

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
BỘ MÔN KINH TẾ VÀ KINH DOANH THƯƠNG MẠI
Chủ biên: GS. TS. HOÀNG ĐỨC THÂN

GIÁO TRÌNH
GIAO DỊCH VÀ ĐÀM PHÁN
KINH DOANH



NHÀ XUẤT BẢN
THỐNG KÊ

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
KINH TẾ QUỐC DÂN



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
BỘ MÔN KINH TẾ VÀ KINH DOANH THƯƠNG MẠI
Chủ biên: GS. TS. HOÀNG ĐỨC THÂN

GIÁO TRÌNH
GIAO DỊCH VÀ ĐÀM PHÁN
KINH DOANH

NHÀ XUẤT BẢN THỐNG KÊ

LỜI MỞ ĐẦU

Hoạt động kinh doanh trong kinh tế thị trường luôn đứng trước những cơ hội và nguy cơ. Làm thế nào để thành công trong kinh doanh ở xã hội hiện đại? Có thể thích ứng với hàng trăm ngàn tình huống khác nhau để ít mắc sai lầm nhất, ứng phó kịp thời và có hiệu quả nhất? Đó là các vấn đề mà chủ thể kinh doanh rất quan tâm. Một trong những điểm then chốt để đưa đến thành công cho mỗi người là phải giỏi giao dịch, đàm phán. Giao dịch, đàm phán trở thành chức năng, hoạt động cơ bản của nhà kinh doanh.

Cuốn "Giáo trình Giao dịch và đàm phán kinh doanh" nhằm trang bị những kiến thức lý luận, phương pháp luận và các kỹ năng thực hành cơ bản về giao dịch và đàm phán kinh doanh. Cuốn giáo trình này được tập thể tác giả là các giảng viên có kinh nghiệm lâu năm của Khoa Thương mại, trường Đại học Kinh tế Quốc dân biên soạn. Giáo trình do GS. TS. Hoàng Đức Thân chủ biên, gồm 12 chương, tác giả biên soạn các chương cụ thể như sau:

GS. TS. Hoàng Đức Thân, chủ biên và biên soạn chương I, chương II, chương III, chương IV, chương V, chương VII, chương VIII, chương X.

Thạc sĩ Phạm Thái Hưng biên soạn chương VI.

Tiến sĩ Phan Tố Uyên biên soạn chương IX.

GS. TS. Đặng Đình Đào biên soạn chương XI.

Tiến sĩ Nguyễn Văn Tuấn và Th.s Nguyễn Thanh Phong biên soạn chương XII.

Tập thể tác giả xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Phòng Quản lý đào tạo đại học và sau đại học trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Ban Chủ nhiệm Khoa Thương mại, tập thể giảng viên Khoa Thương mại và các nhà khoa học, cơ quan thực tế, Nhà xuất bản Thống kê đã tạo điều kiện thuận lợi và đóng góp ý kiến quý báu cho quá trình biên soạn và xuất bản cuốn giáo trình này.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng song do điều kiện có hạn nên cuốn giáo trình này không tránh khỏi hạn chế và thiếu sót. Chúng tôi mong nhận được sự đóng góp ý kiến của bạn đọc để lần xuất bản sau được tốt hơn.

**BỘ MÔN KINH TẾ
VÀ KINH DOANH THƯƠNG MẠI**

Chương I

ĐỐI TƯỢNG VÀ NỘI DUNG CỦA MÔN HỌC

Môn học Giao dịch và đàm phán kinh doanh thuộc nhóm ngành khoa học xã hội và nhân văn. Trong chương này sẽ trình bày đối tượng, nhiệm vụ, nội dung và phương pháp nghiên cứu môn học. Người nghiên cứu phải nắm chắc những vấn đề này làm sợi chỉ đỏ cho toàn bộ quá trình học những chương sau.

I. ĐỐI TƯỢNG VÀ NHIỆM VỤ CỦA MÔN HỌC

1. Đối tượng nghiên cứu của môn học

Chúng ta đã và đang chứng kiến những thay đổi mạnh mẽ của xã hội đương đại. Kinh tế tri thức đã trở thành nền tảng ở các quốc gia phát triển. Xã hội hiện đại với những đặc trưng mới đã làm biến đổi sâu sắc bộ mặt từng gia đình, quốc gia và toàn cầu. Các nhà khoa học đã tổng kết những đặc trưng cơ bản của xã hội hiện đại như sau:

Thứ nhất, đặc trưng quốc tế hoá. Đây là đặc trưng nổi bật nhất mang tính thời đại. Đặc trưng này đã xoá nhoà biên giới cứng giữa các quốc gia, tạo ra sự phụ thuộc ngày càng lớn hơn giữa các nước. Giao lưu quốc tế, mở cửa, hội nhập trở thành xu hướng tất yếu khách quan. Giao thoa giữa các nền văn hoá đặt ra những yêu cầu mới cho mỗi chủ thể tham gia giao dịch, đàm phán. Nhiều vấn đề không một quốc gia riêng

rẽ nào có thể giải quyết được mà phải đàm phán toàn cầu, chung sức cả thế giới để giải quyết.

Thứ hai, đặc trưng văn minh hoá. Đặc trưng này tạo ra sự biến đổi mạnh mẽ về quan niệm sống. Tiện nghi và phong cách hiện đại, văn minh tri thức và công nghệ thông tin, công nghệ sinh học đã chi phối sự phát triển của đời sống con người. Xã hội văn minh hiện đại làm cho khoảng cách địa lý không còn ý nghĩa trong giao tiếp.

Thứ ba, đặc trưng dân chủ hoá. Phát triển dân chủ trên nền dân trí tăng cao hướng tới mục tiêu công bằng xã hội. Chế độ dân chủ đã thay thế cho chế độ quân chủ, các chế độ độc tài, quân phiệt bị công phá và tan rã. Vấn đề quyền con người được mọi quốc gia quan tâm. Mục tiêu thiên niên kỷ là dân chủ, tiến bộ và công bằng xã hội. Phát triển bền vững vì tương lai nhân loại trở thành hành động thiết thực mang tính toàn cầu.

Thứ tư, đặc trưng sản xuất hàng hoá theo cơ chế thị trường. Điều này có nghĩa là kinh tế thị trường trở thành phổ biến cho các quốc gia trên thế giới. Nó cho phép các nước chậm phát triển rút ngắn khoảng cách với các nước phát triển. Đồng thời tính tự do, tự lo, tự chịu trách nhiệm của mỗi doanh nghiệp, doanh nhân, con người càng cao. Sức ép cạnh tranh sẽ rất lớn và nguy cơ sẽ tăng lên. Mỗi người cần có sự lựa chọn khôn khéo và đưa ra các quyết sách hợp lý.

Xã hội hiện đại là một xã hội đa dạng dựa vào tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ tổ chức quản lý. Một xã hội động, nhịp sống tăng nhanh, thông tin trở thành thước đo chất lượng sống. Xã hội hiện đại là sự liên kết của các thế

lực: những người có tiền, các nhà chuyên môn và các nhà tổ chức quản lý kinh doanh, quản lý xã hội.

Mỗi cá nhân trong xã hội hiện đại thật là nhỏ bé và mong manh trước các áp lực kinh tế, xã hội, môi trường tự nhiên. Đồng thời sự tiến bộ của khoa học công nghệ đã làm cho mỗi người trở thành một bộ phận hữu cơ của guồng máy xã hội, guồng máy sản xuất kinh doanh tạo ra tập thể vững mạnh chống lại các áp lực. Con người cá nhân sẽ không giải quyết nổi những nhiệm vụ nhỏ đến lớn trong một hệ thống tổ chức. Làm việc theo nhóm, theo dây truyền công nghệ đã thay thế cho kiểu làm việc cá nhân độc lập. Con người phải biết giao dịch để thiết lập các quan hệ nhằm hạn chế các bất lợi cho mình và giải quyết công việc hiệu quả hơn nếu chỉ có một mình. Thế giới cũng đang chứng kiến thời kỳ tan băng của chiến tranh lạnh và xu thế đối thoại thay cho đối đầu.

Con người luôn có những mong muốn rất mạnh mẽ. Những thôi thúc này thường được thể hiện trong nhu cầu cần đạt được những mục tiêu đề ra. Chúng ta luôn mong muốn giàu có hơn, hạnh phúc hơn, thành công hơn, thoải mái hơn. Maslow đã xây dựng các nấc thang trong nhu cầu của con người. Mỗi người đều có ước vọng leo lên các nấc cao của thang nhu cầu ấy. Cái động lực thúc dục chúng ta chính là lợi ích. Trong cuộc sống không phải chỉ chú ý đến lợi ích của ta mà phải quan tâm đến lợi ích của người khác. Vấn đề lợi ích quyết định mức độ và triển vọng của các quan hệ cá nhân hay tổ chức. Nguyên tắc các bên tham gia cùng có lợi, chúng ta cùng thắng trở thành kim chỉ nam cho hành vi ứng xử của mỗi người. Xã hội hiện đại luôn là sự thống nhất và mâu thuẫn của các lợi ích. Do đó phải học cách đàm phán để tăng sự thống nhất và giảm thiểu mâu thuẫn lợi ích.

Cuộc sống buộc chúng ta phải thường xuyên quan hệ với mọi người. Chúng ta phải giao dịch, đàm phán với sếp về lương bổng, vị trí công tác, với đồng nghiệp về chuyên môn, cách phối hợp công việc, với bạn bè về những câu chuyện xã hội, với vợ hoặc chồng về con cái, về chi tiêu trong gia đình và dự định tương lai. Tất cả những vấn đề trên đang liên tục diễn ra quanh chúng ta nhưng không phải ai cũng hiểu và hành động phù hợp. Những kiến thức về giao dịch, đàm phán như cẩm nang giúp cho cuộc sống của chúng ta thành công hơn, hiệu quả hơn.

Đối tượng của môn học giao dịch và đàm phán kinh doanh là quá trình giao tiếp của con người trong lĩnh vực kinh tế; nghiên cứu những hành vi và kỹ năng trong giao tiếp; nghiên cứu hoạt động đàm phán kinh doanh, những kỹ thuật tổ chức đàm phán. Tổng kết, khái quát hoá lý luận thành những chiến lược, chiến thuật và nghệ thuật giao dịch, đàm phán.

2. Nhiệm vụ của môn học

Môn học giao dịch và đàm phán kinh doanh là môn nghiệp vụ. Nó có những nhiệm vụ chủ yếu sau đây:

- Trang bị cho người học những cơ sở lý luận cho hoạt động giao dịch, đàm phán. Những lý thuyết được trang bị từ học thuyết về hành vi giao dịch, đàm phán đến những nguyên tắc cơ bản trong hoạt động giao dịch, đàm phán.

- Hình thành những kỹ năng cơ bản cho người học khi tiến hành giao dịch, đàm phán. Trang bị cho người học những kỹ năng nói hùng biện, sự quyến rũ và tự chủ, lễ nghi trong giao dịch đàm phán và cách xem xét, ứng xử trước những kiểu người khác nhau.

- Qua các tình huống cụ thể giúp cho người học nắm vững cách thức tổ chức một cuộc đàm phán kinh doanh. Nắm chắc những yếu lĩnh của chiến lược, chiến thuật đàm phán.

- Tổng kết những kinh nghiệm thực tế trong giao dịch, đàm phán kinh doanh. Nghiên cứu những qui luật của nhận thức và hành động của con người trong giao dịch, đàm phán. Từ đó đề ra các chiến lược, chiến thuật và nguyên tắc phù hợp với các cuộc giao dịch, đàm phán kinh doanh.

II. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU MÔN HỌC

1. Nội dung của môn học

Môn học giao dịch và đàm phán kinh doanh nghiên cứu hai nội dung sau:

- **Khoa học về giao dịch kinh doanh.** Nội dung này bao gồm các vấn đề: Những nguyên lý cơ bản của giao dịch; cơ sở tâm lý học của giao dịch; giao dịch đa phương và các lễ nghi trong giao dịch; văn hoá trong giao dịch.

- **Khoa học về đàm phán kinh doanh.** Nội dung này bao gồm các vấn đề: Những vấn đề chung về đàm phán kinh doanh; những nội dung chủ yếu của cuộc đàm phán và chiến lược, chiến thuật trong đàm phán; các giai đoạn tiến hành đàm phán gồm chuẩn bị đàm phán, tiến hành đàm phán và kết thúc đàm phán; cơ sở pháp lý của đàm phán.

2. Phương pháp nghiên cứu môn học

Môn học giao dịch và đàm phán kinh doanh là môn học thuộc khoa học xã hội và nhân văn. Nghiên cứu môn học này cần nắm chắc các phương pháp chủ yếu sau đây:

Trước hết, phải sử dụng phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lê nin. Phép biện chứng duy vật khẳng định mọi sự vật, hiện tượng đều có mối quan hệ tác động qua lại biện chứng với nhau. Do đó trong quá trình giao dịch phải thấy được mối quan hệ giữa các chủ thể, các mục tiêu và các thế lực trong tổng thể tác động qua lại lẫn nhau. Các cuộc giao dịch, đàm phán diễn ra trong những điều kiện và hoàn cảnh nhất định. Cần phải tùy thuộc vào thực tế để giải quyết vấn đề, không được rập khuôn, máy móc.

Phép biện chứng duy vật cũng khẳng định mọi sự vật, hiện tượng tồn tại vừa thống nhất vừa mâu thuẫn. Trong giao dịch, đàm phán thường xuyên xuất hiện các mâu thuẫn. Theo các nhà khoa học tâm lý, mâu thuẫn là chuyện thường ngày với mỗi chúng ta. Mâu thuẫn xuất hiện bất cứ khi nào và ở mọi nơi khi có quyền lợi và ước muốn của người khác. Mỗi người vì quyền lợi của mình mà có thể mâu thuẫn với người khác. Chúng ta có thể gặp hoặc tạo ra mâu thuẫn ở bất cứ nơi nào và với bất cứ việc gì. Trên đường phố đó có thể là hai người không chịu nhường nhau khi đi qua một con đường hẹp, kết quả là một điểm ách tắc giao thông xuất hiện. Sự điều hoà lợi ích lúc này là vô cùng cần thiết. Một người mua một bộ quần áo cho con. Khi đem về nhà cho con thử, không vừa mang ra đổi lại. Nếu người bán hàng cho đổi lại thì không có vấn đề gì lớn nhưng nếu người bán hàng không cho đổi lại thì mâu thuẫn sẽ xảy ra. Trong một thư viện mọi người đang chăm chú đọc sách, có người nói chuyện điện thoại rất lớn tiếng. Một người góp ý nhẹ nhàng nhưng anh ta không tiếp thu, như thế có thể xảy ra một cuộc "khẩu chiến" mà có khi ngoài sự kiểm soát của hai người. Những mâu