- Phương pháp dẫn dắt.
- Phương pháp lập luận tự biện
- Nghệ thuật phóng đại
- Nghệ thuật dựa vào uy tín: trích dẫn câu nói của người có uy tín.
- Nghệ thuật chuyển hướng.
- NT hài hước, NT làm mất uy tín, NT cách ly, NT lấn át, NT trì hoãn, NT xuyên tạc, NT lừa phỉnh, NT đặt câu hỏi bẫy.

Câu 42: Nội dung của chiến thuật tranh luận? Những điểm cần chú ý trong tranh luận?

**Nội dung*: là phương pháp bác bỏ các lí lẽ hay ý kiến của đối tác.

* *Chú ý*:

- ü Bác bỏ nhưng phải bình tĩnh tự tin, tôn trọng ý kiến của đối tác.
- ü Sử dụng các ngôn ngữ đa dạng mềm dẻo, sâu xa.
- ü Linh hoạt trong việc sử dụng các phương pháp tranh luận.
- ü Bác bỏ 1 cách gián tiếp mà không nên bác bỏ 1 cách trực tiếp.

Câu 43: Những nhiệm vụ và yêu cầu của giai đoạn ra quyết định và kết thúc đàm phán?

**Nhiệm vụ*:

- Đạt được mục tiêu cơ bản hoặc trong trường hợp xấu nhất đạt được nhiệm vụ dự phòng.
- Bảo đảm bầu không khí thuận lợi khi kết thúc đàm phán.
- Kích thích đối tác hoàn thành công việc đã định trước.
- Trong trường hợp cần thiết, tiếp tục duy trì mối quan hệ với đối tác và đồng nghiệp của họ.
- Tóm tắt toàn bộ nội dung và rút ra kết luận cơ bản dễ hiểu cho mọi người tham gia đàm phán.

***Yêu cầu:**

- Đòi hỏi có tính logic nhất định và hình thức kết hợp thích ứng.
- Cần phải trình bày rõ ràng những tư tưởng, ý kiến cơ bản và ý kiến bài phát biểu, song số ý kiến cần phải rút gọn, kết luận phải được phát biểu hùng hồn và dễ gây ấn tượng nhất. Không được để cho cuộc thương lượng kết thúc mà đối tác chỉ có những khái niệm mơ hồ, lẫn lộn về nội dung.
- Chúng ta cần phải làm cho kết luận có dạng dễ tiếp thu. Trong kết luận không được chứa từ ngữ thừa, trong giai đoạn cuối cùng không cho phép phát biểu rời rạc.
- Kết thúc đàm phán phải gây được ấn tượng cho họ. Phần cuối cuộc đàm phán, ý nghĩa cơ bản duy nhất được tách ra và trình bày rõ ràng, có tính thuyết phục. Tất cả những điều đã được phát biểu từ trước phải tuân thủ tư tưởng cơ bản này, kết thúc không chuẩn xác và nhạt nhẽo có thể làm tiêu tan ấn tượng và tác dụng của tất cả bài phát biểu của chúng ta.
- Nhiều đối tác khi kết thúc đàm phán đưa ra lý lẽ mạnh mẽ nhưng quên rút ra những kết luận từ những luận điểm cơ bản của bài phát biểu của mình và phải trình bày chúng một cách sáng sủa, dễ hiểu.

Câu 44: Thời điểm nào là tốt nhất cho việc quyết định và kết thúc đàm phán? Kỹ thuật thúc đẩy việc ra quyết định?

Bất kỳ cuộc đàm phán KD nào cũng có cao trào và thoái trào, ở đây xuất hiện câu hỏi: khi nào cần phải đưa đàm phán vào giai đoạn kết thúc – giai đoạn ra quyết định. Tất nhiên là không phải lúc cuộc đàm phán đang ở thời kỳ thoái trào. Khi đàm phán đã đạt được một trong những đỉnh cao của mình thì cần phải chuyển sang giai đoạn kết thúc.

Để tăng tốc độ ra quyết định thường có hai phương pháp:

a. Tăng tốc trực tiếp:

Trực tiếp đưa ra quyết định cuối cùng. Ví dụ: “chúng ta sẽ quyết định ngay lập tức về việc chuyển tín dụng ngân hàng sang tín dụng dài hạn”.

Mối nguy hiểm nào sẽ chờ đón chúng ta? Tăng tốc trực tiếp có nhiệm vụ giải quyết hoàn toàn vấn đề. Đó là cách ngắn nhất đi đến mục tiêu. Chúng ta sẽ được nghe từ “không” trong 50% các trường hợp mà đối tác phát ngôn.

b. Tăng tốc gián tiếp:

Bằng các quyết định cuối cùng riêng lẻ mà chúng ta dần dần đưa đối tác đến mục tiêu cuối cùng. Phương pháp này có ưu thế là giúp chúng ta sớm bắt đầu thực hiện mục tiêu của mình, giảm khả năng không may. Các kiểu phương pháp tăng tốc ra quyết định như sau:

Phương pháp ám thị: Các cách phát biểu phù hợp: “Nếu như..., Trong trường hợp nếu như..., Giả sử rằng...hầu như mọi người đều trải qua sự chống đối vô ý thức, thậm chí là cảm thấy sợ rơi vào tình huống phân vân”bây giờ tôi cần phải giải quyết ntn?”

Bằng các câu như vậy ta đạt được đối tác trước quyết định cụ thể.

· **Giải pháp theo giai đoạn:** Có thể dự báo được kết luận cuối cùng của đối tác nếu giả thiết rằng luận điểm cơ bản đã được thông qua. Khi đó chỉ có thể thừa nhận giải pháp sơ bộ hoặc giải pháp riêng lẻ. Như vậy có thể gây tác động mạnh mẽ đến đối tác theo hướng cần thiết.

Như vậy chúng ta đã ghi nhận những thời điểm riêng biệt của quá trình ra quyết định trước khi đối tác đồng ý với quyết định.

Bao gồm các bước:

- Xác định bộ phận mà hoạt động ở đó cần xem xét lại.
- Xác định khối lượng công việc phải làm.
- Xđ những yếu tố cần thiết cho công việc của từng phần tử.
- Lựa chọn, đào tạo cán bộ thừa hành trực tiếp hoặc gián tiếp.

· **Giải pháp lựa chọn:** Có thể tăng hiệu lực của phương pháp giải quyết từng phần bằng cách kết hợp với kỹ thuật đưa ra giải pháp lựa chọn.

Tất cả các phương pháp tăng tốc gián tiếp việc ra quyết định kể trên đều có hiệu quả còn nếu kết hợp lại sẽ có hiệu quả hơn.

Câu 45: Vì sao GD đàm phán phải dựa trên cơ sở pháp lý? Vai trò của am hiểu luật và lệ trong đàm phán?

**GD, đàm phán phải dựa trên cơ sở pháp lý (- vì trong kinh doanh giao dịch nhằm đạt được thỏa thuận nhằm giải quyết nhu cầu về mặt pháp lý, mà thỏa thuận này lại phải dựa trên luật pháp. Không chú ý, vi phạm luật pháp thì sẽ gây ra thiệt hại, chú ý tới luật pháp thì sẽ k đạt được mục đích về kinh tế, sẽ k có lợi ích hợp pháp)*

Lĩnh vực KD đa dạng và phức tạp đòi hỏi phải có cơ sở pháp lý đó là hệ thống pháp luật có liên quan. Sự cần thiết của cơ sở pháp lý trong GD đàm phán KD có thể giải thích qua những chức năng vốn có của pháp luật trong KD:

Chức năng điều chỉnh các quan hệ KD trong nền KTQD.

Pháp luật tạo ra khung pháp lý, môi trường và hành lang pháp lý cho các hoạt động KD. Sự điều chỉnh của pháp luật được thực hiện qua các quy định: Được làm tất cả những gì mà pháp luật không cấm, được làm những gì mà pháp luật cho phép và những quy định có tính chất khuyến khích.

Chức năng bảo vệ các quan hệ KD được pháp luật điều chỉnh.

Chức năng này nhằm hạn chế các xâm phạm vào quan hệ KD đã được điều chỉnh. Để bảo vệ các quan hệ đó, Nhà nước ban hành các quy phạm về các hành vi vi phạm pháp luật, các loại hình phạt và những quyết định, những biện pháp xử lý thi hành. Chức năng trên còn quy định thẩm quyền của các cơ quan Nhà nước bảo vệ pháp luật.

Chức năng giáo dục.

PL có khả năng thông tin, tác động đến tình cảm, ý thức của con người làm cho họ hành động phù hợp với các quy định của PL. Việc đưa các kiến thức PL đến các chủ thể KD để nâng cao ý thức PL, hiểu biết các quy tắc xử sự ghi trong văn bản PL và thấy rõ hiệu quả nếu không tuân theo quy định của PL.

Trong hoạt động KD vấn đề không chỉ là xây dựng và ban hành hệ thống PL đồng bộ mà còn là việc thi hành PL và xử lý vi phạm PL.

Những văn bản pháp lý có có ý nghĩa rất quan trọng trong hoạt động KD. Điều đó thể hiện ở những điểm sau:

- Nó xác rõ quyền và trách nhiệm của các bên tham gia KD.
- Thông qua ký và thực hiện hợp đồng kinh tế, lợi ích của các chủ thể kinh tế độc lập được kết hợp với nhau theo nguyên tắc hai bên cùng có lợi.
- Bản thân những văn bản pháp lý lại là cơ sở pháp lý để giải quyết những tranh chấp giữa các bên tham gia quan hệ kinh tế.

**Vai trò của am hiểu luật và lệ trong đàm phán:*

- Luật là: quy định luật pháp của nhà nước, lệ: là thông lệ trong kinh doanh.
- Giúp ta tuân thủ pháp luật
- giúp đàm phán thuận lợi hơn: bảo vệ quyền lợi mình, giúp tìm ra giải pháp thỏa mãn nhu cầu các bên mà vẫn tuân thủ luật pháp.
- giúp cho soạn thảo văn bản và thực hiện hợp đồng đúng quy định luật pháp, tránh vi phạm hợp đồng tránh tranh chấp đáng tiếc xảy ra.