**MỤC LỤC**

[Câu 1: Trình bày khái niệm đàm phán kinh doanh quốc tế và phân tích tính tất yếu của đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa đối với tính tất yếu này? 3](#_Toc27713778)

[1.1 Khái niệm đàm phán kinh doanh quốc tế: 3](#_Toc27713779)

[1.2 Phân tích tính tất yếu của đàm phán kinh doanh quốc tế: 3](#_Toc27713780)

[Câu 2: Trình bày khái niệm tổ chức đàm phán kinh doanh quốc tế? 4](#_Toc27713781)

[Câu 3: Trình bày nội dung chủ yếu của tổ chức đàm phán kinh doanh quốc tế. 4](#_Toc27713782)

[Vai trò của tổ chức đàm phán kinh doanh quốc tế 4](#_Toc27713783)

[Các bước công việc của tổ chức đàm phán 5](#_Toc27713784)

[Các công việc cần lập kế hoạch trong tổ chức đàm phán 5](#_Toc27713785)

[Các bước công việc của tổ chức nhân sự cho cuộc đàm phán. 5](#_Toc27713786)

[● 3.1. Chuẩn bị nhóm bao gồm: 5](#_Toc27713787)

[● 3.2. Chuẩn bị cá nhân bao gồm: 6](#_Toc27713788)

[Người dẫn đầu cuộc đàm phán phải chuẩn bị những gì ? 6](#_Toc27713789)

[Câu 4: Trình bày khái niệm và kĩ thuật mở đầu một cuộc đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa cho kĩ thuật mở đầu này? 7](#_Toc27713790)

[Câu 5: Trình bày khái niệm và nội dung kỹ thuật lập luận chứng minh trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa? 8](#_Toc27713791)

[Câu 6: Trình bày khái niệm và nội dung kỹ thuật vô hiệu hóa trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa? 9](#_Toc27713792)

[6.1. Khái niệm: 9](#_Toc27713793)

[6.2. Nội dung: 9](#_Toc27713794)

[6.3. (VDMH) Vô hiệu hóa ý kiến đối tác là cần thiết trong các trường hợp sau đây: 10](#_Toc27713795)

[Câu 7: Trình bày khái niệm và đặc điểm chiến lược đàm phán hợp tác trong kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa? 11](#_Toc27713796)

[Câu 8: Trình bày khái niệm và các loại câu hỏi thường được sử dụng trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa? 12](#_Toc27713797)

[Câu 9: Trình bày khái niệm và đặc điểm chiến lược đàm phán kiểu mềm trong kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa? 13](#_Toc27713798)

[Câu 11: Trình bày khái niệm, Nội dung văn hóa đàm phán kinh doanh quốc tế 15](#_Toc27713799)

[Câu 13: Phân tích đặc điểm văn hóa phương Tây trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ thực tế văn hóa đàm phán kinh doanh quốc tế để minh họa? 16](#_Toc27713800)

[Về phương thức sống 16](#_Toc27713801)

[Phương thức tư duy 16](#_Toc27713802)

[Trong q/hệ ứng xử người với người 16](#_Toc27713803)

[Cơ chế tầng bậc 17](#_Toc27713804)

[Khi trình bày vấn đề 17](#_Toc27713805)

[Đối với thời gian 17](#_Toc27713806)

[Tính kỷ luật và thời gian ra quyết định 17](#_Toc27713807)

[Tinh thần trách nhiệm 17](#_Toc27713808)

[Yếu tố quan hệ 18](#_Toc27713809)

[Quan điểm cạnh tranh trong đàm phán 18](#_Toc27713810)

[Câu 14.1: Bình luận: Chuẩn bị là giai đoạn quan trọng quyết định thành công của cuộc đàm phán KDQT? 18](#_Toc27713811)

[Câu 14.2 Cần phân biệt giữa sự kiện và lời bình trong đàm phán kinh doanh quốc tế để hiểu rõ hơn bản chất của vấn đề đàm phán 19](#_Toc27713812)

[Câu 14.3: “Cần tách những vấn đề liên quan đến quan hệ cá nhân ra khỏi vấn đề đàm phán trong đàm phán kinh doanh quốc tế” 19](#_Toc27713813)

[Câu 14.4: Bình luận :” Chiến thuật tri thức trong đàm phán kinh doanh quốc tế là tổng hợp tất cả các loại kỹ thuật, kỹ năng và thủ thuật đàm phán lấy tri thức làm chỗ dựa chủ yếu trong quá trình đàm phán” 20](#_Toc27713814)

[Câu 14.5: Bình luận: “Ngôn ngữ hình thể đóng vai trò nhất định trong hiểu rõ hơn nhu cầu đối tác đám phán kinh doanh quốc tế” 20](#_Toc27713815)

[Câu 14.6: Nhận định sau đúng hay sai? Giải thích: Hợp đồng kinh doanh quốc tế được soạn thảo và ký kết là sự phản ánh kết quả đạt được của quá trình đàm phán KDQT. 21](#_Toc27713816)

[Câu 15 : Phân tích đặc điểm của đối tác kinh tế của VN trong đàm phán, nếu ví dụ và giải pháp. 21](#_Toc27713817)

[Trung Quốc 21](#_Toc27713818)

[Mỹ: 23](#_Toc27713819)

[Mỹ version 2: ae chọn đặc điểm tùy hứng nhá 24](#_Toc27713820)

[● 15.1.1. Đặc điểm 24](#_Toc27713821)

[● 15.1.2. Giải pháp thích nghi 25](#_Toc27713822)

[Hàn Quốc: 25](#_Toc27713823)

[Nhật Bản: 26](#_Toc27713824)

[NHẬT BẢN - Ver chính thức ( Các bạn tự chọn 3 trong số các đặc điểm ghi ở dưới nhé) 28](#_Toc27713825)

[Nga 31](#_Toc27713826)

[Anh 33](#_Toc27713827)

Câu 1: Trình bày khái niệm đàm phán kinh doanh quốc tế và phân tích tính tất yếu của đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa đối với tính tất yếu này?

1.1 Khái niệm đàm phán kinh doanh quốc tế:

Đàm phán là một cuộc giao tiếp giữa 2 hay nhiều bên nhằm tạo ra các thỏa thuận, đạt sự thống nhất về một vấn đề gì đó mà các bên quan tâm.

* Đàm phán kinh doanh quốc tế là một cuôc đối thoại giữa các bên mang quốc tịch khác nhau để giải quyết những khác biệt, những điểm chưa thống nhất liên quan đến lợi ích trong kinh doanh để đi đến sự thống nhất thường thông qua một bản hợp đồng.
* Đàm phán hợp đồng kinh doanh quốc tế là một loại đàm phán hợp đồng kinh doanh trong đó yếu tố quốc tế được thể hiện là hai chủ thể tham gia đàm phán có trụ sở ở các nước khác nhau tham gia đàm phán nhằm kí kết hợp đồng kinh doanh quốc tế.

( bình thường hay hỏi đàm phán và đàm hợp hợp đồng kinh doanh quốc tế nên tớ thêm vào nhé )

1.2 Phân tích tính tất yếu của đàm phán kinh doanh quốc tế:

* Đàm phán diễn ra một cách khách quan ngoài ý chí con người bởi vì nó liên quan đến lợi ích của các bên, đòi hỏi các bên phải có chiến lược, chiến thuật để không bị thua thiệt. Đây là cách thức phù hợp nhất với các bên để giải quyết xung đột, tranh chấp, giải quyết sự khác biệt.
* Mỗi con người là một chủ thể nhận thức có năng lực, tính cách, quan điểm, sở thích riêng. Con người tồn tại và phát triển trong xã hội là do có sự hợp tác, đồng tâm, hợp lực và đoàn kết với nhau. Con người không thể tồn tại một mình nên phải tìm cách thỏa thuận hợp tác với người khác để cùng tồn tại. Để có thể chia sẻ các nguồn tài nguyên, chia sẻ lợi ích để cùng chung sống, con người phải tiến hành đàm phán, thương lượng với nhau theo cách mà các bên có thể chấp nhận được. Xu hướng của thế giới là đối thoại chứ không đối đầu. Khi đời sống kinh tế và chính trị ngày càng phát triển hơn, khi càng ngày càng ít người chấp nhận sự độc đoán của người khác thì đám phán trở thành phương tiện cơ bản để mọi người cùng được đảm bảo những lợi ích nhất định. Cùng với sự phát triển của văn minh vật chất thì nhận thức của con người về vai trò của văn hoá đối với sự phát triển xã hội được nâng lên. Con người ngày nay chú trọng nhiều hơn đến tính nhân văn trong mọi hoạt động vì đa số họ đều nhận thức được rằng chỉ có sự hoà hợp, ổn định thì doanh nghiệp, xã hội mới có thể phát triển bền vững. Chính vì vậy, hoạt động đối thoại, đàm phán, thương lượng luôn luôn được lựa chọn thay cho sự xung đột, đối đầu bằng bạo lực.

=> Do vậy, đàm phán là hoạt động mang tính tất yếu của con người.

* Ví dụ: Thành sang Trung Quốc để yêu cầu công ty của Fang bồi thường một khoản tiền về lô hàng xe đạp không đúng theo đơn hàng mà công ty của Thành đã đặt trước. Tuy biết có nhiều nhà cung cấp khác sẵn sàng cung cấp sản phẩm xe đạp cho công ty mình nhưng Thành không muốn xáo trộn tuyến cung cấp ổn định được thiết lập từ 3 năm nay với công ty của Fang. Trong khi đàm phán, Fang cho biết, công ty của cô không có khả năng bồi thường bằng tiền mặt cho công ty của Thành, cô chỉ có thể đổi lại những chiếc xe không đúng theo yêu cầu của đơn đặt hàng mà thôi. Thành và cuộc đàm phán đòi bồi thường Thành cho rằng nếu, Fang không bồi thường bằng tiền mặt thì công ty của anh không phục hồi được uy tín trước những khách hàng đã mua phải xe đạp bị lỗi. Khi nghe Fang giải trình về tình trạng bế tắc của công ty, Thành đã không giấu được vẻ mặt thất vọng. Sau đó anh bực bội rời khỏi phòng đàm phán và ngay lập tức ra sân bay về nước. Fang rất bối rối nhưng vì sợ mất thể diện nên cô đã không mời Thành quay lại. Sự hợp tác của hai công ty chấm dứt ngay sau sự đổ vỡ trong cuộc đàm phán này. Vì vậy đàm phán rất quan trọng và mang tính tất yếu, nếu không biết cách đàm phán đúng thì sẽ mất đi những cơ hội kinh doanh và gây thiệt hại cho công ty.

Câu 2: Trình bày khái niệm tổ chức đàm phán kinh doanh quốc tế?

**Trả lời:**

**-** Khái niệm tổ chức đàm phán kinh doanh quốc tế:

+ Tổ chức một cuộc đối thoại giữa hai hay nhiều bên để bàn và tiến tới thống nhất một số hoặc tất cả các vấn đề được nêu ra trong cuộc đàm phán, mà những vấn đề này trước khi đàm phán còn có những ý kiến, quan điểm khác nhau, chưa nhất trí.

+ Trên cơ sở thỏa thuận, thống nhất các vấn đề đã được bàn bạc trong đàm phán, đôi bên tiến hành ký kết các hợp đồng kinh doanh quốc tế và tổ chức thực hiện các hợp đồng này.

Câu 3: Trình bày nội dung chủ yếu của tổ chức đàm phán kinh doanh quốc tế.

Vai trò của tổ chức đàm phán kinh doanh quốc tế

* Các công việc chuẩn bị của tổ chức đàm phán để phục vụ cho buổi đàm phán được diễn ra,
* Việc tổ chức đàm phán thể hiện tính khoa học của đàm phán.Và mục đích của đàm phán là đi được đến ký kết hợp đồng. Do đó để thực hiện kinh doanh hiệu quả cần phải tổ chức tốt việc đàm phán làm cơ sở cho triển khai ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh doanh. Tổ chức và thực hiện tốt các cuộc đàm phán chính là một dịp tốt để các bên ký kết hợp đồng kinh doanh, có cơ hội gặp gỡ nhau, tạo điều kiện cho việc hiểu biết nhau tốt hơn và duy trì được quan hệ lâu dài với nhau.
* Thành viên trong đoàn đàm phán tự tin hơn, được trang bị đầy đủ thông tin, hiểu biết, kế hoạch chương trình…

Các bước công việc của tổ chức đàm phán

Nhìn chung các bước công việc trong đàm phán là một loạt các bước công việc có liên quan đến việc lập và thực hiện các kế hoạch. Tổ chức đàm phán sẽ chia thành các công việc như sau:

* Tổ chức thu thập và xử lý thông tin,
* Tổ chức nhân sự của quá trình đàm phán
* Tổ chức lập kế hoạch, xây dựng chương trình đàm phán.

Các công việc cần lập kế hoạch trong tổ chức đàm phán

* Các công việc chuẩn bị cho bản thân cuộc đàm phán(từ khâu thu thập thông tin đến xây dựng kế hoạch chung, kế hoạch chi tiết để đạt mục đích đề ra, luyện tập và thực hiện các chiến lược, chiến thuật đàm phán đó.)
* Các công việc bổ trợ cho cuộc đàm phán(từ việc lựa chọn thành phần đàm phán, phân công các công việc chung, đôn đốc các thành viên thực hiện đến tổ chức các chương trình ăn nghỉ, giải trí phục vụ đàm phán.)

Các bước công việc của tổ chức nhân sự cho cuộc đàm phán.

Các bước công việc phải tiến hành trong tổ chức nhân sự cho cuộc đàm phán:

* Bước 1: Lựa chọn thành phần đoàn đàm phán
* Bước 2: Phân công trách nhiệm cho từng cá nhân trong đoàn đàm phán:
* Bước 3: Tổ chức chuẩn bị của từng cá nhân và cho toàn nhóm.
* 3.1. Chuẩn bị nhóm bao gồm:
  + Chuẩn bị về mặt nội dung đàm phán
  + Chuẩn bị để sẵn sàng đối phó với các tình huống
  + Chuẩn bị để lên đường đàm phán nếu phải đi nước ngoài.
* 3.2. Chuẩn bị cá nhân bao gồm:
  + Trưởng đoàn đàm phán :
    - Trang phục chỉnh tề phù hợp với hoàn cảnh và phong tục tập quán nước sở tại.
    - Tự tin vào khả năng chuyên môn.
    - Có uy tín với các thành viên trong đoàn đàm phán.
    - Luôn giữ tác phong từ tốn đĩnh đạc.
  + Các nhà chuyên môn tham gia đoàn đàm phán: phải theo dõi đánh giá và đưa ý kiến tán thành hoặc bác bỏ ý kiến, cung cấp thông tin, chi tiết hoặc luận giải làm rõ vấn đề khi cần thiết,...Chẳng hạn như:
    - Chuyên gia kỹ thuật: tuỳ từng trường hợp cụ thể đưa ra nhận định có chuyên môn nghiệp vụ về các loại hàng hoá đang đàm phán,...
    - Chuyên gia kinh tế: Phân tích khả năng tài chính của doanh nghiệp và đối tác….
    - Chuyên gia luật pháp.
    - Chuyên gia công nghệ
  + Người phiên dịch.
  + Thư kí đoàn đàm phán: lo các điều kiện phục vụ đàm phán
* Bước 4: Tiến hành đàm phán thử bằng phương pháp đóng vai.
* Bước 5: Bổ sung hay hạn chế thành phần ( nếu cần)
* Bước 6: Tiến hành công tác chuẩn bị khác liên quan đến nhân sự như làm thủ tục xuất nhập cảnh, đặt khách sạn ( nếu cần).

Người dẫn đầu cuộc đàm phán phải chuẩn bị những gì ?

Người dẫn đầu đoàn đàm phán có vai trò rất quan trọng. Họ là người mở đầu, trình bày và quyết định kết thúc đàm phán. Người lãnh đạo là người chỉ huy tổ chức đàm phán, phải nắm chắc mục tiêu, nội dung và toàn bộ kế hoạch chuẩn bị đàm phán. Vì vậy, họ cần chuẩn bị những vấn đề sau:

* Chuẩn bị chung:
* Lựa chọn ra các thành viên của đoàn đàm phán
* Phân công trách nhiệm, quyền hạn và vai trò cho từng thành viên
* Tổ chức các cuộc đàm phán thử
* Quyết định nội dung, mục tiêu, kế hoạch đàm phán
* Xây dựng chiến lược, chiến thuật ứng phó các tình huống trong đàm phán
* Phải ứng tác trước các tình huống, tranh luận, nêu ra hướng kết luận và quyết định kết luận kết thúc đàm phán
* Chuẩn bị riêng
* Trang phục chỉnh tề phù hợp với hoàn cảnh và tập quán nước sở tại
* Chuẩn bị về tinh thần, tâm lý, tác phong trong đàm phán

Câu 4: Trình bày khái niệm và kĩ thuật mở đầu một cuộc đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa cho kĩ thuật mở đầu này?

**-** Khái niệm mở đầu 1 cuộc đàm phán kdqt: là cầu nối giữa ta và đối tượng đàm thoại, mở đầu đàm phán sẽ trình bày mục đích, yêu cầu và nội dung của cuộc đàm phán.

- Trong kĩ thuật mở đầu có 2 phương pháp :

- Phương pháp mở đầu trực tiếp:

· K/n: là Là cách thức mở đầu đàm phán trình bày mục đích, yêu cầu và nội dung của cuộc đàm phán một cách trực tiếp cho đối tác hiểu được.

· Mở đầu trực tiếp gồm 2 bộ phận cấu thành:

+Khai vấn đề

+Đặt vấn đề

· Ưu điểm

+ Tiết kiệm thời gian

+ Đối tác nhanh chóng hiểu mục tiêu và nội dung đàm phán

+Thích hợp với những cuộc đàm phán chớp nhoáng, thời gian đàm phán có hạn, không cho phép lan man.

· Nhược điểm

+Mở đầu trực tiếp có thể gây ra những phản ứng về mặt tâm lý do đó ngưòi đi dp phải chuẩn bị về mặt tâm lý, ứng xử với cách mở đầu trực tiếp.

+ Hơi khô khan cứng nhắc

+Lời văn ngắn gon nhưng phải bao hàm toàn bộ nội dung chính

- Phương pháp mở đầu gián tiếp:

· K/n: Là cách thức mở đầu theo đó người mở đầu trình bày vấn đề một cách tổng quát gián tiến, dựa vào một điểm nào đó liên hệ với vấn đề rồi chuyển vấn đề sang bàn luận rộng tiếp.

· Bao gồm 3 phần: Khai vấn đề, chuyển vấn đề và đặt vấn đề

+Khai vấn đề: tạo ra 1 bối cảnh để liên hệ với vấn đề cần liên tưởng

+Chuyển vấn đề: tạo ra 1 bước đệm để liên hệ bối cảnh với vấn đề

+ Đặt vấn đề: trình bày vấn đề 1 cách trực tiếp

· Ưu điểm:

+Thích hợp trong điều kiện các bên đàm phán đều có thời gian, không gấp gáp hay các đối tác mới quan hệ

+ Tránh hiện tượng người mở đầu đi quá đà làm cho bên đối tác khó hiểu được trọng tâm của vấn đề cần đàm phán

· Nhược điểm

+vấn đề vòng vo quá lâu làm giảm sự chú ý tập trung của đối tác đàm phán vào trọng tâm vấn đề mà ta cần đàm phán.

+ mang tính chất hoa văn, mĩ miều nhiều hơn là tính sòng phẳng.

+ Đòi hỏi lập luận, số liệu hết sức phong phú và rõ ràng

+Gây tốn kém và đòi hỏi sự chuẩn bị thật kỹ càng, cẩn thận

Câu 5: Trình bày khái niệm và nội dung kỹ thuật lập luận chứng minh trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa?

- Khái niệm: Nhằm khẳng định và chứng minh ý kiến mà ta đưa ra trong quá trình đàm phán

- Vai trò: Là công cụ để tạo lòng tin nơi đối tác, chứng minh ý kiến của mình là đúng, là phù hợp.

=> Phương pháp này được áp dụng trong trường hợp chúng ta muốn thuyết phục bên đối tác thay đổi ý kiến và đồng ý với quan điểm của chúng ta

- Phương pháp cơ bản: Trực tiếp đưa ra những sự kiện, những số liệu để làm cơ sở chứng minh cho những điều đã trình bày

o Ví dụ: muốn chứng tỏ với đối tác tình hình kinh doanh của công ty đang tốt khi trình bày sẽ sử dụng bảng biểu biểu đồ tốc độ tăng trưởng doanh thu lợi nhuận của công ty để giới thiệu với đối tác

- Phương pháp dựa vào uy tín: trích dẫn và đưa ra những lời nói, ý kiến của một danh nhân nào đó về một vấn đề gần giống với vấn đề đang thảo luận

o Ví dụ “Anh không thể chỉ hỏi khách hàng họ muốn gì rồi cố gắng tới thứ họ đó. Đến lúc anh làm được thứ đó, thì họ đã muốn thứ gì đó khác rồi”

- Phương pháp phòng ngự và lấn át: Khi hai bên đàm phán phát sinh tranh chấp mâu thuẫn, chẳng qua cũng chỉ là việc bé xé ra to, là chướng ngại trong khi đàm phán. Cần biết thay đối cuộc đối thoại

o Ví dụ “ trong hợp đồng, còn một số điều khoản cần phải xem xét, chúng ta có thể chuyển sang điều khoản “…” được không ?

- Phương pháp làm giảm sự trì hoãn của đối tác: Không nhất thiết phải trả lời tận cùng câu hỏi của đối phương. Trong quá trình tiến thêm một bước đàm phán, chúng ta có thể sẽ rơi vào thế bị động

o Ví dụ: khi đối tác yêu cầu giới thiệu về quy trình sản xuất sản phẩm. Chúng ta không được giới thiệu quá chi tiết tất cả các công đoạn, chỉ nên tập trung vào những công đoạn tạo nên thành công của sản phẩm

- Phương pháp đưa ra những câu hỏi bẫy: “Biết người nhanh nhạy qua câu trả lời. Biết người khôn ngoan qua cách đưa câu hỏi". Những câu hỏi ý kiến người khác là nguồn cung cấp thông tin rất quý giá

o Vai trò: Là công cụ khai thác thông tin từ phía đối tác

Câu 6: Trình bày khái niệm và nội dung kỹ thuật vô hiệu hóa trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa?

6.1. Khái niệm:

Kỹ thuật vô hiệu hóa nhằm mục đích tối ưu hóa lợi ích của bên mình. Là kỹ thuật cần thiết trong đàm phán kinh doanh quốc tế khi bên đối tác có phản ứng chống đối tự nhiên do đuối lý hoặc khi bên ta đưa ra những lập luận chưa phù hợp với quan điểm của họ do chưa tìm hiểu kỹ đối tác.

6.2. Nội dung:

· Bước đi thực hiện việc vô hiêu hóa ý kiến đối tác

Bước 1: Xác định vấn đề cần phản đối

Bước 2: Xác định những nguyên nhân của sự phản đối

Bước 3: Phân tích và tìm lời phản đối

Bước 4: Lựa chọn phương pháp vô hiệu hóa

Bước 5: Lựa chọn chiến thuật vô hiệu hóa

Bước 6: Tiến hành vô hiệu hóa, đồng thời kết hợp với các phương pháp lập luận bác bỏ.

· Các phương pháp vô hiệu hóa ý kiến của đối tác:

*Năm phương pháp phổ biến được sử dụng để vô hiệu hóa ý kiến của đối tác bao gồm:*

1. *Phương pháp phòng vệ:* Theo phương pháp này thì bên ta cần chuẩn bị việc trình bày các ý kiến thật logic và chặt chẽ làm cho đối tác không thể phê bình hay phản đối ta. Phương pháp này chỉ áp dụng khi ta có đầy đủ bằng chứng và dẫn chứng để chứng minh vấn đề chúng ta đang vô hiệu hóa.

2. *Phương pháp đồng ý trước rồi phản đối sau*: Đó là kiểu trả lời “Vâng, nhưng…”. Theo phương pháp này thì khi ta trình bày một ý kiến và đối tác chưa hiểu và phê bình ta thì trước hết bên ta cần lắng nghe ý kiến của đối tác, sau đó giải thích lại và nhấn mạnh những ưu điểm và lợi ích của giải pháp và ta đưa ra để vô hiệu hóa ý kiến đối tác. Chỉ áp dụng phương pháp này khi chúng ta hoàn toàn tin tưởng ý kiến mình đưa ra là đúng.

3*. Phương pháp sử dụng câu tương đương*: Khi nghe đối tác phê bình, ta sẽ nhắc lại câu phê bình đó bằng một câu tương đương và sau đó tìm câu trả lời. Phương pháp này áp dụng khi bên đối tác chỉ trích gay gắt, sử dụng câu tương đương để làm giảm nhẹ tâm lý căng thẳng của đối tác.

4. *Phương pháp chuyên gia*: Để vô hiệu hóa đối tác ta có thể sử dụng ý kiến, kinh nghiệm của các chuyên gia trong việc giải quyết một vấn đề tương tự. Khi sử dụng phương pháp này đòi hỏi ta phải lựa chọn một chuyên gia có uy tín thì mới có thể thuyết phục được đối tác.

5*. Phương pháp đồng ý có điều kiện*: Trong đàm phán có những trường hợp vì lý do nào đó mà hai bên không thể đi đến thống nhất ý kiến, quan điểm, bên đối tác phản đối gay gắt ý kiến của ta, nếu ta cảm thấy không thể vô hiệu hóa hoàn toàn ý kiến đối tác thì ta có thể chấp nhận lời phản đối của bên đối tác nhưng đưa ra điều kiện có lợi hơn cho bên mình, nhằm giảm bớt một phần bất lợi cho ta.

6.3. (VDMH) Vô hiệu hóa ý kiến đối tác là cần thiết trong các trường hợp sau đây:

1. Trong tình huống mà những căn cứ và số liệu đối tác đưa ra không còn hợp lý với tình hình hiện tại của vấn đề đang đàm phán.

2. Trong một số trường hợp, bên đối tác có phản ứng chống đối tự nhiên do đuối lý.

3. Trường hợp đối tác muốn thử khả năng của bên mình.

4. Trường hợp khẩn cấp như lúc bên ta đưa ra những lập luận chưa phù hợp với quan điểm của họ do chưa tìm hiểu kỹ đối tác.

5. Trong trường hợp ta có đủ bằng chứng chứng minh ý kiến, quan điểm của bên đối tác đưa ra là không đúng.

Câu 7: Trình bày khái niệm và đặc điểm chiến lược đàm phán hợp tác trong kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa?

Khái niệm: Là kiểu đàm phán trong đó cả hai bên hoặc các bên đàm phán cùng làm việc với nhau để cố giúp tìm ra các giải pháp liên kết và thỏa mãn tất cả các bên có liên quan, cảm xúc tách biệt với công việc.

Đặc điểm: (3 kiểu luôn)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Mềm | cứng | hợp tác |
| Đối tác | Coi đối tác như bạn bè | Như địch thủ | Như những cộng sự |
| Mục tiêu | Đạt thỏa thuận giữ mối quan hệ | Giành thắng lợi bằng mọi giá | Giải quyết vấn đề hiệu quả và thân thiện |
| Điểm xuất phát | Nhượng bộ để giữ quan hệ | Bắt ép đối tác nhượng bộ | Tách biệt cảm xúc và công việc |
| Chủ trương | Với việc và ng đề ôn hòa | Với việc và ng đều cứng rắn | Ôn hòa với ng khác, nguyên tắc với cv |
| Lập trường | Dễ thay đổi | Kiên trì giữ vững lập trường | Chú ý tới hiệu quả |
| Phương pháp | Đề xuất kiến nghị | Uy hiếp đối tác | Cùng tìm kiếm lợi ích chung |
| Phương án | Đưa ra phương án mà đối tác có thể tiếp thu đc | Đưa ra phương án có lợi cho mk | Tìm nhiều phương án để 2 bên lựa chọn |
| Biểu hiện | Tránh xung đột đến mức tối đa | Tranh đua sức mạnh ý chí | Căn cứ tiêu chuẩn khách quan để lựa chọn |
| Kết quả | Khuất phục sức ép của đối tác | Tăng sức ép khiến đối tác khuất phục | Khuất phục nguyên tắc chứ k khuất phục sức ép |

Câu 8: Trình bày khái niệm và các loại câu hỏi thường được sử dụng trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa?

Đàm phán trên lĩnh vực KT & KDQT là cuộc đối thoại giữa 2 hay nhiều bên về các vấn đề mà các bên cùng quan tâm nhưng chưa đạt được sự nhất trí. Các loại câu hỏi thường được sử dụng trong đàm phán kinh doanh quốc tế:

*a)* *Câu hỏi đóng:*

Đây là loại câu hỏi mà người trả lời chỉ được trả lời có hoặc không. Loại câu hỏi này được sử dụng khi chúng ta muốn thu hẹp vấn đề theo chủ ý, sau khi vấn đề đưa ra đã được thảo luận một cách dầy đủ và chi tiết, chuẩn bị chuyển sang nội dung khác. Ví dụ: Các ngài đã hài lòng về điều khoản này chưa?

*b) Câu hỏi mở.*

Câu hỏi mở được sử dụng khi bắt đầu thảo luận một vấn đề hoặc khia thác thêm ý kiến của đối tác khi ta chưa hiểu rõ ý đồ, mục đích câu trả lời của đối tác. Câu hỏi mở thường bắt đầu bằng: Tại sao? Ai? Cái gì? Như thế nào?...... Ví dụ: Tại sao các ngài chưa hài lòng với mức chiết khấu 2% mà chúng tôi đưa ra?

*c) Câu hỏi gián tiếp.*

Câu hỏi gián tiếp được sử dụng trong trường hợp muốn đề cập đến vấn đề nào đó nhưng không muốn nói đến một cách trực tiếp, tránh làm đối tác cảm thấy đột ngột. Ví dụ: Trưởng đoàn đàm phán của Công ty Xuất khẩu giày da Hà Nội hỏi đại diện bên nhập khẩu: “Các ngài có nhận xét gì về thị trường giày da xuất khẩu của Việt Nam?”

*d) Câu hỏi nhằm chuyển chủ đề.*

Câu hỏi này áp dụng khi chúng ta muốn chuyển hướng vấn đề đang thảo luận sang vấn đề khác sao cho phù hợp với kế hoạch hoặc khi vấn đề đã được thống nhất. Ví dụ: Phía các ngài còn có ý kiến nào khác về điều khoản này không?

*e) Câu hỏi thăm dò ý kiến đối tác.*

Loại câu hỏi này được áp dụng khi chúng ta muốn đưa ra quyết định nhưng chưa biết ý đồ của đối tác hoặc khi đối tác ngại đưa ra ý kiến của mình. Ví dụ: Các ngài có đề xuất nào để phương thức giao hàng được tiến hành thuận lợi cho cả hai bên không?

Ngoài ra, chúng ta còn có thể áp dụng những câu hỏi kích thích sự suy nghĩ, câu hỏi mập mờ, câu hỏi dẫn dắt… tùy theo từng diễn biến cụ thể của quá trình đàm phán.

Câu 9: Trình bày khái niệm và đặc điểm chiến lược đàm phán kiểu mềm trong kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa?

**9.1 Trình bày khái niệm và đặc điểm chiến lược đàm phán kiểu mềm trong kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa?**

* **Khái niệm:** đàm phán, chiến lược liên quan đến một kế hoạch có định hướng, nó xác định đường hướng cơ bản, kết hợp đường hướng chung với các chủ trương hành động. Bởi vậy, khi nắm rõ chiến lược, các nhà đàm phán sẽ luôn có mục tiêu cụ thể, rõ ràng, có quyết định tiến thoái trước những biến động, thay đổi của tình hình. Trong chiến lược đàm phán kiểu mềm, nhà đàm phán coi đối tác như bạn bè, họ chú trọng đến việc xây dựng và duy trì mối quan hệ giữa hai bên.
* **Đặc điểm:**
* Tin tưởng đối tác, xem người đàm phán với mình như là bạn bè, người nhà
* Thường có thái độ lùi bước trước các áp lực, sẵn sàng nhượng bộ để duy trì mối quan hệ, bởi vậy, họ mềm mỏng với con người, vấn đề và dễ thay đổi lập trường.
* Chấp nhận thiệt hại đơn phương về mình để đạt được thỏa thuận
* Mục đích cao nhất là để giữ gìn, phát triển mối quan hệ với đối tác, không hẳn là mục đích kinh tế
* Ưu điểm: tốc độ đàm phán nhanh, dễ đạt được thỏa thuận. Tuy nhiên, trên thực tế, các nhà đàm phán ít khi chọn kiểu đàm phán mềm vì như vậy mình dễ bị chịu thua thiệt, nhất là khi đối tác có kiểu đàm phán cứng rắn.
* Thông thường, kiểu đàm phán này chỉ được áp dụng khi các bên có quan hệ lâu năm, tin cậy lẫn nhau hoặc trong quan hệ gia đình
* **Ví dụ:** Công ty Vinacafe muốn xuất khẩu cà phê hòa tan sang thị trường Mỹ, sẽ ký hợp đồng hợp tác với công ty Long Beach - 1 công ty phân phối hàng nhập khẩu hàng đầu của Mỹ. Vì mục tiêu ban đầu của Vinacafe là thâm nhập và bao phủ thị trường Mỹ, đưa sản phẩm của mình vào đời sống hằng ngày của người dân Mỹ nên ban lãnh đạo quyết định sử dụng kiểu đàm phán mềm với công ty Mỹ với mức giá và những ưu đãi về chiết khấu, điều kiện vận chuyển tốt để thuyết phục, giữ gìn mối quan hệ làm ăn lâu dài.

**9.2. Trình bày khái niệm và đặc điểm chiến lược đàm phán kiểu cứng trong kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ minh họa?**

* **Khái niệm:** Ngược lại với đàm phán kiểu mềm, người chọn kiểu đàm phán cứng rắn thường chủ trương đưa ra những điều khoản cứng rắn, đe dọa và tìm cách buộc đối tác chấp nhận chúng và giành chiến thắng trước thất bại của đối thủ.
* **Đặc điểm:**
* Tập trung mọi lực lượng vào theo đuổi mục đích của mình và không quan tâm đến lợi ích đối tác.
* Coi bàn đàm phán là cuộc đua sức mạnh và ý chí, coi đối tác như kẻ thù cần phải đè bẹp, gây áp lực lên đối phương, với mục đích để dành phần thắng bằng mọi giá.
* Mục đích là thu được lợi nhuận càng nhiều càng tốt
* Ưu điểm: lợi ích kinh tế luôn được đảm bảo ở mức cao nhất
* Nhược điểm: thường đưa người đàm phán vào thế cứng nhắc, thiếu linh hoạt. Nếu cả 2 bên đều chủ trương dùng phương pháp đàm phán này thì cuộc đàm phán dễ rơi vào trạng thái căng thẳng, dễ gây tổn hại mối quan hệ giữa 2 bên, thậm chí là phá hỏng mối quan hệ
* **Ví dụ:** Thành sang Trung Quốc yêu cầu công ty của Fang bồi thường một khoản tiền về lô hàng xe đạp không đúng với đơn hàng mà công ty của Thành đã đặt trước. Fang cho biết, công ty của cô không có khả năng bồi thường bằng tiền mặt cho công ty Thành, cô chỉ đổi lại những chiếc xe không đúng yêu cầu của công ty anh mà thôi. Thành cho rằng, nếu Fang không bồi thường thiệt hại bằng tiền mặt thì công ty của anh sẽ không phục hồi được uy tín trước những khách hàng đã mua phải xe đạp bị lỗi. Fang thì lại giải trình về tình trạng khó khăn của công ty. Sau đó, Thành bực bội rời phòng đàm phán, ngay lập tức ra sân bay về nước. Sự hợp tác của 2 bên đã chấm dứt ngay sau buổi đàm phán này.

Câu 11: Trình bày khái niệm, Nội dung văn hóa đàm phán kinh doanh quốc tế

* Khái niệm văn hóa đàm phán kinh doanh quốc tế

Văn hóa là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy trong quá trình hoạt động thực tiễn, trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội.

Văn hóa đàm phán là tất cả những gì các bên phải chú ý trong khi đàm phán. Văn hóa đàm phán có thể biểu hiện ra ngoài mà cũng có thể không biểu hiện ra ngoài.

Đàm phán kinh doanh quốc tế là quá trình đàm phán giữa các đối tác để quyết định việc thực hiện các bước, các hợp đồng kinh doanh quốc tế.

Văn hóa đàm phán kinh doanh quốc tế là những gì các bên phải chú ý trong quá trình đàm phán giữa các đối tác để quyết định việc thực hiện các bước, các hợp đồng kinh doanh quốc tế.

* Nội dung văn hóa đàm phán kinh doanh quốc tế

Văn hóa đàm phán bao gồm những vấn đề chính sau đây:

Thứ nhất: Nhân sự đàm phán

Thứ hai: Bố trí lịch đàm phá

Thứ ba: Tổ chức bàn đàm phán

Thứ tư: Tổ chức nghỉ ngơi trong quá trình đàm phán

Thứ năm: Ngôn từ đàm phán

Thứ sáu: Các tác phong nghề nghiệp khác

Thứ bảy: Nghi thức quốc tế trong quá trình đàm phán

Trong bảy vấn đề đó thì những nội dung đầu tiên mang tính kỹ thuật nhưng cũng cần phải chú trọng vào vấn đề văn hóa để sắp xếp nhân sự, bố trí lịch đàm phán, tổ chức đàm phán và nghỉ ngơi một cách phù hợp với văn hóa các bên.

Và với ba vấn đề cuối cần nghiên cứu dựa trên 5 nguyên tắc cơ bản là: hãy nghiêm túc, hãy cẩn trọng, không phung phí thời gian, hãy tỏ ra đáng tín nhiệm và hãy tích cực.

a, Ngôn từ giao tiếp và tác phong làm việc hiệu quả

Một cuộc đàm phán thành công là kết quả của một quá trình chinh phục đối tác. Chính vì vậy, việc xây dựng hình ảnh cá nhân (thông qua cách phục trang phù hợp, thái độ lịch thiệp cùng sự tự tin) ngay từ lần gặp đầu tiên rất quan trọng. Người giao tiếp giỏi, khi nói luôn giữ thái độ đúng mực, không lạnh nhạt - nhưng cũng không quá vồn vã, không kiêu ngạo - nhưng cũng không quá khiêm tốn.

b. Chỗ ngồi

Đối với bàn đàm phán, người tổ chức phải bố trí sao cho vừa thuận tiện cho trao đổi, vừa thân mật. Thông thường, các trưởng đoàn đàm phán sẽ ngồi đối diện với nhau, hai bên là các nhân vất quan trọng sau trưởng đoàn, phiên dịch viên cần một chỗ ngồi gần với một trưởng đoàn hoặc cả hai. Bàn đàm phán phải đủ rộng nhưng không quá xa.

c. Nghi thức ăn uống

Trong mọi cuộc đàm phán, hầu như các bên đàm phán đều có cơ hội ngồi ăn với nhau. Vì vậy, phong cách ăn uống trang nhã, lịch sự sẽ đem lại cho ta 10% thành công.

d. Nghi thức giao tiếp quốc tế

Điều quan trọng nhất là cần phải tìm hiểu và áp dụng các tập quán địa phương. Nhà đàm phán sẽ tỏ ra là người có giáo dục, biết tôn trọng các phong tục tập quán của địa phương đó. Không được tỏ ra khó chịu với bất kỳ điều lạ lẫm nào xảy ra, hãy cho đối tác thấy là phong tục của họ rất thú vị.

Câu 13: Phân tích đặc điểm văn hóa phương Tây trong đàm phán kinh doanh quốc tế? Lấy ví dụ thực tế văn hóa đàm phán kinh doanh quốc tế để minh họa?

Về phương thức sống

-Trọng động, hướng ngoại, cởi mở.

ví dụ: người pháp Trong đàm phán họ chào hỏi thân mật bắt tay, ôm, hôn. Rất cởi mở để tạo không khí đàm phán thuận lợi nhất cho cả 2 bên

- Tự lập từ rất sớm

- Đối với cộng đồng: thường sống tách biệt với cộng đồng

Phương thức tư duy

- Nặng về phân tích, duy lý

Trong q/hệ ứng xử người với người

- Chủ nghĩa cá nhân: coi cá nhân là quan trọng và là hạt nhân cơ bản của xã hội, mục tiêu của tập thể phải gắn liền với mục tiêu của cá nhân và có khi là lệ thuộc. --

-Con người cá nhân được khích lệ sống tự do, thẳng thắn, độc lập không chỉ trong suy nghĩ mà còn trong hành động. Sự độc lập của cá nhân được đánh giá cao

Ví dụ: - người đức trong đàm phán Rất chú ý đến các chức danh: Ví dụ Ngài Giáo sư Schmitt

- Người pháp Thích thắng trong cuộc tranh luận về tính hợp lý của vấn đề mình đưa ra

Cơ chế tầng bậc

- Bình đẳng, không coi trọng địa vị, cái mà họ quan tâm là hiệu quả công việc.

-họ quan niệm rằng: Mọi người sinh ra đều có quyền bình đẳng như nhau, và vì thế địa vị không còn quan trọng trong giao tiếp.

Ví dụ: tại Mỹ, trên bàn đàm phán có cả người da trắng, da vàng, da màu, có cả nam và nữ. họ tôn trọng quyền bình đẳng con người chứ không phân biệt giới tính hay chủng tộc

Khi trình bày vấn đề

- Luôn vào thẳng vấn đề, nói một cách thẳng thăn, rõ ràng, không ngần ngại, nêu rõ nhu cầu của mình.

-ví dụ: người đức Trong thương vụ làm ăn, luôn luôn quan tâm đến mức lợi nhuận mà thương vụ sẽ đem lại cũng như phần trăm hoa hồng có được từ lợi nhuận đó.

Vi dụ: trong cuộc đàn phán tại Mỹ, sẽ không có các nghi thức hỏi thăm gia đình ông A hay khen con cái gia đình ông B như người trung quốc. mà vào thẳng luôn công việc cần phải làm

Đối với thời gian

-Coi thời gian là vàng là bạc, tiết kiệm thời gian từng phút từng giây

-Họ đúng hẹn và chỉ làm một việc trong một khoảng thời gian nhất định về một lĩnh vực, rất xem trọng chuyện giờ giấc và ít khi trễ giờ trong các cuộc hẹn làm ăn.

Ví dụ: người đức Phong cách ứng xử lễ nghi hơn cả người Mỹ. Hẹn đúng giờ là yêu cầu rất quan trọng. nếu đoàn của bạn tới muộn trong đàm phán, cuộc đàm phán có thể sẽ bị thất bại ngay

Tính kỷ luật và thời gian ra quyết định

-Luôn đưa ra quyết định sớm và nhanh nhất, nếu họ muốn, họ không ngần ngại nói thẳng ý kiến của mình mà không cần hỏi cấp trên

Ví dụ: trong đàm phán với người Pháp, các thành viên là kỹ thuật viên có quyền đưa ra nhận định ý kiến của mình 1 cách thẳng thắn với chính sếp của mình và đối tác

Tinh thần trách nhiệm

- Tinh thần trách nhiệm rất cao. Mình lãnh đạo một đất nước, cộng đồng, cơ quan, đoàn thể…thành công thì mình hưởng, thất bại mình phải chịu chứ không thể đổ lỗi cho ai.

Ví dụ: trong cuộc đàm phán của người Mỹ. trưởng đoàn có quyền lực và vai trò rất quan trọng, khi đàm phán thành công, họ sẽ là người được tuyên dương nhiều nhất, nếu thất bại hay sai sót, thì họ sẽ phải chịu trách nhiệm cao nhất

Yếu tố quan hệ

-Làm việc một cách sòng phẳng, rõ ràng, ít chịu ảnh hưởng bởi các mối quan hệ, chỉ quan tâm đến vấn đề lợi ích đạt được,

Ví dụ: đối với cuộc đàm phán của người đức : “Tôi làm ăn với anh bất kể anh là ai và chúng ta rất sòng phẳng và rõ ràng trong các hợp đồng”

Quan điểm cạnh tranh trong đàm phán

-Cạnh tranh trong kinh doanh không nhất thiết luôn là thắng - thua (win-lose), trong rất nhiều trường hợp nó là tình huống cùng thắng (win-win).

-Từ cạnh tranh trong đối đầu sang cạnh tranh trong hợp tác

Ví dụ với người pháp, Trong đàm phán "Vâng" tức là "Có thể", "Không" tức là chúng ta hãy cùng thỏa thuận. họ luôn muố hướng đến giải pháp để có tiếng nói chung, tốt cho cả hai

Câu 14.1: Bình luận: Chuẩn bị là giai đoạn quan trọng quyết định thành công của cuộc đàm phán KDQT?

Theo tôi, bình luận này là Đúng.

Giải thích:

*Đàm phán là cuộc thảo luận giữa hai hay nhiều người thỏa thuận để đạt được mục đích chung qua 4 giai đoạn của cuộc đàm phán. Trong đó giai đoạn đầu tiên cần chuẩn bị là tổ chức thu thập và xử lý thông tin cần thiết cho đàm phán. Giai đoạn này đã bao trọn nội dung, các phương án để ứng biến với những thay đổi trong cuộc đàm phán, nếu không chuẩn bị kỹ thì sẽ rất dễ bị tuột mất đi cơ hội. Vì vậy chuẩn bị là khâu rất quan trọng và quyết định thành công của cuộc đàm phán.*

**---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

**Bonus**

- Đàm phán là một cuộc thảo luận giữa hai hay nhiều người đề đi đến một mục đích chung là đạt được thỏa thuận về những vấn đề ngăn cách các bên mà không bên nào có đủ sức mạnh để giải quyết những vấn đề ngăn cách ấy

- Có 4 giai đoạn của một cuộc đàm phán:

+ Khâu mở đầu: Tổ chức thu thập và xử lý thông tin

+ Khâu thứ hai: tổ chức nhân sự của quá trình đàm phán

+ Khâu thứ ba: tổ chức lập kế hoạch, xây dựng chương trình đàm phán

+ Khâu cuối cùng: tổ chức đàm phán

- Trong đó giai đoạn đầu tiên cần chuẩn bị là tổ chức thu thập và xử lý thông tin cần thiết cho đàm phán:

+ Thông tin về thị trường, đối tượng kinh doanh, đối tác, đối thủ cạnh tranh

+ Nhân sự

+ Kế hoạch

+ Giải trí, nghỉ ngơi

=> Giai đoạn này đã bao trọn toàn bộ nội dung của cuộc đàm phán, các phương án để ứng biến với những thay đổi trong cuộc đàm phán nếu không chuẩn bị kỹ thì sẽ rất dễ bị tuột mất đi cơ hội.

Vì vậy chuẩn bị là khâu rất quan trọng và quyết định thành công của cuộc đàm phán.

Câu 14.2 Cần phân biệt giữa sự kiện và lời bình trong đàm phán kinh doanh quốc tế để hiểu rõ hơn bản chất của vấn đề đàm phán

***Trả lời***

Trong đàm phán kinh doanh quốc tế:

- Sự kiện: Là những sự việc quan trọng đã , đang và dự kiến sẽ xảy ra, có liên quan tới vấn đề đang đàm phán

- Lời bình về sự kiện: Là những ý kiến đánh giá tích cực hoặc tiêu cực về sự kiện xảy ra có liên quan tới vấn đề đang đàm phán

- Vấn đề đàm phán: Là những vấn đề về giá, quy cách chất lượng sản phẩm, giao hàng và thanh toán,..

Trong quá trình đàm phán kinh doanh quốc tế, các bên tham gia cần phải phân biệt rõ hai khái niệm trên để tránh việc có cái nhìn không rõ ràng về sự kiện, bị ảnh hưởng bởi những lời bình luận một chiều, đồng thời giúp họ có phân tích tổng quan về sự kiện, từ đó hiểu rõ hơn về bản chất của vấn đề đang đàm phán, đưa ra quyết định đúng đắn, tối ưu nhất để có lợi cho mình.

Câu 14.3: “Cần tách những vấn đề liên quan đến quan hệ cá nhân ra khỏi vấn đề đàm phán trong đàm phán kinh doanh quốc tế”

Đúng.

Để một cuộc đàm phán thành công thì tâm lý cá nhân cũng là một yếu tố quan trọng giúp cho cuộc đàm phán thành công. Nếu một nhà đàm phán có một tâm lý tốt, thoải mái trước khi đi đàm phán thì người đó sẽ tự tin, bĩnh tĩnh để giải quyết trước những tình huống khó xử xảy ra trong cuộc đàm phán. Ngược lại, nếu một người trước khi đi đàm phán có những vấn đề cá nhân không tốt xảy ra làm cho tâm lý khó chịu, dễ mất bình tĩnh khiến cho cuộc đàm phán không được theo ý muốn, thậm chí có thể là nguyên nhân dẫn đến thất bại. Vì vậy, trong mỗi cuộc đàm phán, người ta thường tập hợp những người được cử đi đàm phán trước một vài ngày để tạo tâm lí tốt nhất cho cuộc đàm phán và tránh bị ảnh hưởng bởi những vấn đề cá nhân.

Câu 14.4: Bình luận :” Chiến thuật tri thức trong đàm phán kinh doanh quốc tế là tổng hợp tất cả các loại kỹ thuật, kỹ năng và thủ thuật đàm phán lấy tri thức làm chỗ dựa chủ yếu trong quá trình đàm phán”

**Trả lời:**

Chiến thuật tri thức : là loại chiến thuật được xây dựng trên cơ sở kiến thức nghiệp vụ của lĩnh vực đàm phán. Đó là phương pháp lập luận chuyên môn của nhà đàm phán. Tùy theo nội dung cụ thể của lĩnh vực liên quan của mỗi cuộc đàm phán mà chiến thuật tri thức này có nội dung và hình thức cụ thể.

Câu 14.5: Bình luận: “Ngôn ngữ hình thể đóng vai trò nhất định trong hiểu rõ hơn nhu cầu đối tác đám phán kinh doanh quốc tế”

***Trả lời***

*- Nhận định trên là Đúng.*

*- Giải thích:*

*Khi đàm phán, nếu chú ý đến ngôn ngữ cơ thể của đối tác, chúng ta có thể "nghe" được nhiều điều mà có thể họ không trực tiếp nói ra. Bằng việc quan sát ngôn ngữ của toàn bộ cơ thể ( Đầu, cánh tay, bàn tay, thân, cẳng chân và bàn chân ) sẽ giúp chúng ta nhận biết được thái độ của đối tác, chẳng hạn nội dung nào quan trọng và nội dung nào ít quan trọng hơn với họ, từ đó xác định được chính xác một phần nhu cầu nào đối tác đang quan tâm.*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

***Bonus:***

Do vậy, Ngôn ngữ hình thể có tác động không nhỏ vào kết quả một cuộc đàm phán. Những cử chỉ không lời có thể khiến bạn trở nên mất lịch sự, thậm chí vô văn hóa nhưng cũng thể hiện sự lịch lãm, chững chạc, tự tin của bạn. Sử dụng ngôn ngữ ánh mắt, cử chỉ, gương mặt biểu cảm, giữ khoảng cách trong giao tiếp, là những kỹ năng thương lượng đàm phán trong kinh doanh cần nâng cao để bạn đạt được thành công.

**Ví dụ:**

*Khi đối tác chấp nhận ý kiến, có thể chú ý đến những dấu hiệu:*

- Ngẩng đầu- Hơi nheo mắt- Tháo kính mắt- Bóp nhẹ hai sống mũi- Nghiêng về phía trước, chân không vắt chéo, ngồi ở mép ghế- Biểu hiện bằng mắt- Đặt bàn tay lên ngực- Chống tay vào má hoặc cằm

*Những dấu hiệu thể hiện sự chống đối, không hài lòng.*

- Đưa tay ra sau cổ- Cựa quậy, nhúc nhích không yên- Không có biểu hiện gì bằng mắt- Đặt tay sau lưng- Đặt một bàn tay che miệng- Nắm tay hoặc cổ tay- Khoanh tay trước ngực- Liếc mắt nhanh- Nắm bàn tay lại

*Phát hiện sự nhàm chán:*

- Nhìn ra ngoài cửa sổ, một tay chống vào đầu, bẻ ngón tay... là các dấu hiệu chứng tỏ người nghe không còn chú ý nữa.

Câu 14.6: Nhận định sau đúng hay sai? Giải thích: Hợp đồng kinh doanh quốc tế được soạn thảo và ký kết là sự phản ánh kết quả đạt được của quá trình đàm phán KDQT.

*Trả lời:*

Đúng

Vì Soạn Thảo hợp đồng KDQT giúp cho doanh nghiệp chi tiết hóa những gì mình muốn, đồng thời dự liệu những gì đối tác muốn trước khi đàm phán. Nó được coi là bản kế hoạch cho việc đàm phán. Khi có một bản soạn thảo tốt coi như đã đạt 50% công việc đàm phán và ký kết hợp đồng kinh doanh quốc tế. Việc ký kết sẽ giúp 2 bên chắc chắn sẽ thực hiện các điều kiện đã ghi trong hợp đồng đem về lợi ích cho 2 bên.

Câu 15 : Phân tích đặc điểm của đối tác kinh tế của VN trong đàm phán, nếu ví dụ và giải pháp.

Trung Quốc

- Đặc điểm đối tác Trung Quốc trong đàm phán kinh doanh quốc tế :

+ người Trung Quốc là luôn tìm cách kéo dài các cuộc thương lượng, làm đối phương mất kiên nhẫn .

VD :Họ hay dùng thủ thuật “thẩm quyền” trong đàm phán. Họ thường nói không có “thẩm quyền”, nhưng thật ra họ có “thẩm quyền”; họ nói có “thẩm quyền” song thực ra là không có. Người Trung Quốc có lúc tỏ ra là người có quyền lực cho đến khi xuất hiện vấn đề họ phải “xin ý kiến cấp trên”. Cái thật, cái hư lẫn lộn, khó phân biệt.

GP : Cần phải tỏ ra bình tĩnh, không được bực bội. Sự mất kiên nhẫn của đối tác rất dễ bị lợi dụng và có khi phải nhượng bộ thêm.

+ Người Trung Quốc rất chú trọng thu thập thông tin. Họ không thích những chuyện bất ngờ.

GP: Chính vì vậy, nên thông báo cho họ cái gì có thể thông báo được, càng chi tiết càng tốt. Điều đó được phía Trung Quốc đánh giá cao.

+ Người Trung Quốc không thích nói “không” một cách thẳng thừng. Họ thích cách nói gián tiếp. Ví dụ: “Thật là bất tiện”. Cũng theo cách này bạn sẽ được trả lời “Vâng” cho mọi việc. Nhưng “Vâng” chỉ là nói suông. GP: Cần phải thận trọng xác minh lại rồi hãy kết luận.

+ Một thủ thuật khác của người Trung Quốc là luôn tìm cách kéo dài các cuộc thương lượng, làm đối phương mất kiên nhẫn.

VD: Họ hay dùng thủ thuật “thẩm quyền” trong đàm phán. Họ thường nói không có “thẩm quyền”, nhưng thật ra họ có “thẩm quyền”; họ nói có “thẩm quyền” song thực ra là không có. Người Trung Quốc có lúc tỏ ra là người có quyền lực cho đến khi xuất hiện vấn đề họ phải “xin ý kiến cấp trên”. Cái thật, cái hư lẫn lộn, khó phân biệt.

GP: Cần phải tỏ ra bình tĩnh, không được bực bội. Sự mất kiên nhẫn của đối tác rất dễ bị lợi dụng và có khi phải nhượng bộ thêm.

+ Trong đàm phán, người Trung Quốc hay sử dụng nhiều ngôn ngữ không lời.

VD: Họ cho rằng nhìn thẳng vào mặt người khác là một hành động thô lỗ, là sự đe dọa. GP: tránh nhìn thẳng vào người đối thoại.

+ Một điều nữa cần lưu ý khi tiếp xúc với người Trung Quốc. Đối với người Trung Quốc, ôm hôn, vỗ vai, vỗ lưng là điều tối kỵ, nhất là khác giới. Người Trung Quốc ác cảm với cử chỉ quá khích. Họ thường thầm lặng, ít bộc lộ qua lời nói của mình.

GP: cần phải biết đọc cảm xúc của họ. Cảm xúc tích cực thể hiện qua việc mỉm cười, gật đầu, giơ ngón cái.

+ Tặng quà là hành vi có ý nghĩa quan trọng. Đối với người Trung Quốc, trị giá món quà không quan trọng bằng cách tặng quà. Hình thức quà tặng nên chú ý đến màu sắc và cách gói. Không nên gói bằng giấy màu sẫm mà bằng giấy màu sáng (trừ màu trắng là màu tang tóc. Tốt nhất là giấy màu đỏ hay màu vàng.

Cách tặng phải khiêm tốn, chân thành và nói rõ mục đích, tỏ thành ý mong duy trì quan hệ tốt đẹp. Thường họ hay từ chối nhiều lần, cần nhắc đi nhắc lại. Tuyệt đối không tặng đồng hồ, dao, kéo, mũ có màu xanh lá cây, khăn tay, hoa màu trắng cho người Trung Quốc vì họ cho rằng những món quà đó mang lại xui xẻo. Riêng đối với người Quảng Đông, không tặng họ những món quà liên quan đến số 4 vì đồng âm với chữ “tử”.

\* Bài học kinh nghiệm

- Chú trọng xây dựng mối qh

-Tỏ ra tôn trọng văn hóa, lịch sử đối tác TQ

- Đừng hy vọng sẽ có 1 hợp đồng ki ngay vs TQ

- Đừng đòi hỏi họ có ngay quyết định tức thì

- Luôn kiên nhẫn trong mọi vấn đề vs người TQ và phải chuẩn bị nhiều phương án dự phòng.

Mỹ:

- 3 đặc điểm:

* Người Mỹ tuyệt đối chính xác về giờ giấc: Người Mỹ thường rất đúng giờ. Sự chậm trễ được hiểu là thiếu quan tâm, coi thường đối tác hoặc kém cỏi trong sắp xếp thời gian. Họ thường định trước thời lượng cho các cuộc gặp gỡ (các cuộc tiếp xã giao thường kéo dài 30 – 45 phút và hiếm khi quá 1 tiếng) và không ngại ngùng chủ động kết thúc khi hết giờ, nhất là khi họ có việc bận tiếp sau đó, hoặc thấy cuộc gặp không mang lại lợi ích gì. Không thiếu những cuộc gặp kết thúc trong khi phía khách chưa kịp đề cập hết các vấn đề muốn nói.
* Người Mỹ thường đi thẳng vào vấn đề chứ không nói vòng vo, họ có thể làm việc độc lập và tự mình ra quyết định mà không phụ thuộc và xin ý kiến của ai. Họ rất thẳng thắn trong mọi chuyện. các cuộc gặp làm việc với người Mỹ thường là ngắn, tập trung và đi thẳng vào vấn đề.
* Mỹ là dân tộc đa văn hóa, tránh đưa các vấn đề về chính trị, chủng tộc, tôn giáo ra bàn chuyện phiếm trong lúc bạn chưa có việc gì để làm. Bạn có thể nói bất cứ chuyện gì ngoài ba chuyện trên.
* Giải pháp thích nghi
* Đặc biệt chú trọng về vấn đề thời gian, nếu không may bị muộn 10 -15 phút thì nên gọi điện thoại báo trước và xin lỗi, và nếu có thể, cho biết lý do. Ngược lại, đến sớm có thể làm bên chủ bối rối do chưa sẵn sàng tiếp đón hoặc được hiểu là quá sốt ruột hoặc không có việc gì tốt hơn để làm. Nói chung, nên đến vào đúng thời gian ghi trên giấy mời hoặc đã hẹn.
* Người Mỹ thường rất thẳng thắn và không vòng vo nên khi đàm phán cần tránh nói dài dòng, tậm dụng thời gian của cuộc đàm phán để trình bày về ý kiến của mình. Trong các buổi đàm phán thương mại, cách đặt vấn đề của người ViệtNam rất dễ tiệm cận với phong cách của người Mỹ (dù đi lòng vòng nhưng người Việt Nam có thể nhìn thẳng vào vấn đề bất cứ khi nào). Vì vậy, nếu tránh được việc quanh đi quẩn lại với những vấn đề phụ (được xem là cách thăm dò ý tứ hoặc gợi ý tế nhị của nhiều quốc gia châu Á) thì những thỏa thuận rất dễ đạt được. Hãy nói chuyện với người Mỹ càng đơn giản càng tốt, nhưng phải thật logic.
* Người Mỹ khá cởi mở, bạn có thể bắt chuyện với trong thời gian giải lao hoặc trước khi đàm phán nhưng tuyệt đối tránh đề cập đến các vấn đề chính trị, tôn giáo, sắc tộc để tránh gây mất thiện cảm, làm không khí trở nên không thoải mái.
* Ví dụ

Nhiều thành phố ở Hoa Kỳ rất rộng; đi từ địa điểm này đến địa điểm khác có khi mất hàng giờ. Do vậy, khi sắp xếp các cuộc gặp cần phải tính trước thời gian đi lại và trừ hao thời gian tắc nghẽn giao thông.

Mỹ version 2: ae chọn đặc điểm tùy hứng nhá

* 15.1.1. Đặc điểm

- Nền kinh tế Hoa Kỳ là nền kinh tế hỗn hợp có mức độ phát triển cao.

Ví dụ: Đây là nền kinh tế lớn nhất thế giới tính theo giá trị GDP danh nghĩa. Nó có GDP bình quân đầu người đứng thứ 5 thế giới theo giá trị danh nghĩa $59,495 (2017). Dân số: 328.751.216 (2016)

- Vị thế là nước lớn, đưa ra nhiều yêu sách và không muốn nhận phần thiệt khi tham gia đàm phán với các đối tác khác

Ví dụ: Người Mỹ thường tách vấn đề ra nhiều phần nhỏ rồi tiến hành tấn công từng phần một. Trong cuộc đàm phán giá xuất khẩu Nhãn lồng Hưng Yên sang thị trường Mỹ. Khi nhượng bộ và thỏa thuận là giai đoạn cuối cùng trên bàn đàm phán. Những nhượng bộ rất linh hoạt trong suốt quá trình đàm phán về giá, về ưu đãi, chiết khấu… thì thỏa thuận cuối cùng là tập hợp của tất cả những thỏa thuận nhỏ về các nội dung cụ thể sao cho phía Mỹ được lợi nhất.

- Các cuộc gặp làm việc với người Mỹ thường là ngắn, tập trung và đi thẳng vào vấn đề. Đối với một số nền văn hóa vừa gặp nhau đã bàn ngay đến chuyện làm ăn thì có thể bị coi là mất lịch sự, trong khi đó người Mỹ lại thích nói chuyện làm ăn trước, sau đó mới nói đến chuyện cá nhân và các chuyện khác

Ví dụ: Người Mỹ không thích những khoảng thời gian im lặng trên bàn đàm phán và muốn lấp khoảng trống bằng những lập luận, bộc lộ thông tin. Họ rất quý thời gian nên không thích nói quanh cô mà muốn đi thẳng vào trung tâm vấn đề một cách nhanh chóng.

- Danh thiếp không quan trọng đối với người Mỹ. Người Mỹ trao danh thiếp cho nhanh không trịnh trọng như người Châu Á

Ví dụ: “ Đặt danh thiếp lên bàn”: Người Mỹ mong đợi thông tin trung thực từ bàn đàm phán.

- Khách đến thăm và làm việc thường mặc com lê thẫm mầu và Cravat. Mùa hè, mùa xuân hoặc những dịp không trang trọng lắm có thể mặc comle sáng mầu. Doanh nhân nữ cũng thường mặc com lê với màu sắc đa dạng hơn so với nam giới.

* 15.1.2. Giải pháp thích nghi

- Đa phần doanh nhân Việt Nam chọn cách ký một bản ghi nhớ trước khi có được hợp đồng, bởi họ cần nhiều thời gian để xây dựng mối quan hệ. Riêng với người Mỹ, cái gọi là bản ghi nhớ không mấy có giá trị, bởi theo quan điểm của học, tất cả các cuộc thương lượng phải được thể hiện bằng hợp đồng

- Tránh việc quanh đi quẩn lại với những vấn đề phụ, nói chuyện với người Mỹ càng đơn giản càng tốt, nhưng phải thật logic.

- Người Việt thường bắt đầu hoặc kết thúc các cuộc đàm phán bằng những hoạt động giải trí như căn uống, ca hát hoặc thậm chí là massage, quà cáp… để tạo sự thân thiện. Đối với người Mỹ, những hoạt động này không cần thiết có khi còn phản ứng ngược

Hàn Quốc:

* Người Hàn Quốc chú trọng hình thức bên ngoài:

VD: Khi đi giao dịch kinh doanh, người Hàn Quốc chuộng những loại quần áo gọn gàng, vừa vặn.

=> Nên chọn trang phục có màu sắc thanh nhã cho buổi gặp mặt đầu tiên. Nam thích hợp nhất là vest tối màu, áo sơ mi trắng và cà vạt. Còn nữ phổ biến nhất thường là chân váy kết hợp kết hợp với áo cánh nữ, váy với áo vest tối màu. Nên tránh chọn những trang phục chân váy quá ngắn và áo sát nách, quá chật trong những dịp giao dịch kinh doanh, thậm chí cả những buổi chiêu đãi thân mật.

* Quá trình đưa ra quyết định cuối cùng tốn nhiều thời gian:

Tốc độ đàm phán chậm và kéo dài vì phải trải qua rất nhiều giai đoạn như xây dựng mối quan hệ, thu thập thông tin, thương lượng và ra quyết định. Để đạt được thỏa thuận kinh doanh hoặc tạo dựng mối quan hệ, bạn có thể sẽ mất nhiều thời gian.

VD: Trong những buổi gặp mặt đầu, có thể bạn sẽ được đối tác Hàn Quốc mời cà phê để xây dựng mối quan hệ.

=> Phải kiên nhẫn trong quá trình đàm phán, tránh hấp tấp, vội vàng; có kế hoạch đàm phán phù hợp, linh hoạt để đối phó được các vấn đề có thể nảy sinh.

* Người Hàn Quốc thích sử dụng thủ thuật đánh lừa đối phương:

VD: Những thủ thuật bao gồm nói dối, gửi thông điệp không chính xác, giả vờ không quan tâm đến cuộc đàm phán hay đưa ra rất nhiều câu hỏi, liên tục chuyển chủ đề.

=> Cần phải chú ý những điểm quan trọng, kiên nhẫn, thận trọng lắng nghe để tránh bị nhầm lẫn những điều khoản hợp đồng.

* Người Hàn Quốc coi trọng mối quan hệ lâu dài:

Tại Hàn Quốc, sự kính trọng lẫn nhau chính là nền tảng cho quan hệ kinh doanh đi đến thành công. Họ coi trọng một mối quan hệ hợp tác lâu dài và hy vọng một kết quả có lợi cho cả đôi bên.

=> Biết cách biểu lộ sự chân thành và thành thực của mình trong quan hệ làm ăn. Khi bạn quay về nước, hãy nhớ giữ liên lạc với đối tác qua thư điện tử hoặc điện thoại.

Vì coi trọng mối quan hệ làm ăn lâu dài nên người Hàn Quốc cũng có xu hướng muốn kinh doanh với người họ đã quen biết trước hay hợp tác thông qua một mối quan hệ lâu dài mà họ tin tưởng.

=> Cần một người trung gian giới thiệu bạn với đối tác người Hàn Quốc, người này có địa vị càng cao, mối quan hệ càng thân quen với đối tác thì cơ hội kết giao làm ăn càng lớn.

Nhật Bản:

* 3 đặc điểm:
* Tôn trọng lễ nghi và trật tự thứ bậc

Xã hội Nhật Bản luôn được biết đến như là một xã hội chính thống, ý thức đẳng cấp rất cao, nó buộc mọi người phải có lễ nghi và trật tự thứ bậc trong quan hệ không chỉ trong gia đình mà còn trong cả các mối quan hệ xã hội. Điều này cũng được thể hiện trong đàm phán giao dịch ngoại thương. Người Nhật luôn tỏ ra lịch lãm ôn hòa không làm mất lòng đối phương, nhưng phía sau sự biểu hiện đó lại ẩn chứa một phong cách đàm phán đúng nghĩa “Tôi thắng anh bại”- điển hình vô tình của người Nhật.

* Tránh xung đột bằng cách thỏa hiệp

Người Nhật luôn coi đàm phán như một cuộc đấu tranh nhưng đồng thời người Nhật lại không thích tranh luận chính diện với đối thủ đàm phán. Khi họ cho rằng mình đúng mà đối phương tiếp tục tranh luận thì họ nhất định sẽ không phát biểu thêm. Họ cũng tránh xung đột bằng cách thỏa hiệp, co cụm và không áp dụng hành động nếu như họ cho rằng họ chưa suy nghĩ được thấu đáo mọi vấn đề.

* Thao túng nhật trình của đối tác

Đối với các doanh nghiệp nước ngoài khi sang Nhật đàm phán thì doanh nghiệp Nhật luôn tìm cách thao túng nhật trình của họ, để kéo dài thời gian đàm phán, lợi dụng tâm lý không muốn về tay không của các doanh nghiệp nước ngoài mà buộc họ vào cuộc trong tình trạng bất lợi.

* Giải pháp thích nghi cho các doanh nghiệp Việt:
* tìm hiểu kỹ văn hóa nhật bản, đặc biệt là các vấn đề về nghi lễ, thứ bậc trong văn hóa người Nhật nói chung và đặc biệt là trong phái đoàn đàm phán họ. tránh những trường hợp thất lễ hay đề cập đến những điều cấm kỵ của họ trong giao tiếp hay kịnh doanh.
* luôn luôn thận trọng và tỉnh táo trong cách cư xử, cảm xúc cũng như lịch trình làm việc của mình, tránh để đối tác kéo dài thời gian mà bản thân mình cũng không nhận ra nhằm tránh những quyết định gấp gáp, bất lợi cho doanh nghiệp mình.
* khi làm việc với đói tác đàm phán là người nhật, cần tránh các căng thẳng tranh cãi không cần thiết, mềm dẻo đúng chỗ, biết nhượng bộ điều kiện này để tạo lợi thế cho vấn đề đàm phán tiếp theo. Vì người Nhật thường rất háo thắng và phong cách đàm phán của họ thường là kiểu cứng
* Người Nhật rất coi trọng thư tín. Bạn cần đảm bảo xác định các giao dịch bằng giấy tờ. Trước khi lên đường bạn cần phải gửi lịch trình của mình và hỏi xem phía đối tác Nhật có đồng ý hay không. Dân tộc Nhật, cũng như nhiều dân tộc khác rất tôn trọng sự đúng giờ.

• Ví dụ:

- Khi đàm phán người Nhật có thói quen không chú ý nhiều vào người nói tiếng Anh, từng vấn đề sẽ được đưa ra để bàn bạc chứ không đem hết cùng một lúc. Người Nhật có sức chờ đợi phi thường.

- một đối tác người Mỹ sang Nhật để đàm phán cho một hợp đồng xuất khẩu oto. Lịch trình làm việc của ông ta tại Nhật là 10 ngày. Những ngày đầu đàm phán thì phía nhật luôn không đi vào vấn đề chính mà lần lượt kéo dài cho đến hết ngày rồi nghỉ, họ luôn giới thiệu về văn hóa, ẩm thực của mình cho đối tác Mỹ những ngày tiếp theo thì họ chủ động mời ông nghười mỹ này đi thăm thú cảnh đẹp và thưởng thức ẩm thực. mấy chỗ 8 ngày trôi qua mà cả 2 bên vẫn chưa thỏa thuận xong những vấn đề quan trọng nào. Ông người Mỹ thì không thể trở về tay không nên cuối cùng ông ta đã phải nhượng bộ một số điều kiện cho bên Nhật để có thể ký kết hợp đồng.

NHẬT BẢN - Ver chính thức ( Các bạn tự chọn 3 trong số các đặc điểm ghi ở dưới nhé)

**Các đặc điểm của đối tác kinh doanh quốc tế Nhật Bản trong đàm phán kinh doanh quốc tế:**

- **Kinh tế Nhật bản** là một nên kinh tế thị trường phát triển. Năm 2016, quy mô nên kinh tế này theo thước đo GDP danh nghieax đứng thứ 3 thế giới sau Mỹ và Trung Quốc. GDP bình quân đầu người năm 2017 là 38.550 USD, dân số: 126.905.256 người.

- Là quốc gia phương Đông đại diện cho văn hóa tập thể

- Người Nhật đặc biệt chú trọng đến nghệ thuật cúi đầu, bới nếu cúi đầu quá sâu trong hoàn cảnh không đúng sẽ bị cho là hành động kỳ quặc. Khi bắt tay đối phương không nên siết mạnh và không được giao tiếp bằng mắt. Khi giao tiếp không được cười thoải mái, cần nói nhỏ nhẹ với thái độ chững chặc

- Ngước Nhật rất coi trọng lịch hẹn và giờ hẹn, họ sẽ không chấp nhận bất cứ lí do nào nếu bạn đến muộn. Và coi đó là hành động khiếm nhã, không tôn trọng họ. Vì vậy khi có cuộc hẹn với các đối tác Nhật, phải cố gắng sắp xếp đến đúng giờ.

- Trong văn hóa giao tiếp của người Nhật trong kinh doanh, người có cấp bậc cao nhất sẽ là người tiến vào phòng đầu tiên, chủ nhà sẽ là người giới thiệu các thành viên tham sự và theo cấp bậc từ cao đến thấp.

- Nếu bạn có ý định trao đổi làm ăn với họ thì nên chuẩn bị kĩ danh thiếp của mình và trao danh thiếp ở lần gặp đầu tiên. Khi trao và nhận phải cầm bằng 2 tay và luôn để trên bàn. Kết thúc cuộc gặp nên cất vào ví, không được bỏ sau túi quần.

- Ở Nhật tặng quà là một nghệ thuật, thể hiện tình bạn, sự kính trọng, thái độ ngưỡng mộ. Khi nhận quà từ đối tác không nên mở trước mặt người tặng quà.

- Do người Nhật coi trọng bản sắc văn hóa của mình nên khi đối tác sử dụng được tiếng Nhật vừa là một thuận lợi, vừa gây ấn tượng tốt. Vì đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ thì số người biết nói tiếng Anh là rất ít.

- Đàm phán giao dịch ngoại thương. Người Nhật luôn tỏ ra lịch lãm ôn hòa không làm mất lòng đối phương, nhưng phía sau sự biểu hiện đó lại ẩn chứa một phong cách đàm phán đúng nghĩa “Tôi thắng anh bại”- điển hình vô tình của người Nhật.

- Đối với người Nhật thì đàm phán là một cuộc đấu tranh hoặc thắng hoặc bại, có thể nói là họ theo chiến lược đàm phán kiểu cứng tuy nhiên khi họ đưa ra yêu cầu thì những yêu cầu đó vừa phải đảm bảo khả năng thắng lợi cao song cũng phải đảm bảo lễ nghi, lịch sự theo đúng truyền thống của họ. Do đó trong đàm phán, khi đối mặt hoặc công khai đấu tranh với đối phương, họ không tỏ ra phản ứng ngay, họ biết cách sử dụng khéo léo những tài liệu có trong tay để giải quyết những vấn đề sao cho có lợi nhất về phía họ.

- Người Nhật luôn coi đàm phán như một cuộc đấu tranh nhưng đồng thời người Nhật lại không thích tranh luận chính diện với đối thủ đàm phán. Khi họ cho rằng mình đúng mà đối phương tiếp tục tranh luận thì họ nhất định sẽ không phát biểu thêm. Họ cũng tránh xung đột bằng cách thỏa hiệp, co cụm và không áp dụng hành động nếu như họ cho rằng họ chưa suy nghĩ được thấu đáo mọi vấn đề.

- Người Nhật trước khi bước vào đàm phán luôn có thói quen tìm hiểu mọi tình hình của đối phương, họ luôn quan niệm “trước hết tìm hiểu rõ đối tác là ai, mới ngồi lại đàm phán” chứ không phải “ngồi vào bàn đàm phán trước, rồi mới làm rõ đó là ai”.

- Đối với các doanh nghiệp nước ngoài khi sang Nhật đàm phán thì doanh nghiệp Nhật luôn tìm cách thao túng nhật trình của họ, để kéo dài thời gian đàm phán, lợi dụng tâm lý không muốn về tay không của các doanh nghiệp nước ngoài mà buộc họ vào cuộc trong tình trạng bất lợi.

- Một điểm quan trọng trong phong cách đàm phán của các doanh nghiệp Nhật là họ luôn lợi dụng điểm yếu của đối thủ. Ngoài mặt họ tỏ ra khiêm nhường kính trọng nhưng trên thực tế thì lại rất nhiều mưu kế toan tính bên trong, rất khó đối phó. Họ luôn mong đợi đối phương đưa ra vấn đề trước. Thái độ của họ rất lịch sự, hiếu khách, đợi cho đối tác nói ra hết đầy đủ vấn đề thì họ mới bắt đầu hỏi liên tiếp.

**Giải pháp:**

- Các đối tác Việt Nam cần phải có thái độ ôn hòa, mềm mỏng khi làm việc với người Nhật, tránh tỏ thái độ bức dọc, nóng nảy. Điều này có thể làm mất đi mối quan hệ tốt đẹp giwuax 2 bên. Trong khi đàm phán, người trẻ tuổi nên ngồi với tay đặt lên đùi, đầu và vai hơi nghiêng về phía trước để tỏ sự tôn kính với người lớn tuổi hơn

- Tránh dùng những từ nhạy cảm, đặc biệt là từ “ NO” ( KHÔNG), vì được xem là thiếu lịch sự. Thay vào đó, hãy nói “ Chúng ta hãy xem xét lựa chọn khác” hay “ Có lẽ đây là cách làm tốt hơn”. Người Nhật ít khi nói thẳng là “ Không”, tiếng “ Không” được xem là thô lỗ.

- Hãy gọi tên chính xác đối tác Nhật Bản được ghi trong danh thiếp. Xuất phát từ truyền thống lịch sử văn hóa lâu đời của mình, người Nhật dựa vào danh thiếp để gọi chính xác và đúng tên giao dịch vì họ tên người Nhật rất phức tạp.

- Trong các cuộc đàm phán, bên phía Việt Nam cần chuẩn bị mọi thứ sẵn sàng trước khi đàm phán 30 phút đến 1 giờ để có thể đảm bảo rằng cuộc đàm phán diễn ra tốt đẹp, cũng như không để tình trạng, nhân sự đến muộn trong cuộc đàm phán gây ức chế cho đối tác Nhật.

- Các đối tác Việt Nam nên chuẩn bị quà để có thể la

**Ví dụ minh họa:**

1. Công ty Vải Hồng ở Việt Nam xuất khẩu lô vải thiều của Việt Nam sang công ty MMISU của Nhật bản có cuộc đàm phán vào tháng 4/2019 tại Việt Nam. Tuy nhiên, do sự cố xảy ra trên đường đi, nên Chuyên gia Kỹ thuật của công ty Vải Hồng đến đúng lúc đoàn Việt Nam đang bắt tay chào nhau khiến đối tác người Nhật nhíu mày.

ð Việc đi trễ của chuyên gia Kỹ thuật đã khiến cho dối tác Nhật bản cảm thấy không được tôn trọng và có thái độ khó chịu.

Công ty MMISU có mang quà từ Nhật Bản sang để tặng cho đối tác Việt Nam, do trưởng đoàn không tìm hiểu trước văn hóa nên đã mở quà ra ngay trước mặt đối tác Nhật Bản của mình.

ð Điều này đi ngược với văn hóa tặng quà của người Nhật, đây lại là một điểm trừ cho phái đoàn Việt nam

Tuy nhiên, do biết được người Nhật coi trọng bản sắc văn hóa nên trong phái đoàn Việt Nam đã có người phiên dịch tiếng Nhật để bên Nhật Bản có thể hiểu để họ không cần phải đàm phán bằng tiếng anh ( ngôn ngữ không phải thế mạnh của họ)

Trong cuộc đàm phán, tuy có những lúc tình hình căng thẳng nhưng cả 2 bên vẫn luôn giữ thái độ bình tĩnh, nhã nhặn để không đẩy cuộc đàm phán vào căng thẳng.

ð Chính những điều này đã khiến phái đoàn Việt Nam ghi được điểm trong mắt đối tác người Nhật.

Cuối cùng, sau buổi đàm phán, cả 2 bên đã kí kết hợp đồng với những điều khoản thỏa thuận hợp tình hợp lí với cả 2 bên. Sau đó, phái đoàn Việt Nam mời đối tác Nhật đi ăn để tỏ lòng cảm ơn khi đã hợp tác.

Nga

*\* Các đặc điểm của đối tác kinh tế Nga và giải pháp thích nghi ( Các bạn tự chọn lấy 3 đặc điểm ngẫu nhiên nhé!!!) + ví dụ ( mk chỉ lấy 1,2 ví dụ rồi các bạn lấy đặc điểm nào thì chém ví dụ đó dựa vào đặc điểm nhé!!!)*

1. Kinh tế Nga là nền kinh tế lớn trên thế giới

Ví dụ: Nga là một nước phong phú về tài nguyên thiên nhiên như dầu mỏ, than và quặng thép. Đây cũng là một nước có nhiều ngành nông nghiệp phong phú. GDP bình quân đầu người: 10.248 USD, dân số 143.906.133 người (2019)

2. Quà tặng:

- Nên chuẩn bị một món quà để thể hiện sự phát triển của công ty bạn và tầm quan trọng của thương vụ sắp tới, thường là vật phẩm mang đặc trưng của vùng/đất nước bạn hoặc vật phẩm có logo của công ty bạn.

- Tặng quà cho nhau khi gặp gỡ là tập tục được đánh giá cao ở Nga. Đối với mối quan hệ thân thiết và lâu dài thì cá nhân người tặng quà phải tỉ mỉ chọn món quà phù hợp. Hoa luôn là món quà thích hợp, nhưng nhớ phải chọn số hoa lẻ. Số hoa chẵn chỉ được dùng để viếng tang. Hoa màu vàng và trắng còn có nghĩa liên tưởng tới đau thương và mất mát. Tránh tặng hoa màu đỏ vì nó tượng trưng cho tình yêu và sự lãng mạn.

Ví dụ: Quà dùng cho cuộc gặp gỡ kinh doanh nên là các đồ dùng cho văn phòng, bút (gồm bút cùng với logo của công ty bạn) và rượu. Trong bất kỳ hoàn cảnh nào, tránh dùng rượu vodka làm quà vì nó được hiểu là người khách chê tủ rượu kém phong phú của chủ nhà. Khi nhận lời tới nhà riêng, nên tặng nữ chủ nhà socola cao cấp.

3. Tín ngưỡng: Khi tiếp khách là người Nga, bạn nên thận trọng với màu sắc trang trí của nơi đón tiếp.Người Nga có cách hiểu riêng về màu sắc và con số.

=> Tốt nhất là sử dụng màu đỏ (đối với người Nga tượng trưng cho vẻ đẹp, sự phục sinh, tình yêu), xanh lá cây, xanh da trời, số 3, số 7 và số 12. Không được dùng màu đen và số 13. Sử dụng màu trắng cũng phải hết sức thận trọng vì người Nga cho rằng màu trắng tượng trưng cho sự tinh khiết, trong trắng, nhưng đồng thời cho cả đau thương.

4. Khoảng cách: Đối với người Nga, khoảng cách riêng tư nhỏ hơn so với những người Châu Âu khác.

=> Trong khi trao đổi có thể vỗ vai nhau hay nắm tay nhau, vì người Nga coi đó là sự thể hiện của tình thân thiện. Khi đã quen biết nhau lâu hơn - kể cả phụ nữ và nam giới - đều có thể ôm nhau hoặc hôn lên má để thể hiện tình thân.

5. Gặp gỡ và giao tiếp với đối tác Nga:

- Gặp mặt giữa nam giới, khi bắt tay nên chặt nhưng không nên lắc quá mạnh. Trường hợp một bên là nữ thì thời gian bắt tay không nên kéo dài.

- Trang phục của người Nga giản dị, vest tối màu cùng với cà vạt và sơ mi trắng. Nữ cũng phục trang tương tự nhưng áo sơ mi có màu nhạt hơn. Ngoài ra cũng có thể mặc váy nhưng có độ kín đáo vừa phải.

- Phụ nữ nên tránh dùng nước hoa, son và trang sức gây sự chú ý. Khi giới thiệu một người phụ nữ nên dùng họ không dùng tên.

- Hầu hết các doanh nhân đều thạo tiếng Anh.

- Tránh lên lịch hẹn vào các tháng 7 và 8 hoặc thời gian gần kỳ nghỉ lễ.

- Khi chào hỏi, làm quen nhau lần đầu tiên với người Nga, bạn không nên tỏ ra quá thân thiện. Thái độ suồng sã hoặc quá dí dỏm hay bị người Nga khó chịu, thậm chí còn bị coi là yếu thế. Càng quen biết nhau hơn thì càng có thể tỏ thái độ thân mật hơn.

- Xưng hô với người Nga bằng tên gọi của họ đi kèm với tên của người cha. Các chức danh cấp cao thì mới sử dụng trong xưng hô, chẳng hạn như Tổng Giám đốc hay Bộ trưởng.

- Nên bắt tay chặt khi chào gặp mặt và tạm biệt người Nga đồng thời nhìn thẳng vào mắt đối tác.

- Nên chia sẻ vài câu chuyện thân mật trước khi đi vào công việc, thường là nói về gia đình và các vấn đề cá nhân.

6. Ăn tối với đối tác Nga:

- Nhiều chuyện có thể giải quyết được với đối tác người Nga tại bữa ăn trưa. Nhưng bữa ăn tối với mục đích để đưa ra các quyết định, để thương lượng hay để làm quen đang ngày càng trở nên phổ biến ở Nga.

- Khi ở nhà hàng không nên treo áo khoác đằng sau ghế vì nó được hiểu là sự lăng mạ. Hãy treo áo ở phòng treo áo có tại tất cả các nhà hàng.

- Trong bàn ăn, bạn nên ngồi ở vị trí đối diện với đối tác người Nga.

- Việc đặt trước một nhà hàng thích hợp là rất quan trọng, và cần lưu ý nhà hàng đó không nên ầm ĩ với tiếng nhạc hay tiếng ồn của đám đông.

- Người Nga dùng dao nĩa theo kiểu truyền thống với nĩa được cầm trên tay trái, mũi nĩa chĩa xuống dưới và tay phải cầm dao. Bạn nên chắc chắn là cổ tay của mình luôn ở trên mặt bàn.

- Theo phong tục của người Nga, từ chối uống rượu là không thể chấp nhận được trừ phi bạn có lí do chính đáng, chẳng hạn sức khoẻ hay tôn giáo, khiến bạn không thể uống rượu. Bạn cũng có thể mỉm cười và giả như mình đang uống để chứng tỏ rằng bạn đồng ý với việc nâng ly chúc mừng và tôn trọng người xung quanh.

6. Tập quán kinh doanh:

- Văn hoá doanh nghiệp Nga rất coi trọng tôn ti trật tự, mặc dù Nhà nước không còn quản lý kinh doanh như trước kia nữa. Cấp trên có quyền lực đối với cấp dưới và có trách nhiệm đưa ra những quyết định cuối cùng. Rất ít phụ nữ đứng ở vị trí cấp trên, có ảnh hưởng thực sự. Thậm chí, phụ nữ có thể phải đối đầu với những thử thách trong việc điều hành kinh doanh ở đất nước này.

- Nên giải quyết công việc với những người ra quyết định chủ chốt hơn là các cấp trung gian. Hơn thế, nên phác thảo kế hoạch và liên hệ trước khi sang Nga giao dịch.

Bộc lộ bản thân với đối tác Nga cũng là một bí quyết thành công khi kinh doanh ở đây. Khi đó, bạn sẽ tỏ ra chân thành hơn và đáng tin cậy hơn

Anh

\* Tính cách và văn hóa trong kinh doanh của người Anh

Vương quốc Anh là qg công nghiệp đầu tiên của TG, có nền kinh tế đứng thứ 5 trên TG theo tỷ giá trao đổi trên thị trường. Nó là nền kinh tế thức hai Châu Âu sau Đức. Vương quốc Anh là một trong những nước trên TG có chỉ só toàn cầu hóa cao. GDP bình quân đầu người 38.847 USD(2017) dân số 66.902.156 người.

Chủ nghĩa cá nhân, người đứng đầu ra quyết định

- Tính cách:

Tinh thần dân tộc cao

Quan tâm đến địa vị tầng lớp => Người có địa vị cao hơn trong cuộc gặp mặt sẽ là người nói chủ yếu trong cuộc gặp đó. Những cuộc thảo luận của người Anh thường rất sôi nổi. Họ sẵn sàng thể hiện sự không đồng tình nếu họ cho rằng một quan điểm nào đó bạn đưa ra là không chính xác. Người Anh vui vẻ, hài hước và nếu bạn cũng có được điều đó trong thời gian đàm phán thì được đánh giá rất cao

Kín đáo dè dặt trong lối cư xử

Thái độ lịch sự tính nguyên tắc

- Văn hóa kinh doanh

+ Cách chào hỏi:

Đa số người Châu Âu bắt tay trước trong mỗi lần gặp, trong khi ở Anh chỉ cần một lần bắt tay duy nhất khi được giới thiệu

+ Lời mời

Nên:

Khi nhận được lời mời bạn nên gọi điện trước khi đến thăm

Khi dùng tiệc nên có một chút quà nhỏ để thể hiện sự cảm kích của mình khi được mời

Không nên:

Không nên nhận lời mời nếu không muốn đi, trong trường hợp không thể đến được cần gọi điện báo cho chủ tiệc càng sớm càng tốt và kèm theo đó là lời xin lỗi

+ Giao tiếp

Người Anh nói vừa phải, kiểm soát được giọng nói

Hài hước đóng vai trò trong đàm phán

Dùng lời mỉa mai châm biếm để thể hiện sự không đồng ý hoặc khinh thường

Họ rất thẳng thắn nói ra suy nghĩ của mình khi đồng ý kí hợp đồng

Họ cũng không ngần ngại nói không khi không quyết định hợp tác kinh doanh

Họ cũng không thích thảo luận om sòm to tiếng

+ Thời gian

Người Anh rất coi trọng đúng giờ. Bạn sẽ coi là bất lịch sự nếu đến muộn vài phút

TIPS:Nên đến sớm trong buổi hợp, buổi đàm phán

+ Trang phục

Nên ăn mặc lịch sự quần aos vest hoặc sơ mi đối với nam, với nữ áo vest váy zip hoặc áo sơ mi quần âu

Không Nên

Nam: để bút trong túi áo sơ mi, túi áo vest; đeo cà vạt lòe loẹt, đeo cà vạt có sọc chéo

Nữ: đeo tất lưới, mặc váy quá ngắn, mang nhiều phụ kiện

+Cách ăn uống:

Dao ta phải dĩa ta trái

Bữa tiệc đàm phán thông thường với đồ ăn nhẹ và đồ uống

Bữa tiệc của cấp ca diễn ra trong khoảng từ 19-23h

+Tặng quà:

Không nằm trong văn hóa của người Anh. Tuy nhiên vẫn có thể tặng một số món quà nhỏ như: bút, sách, hoa, rượu

Tránh tặng những món quà xa xỉ đắt tiền; các loại hoa hồng đỏ, li trắng, cúc