



CHUẨN BỊ ÀM PHỎN KỊ KỊT HỢP ỜNG

Nghiên cứu hàng hoá

- . Tính chất, qui cách phẩm chất, công dụng
- . Yêu cầu của thị tr- ờng về mặt hàng
- . Tìm hiểu tình hình sản xuất và kinh doanh
- . Chu kỳ sống của sản phẩm
- . Tỷ suất ngoại tệ



NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

- Dung lượng thị trường
- Tình hình thị trường



NGHIÊN CỨU THÔNG NHÂN

- T- cách pháp lý của th- ơng nhân
- Ngành nghề
- Khả năng tài chính
- Khả năng thanh toán
- Cơ sở vật chất
- Thái độ
- Uy tín



LỚP PHƯƠNG AN KINH DOANH

- Đánh giá tính hình thị trường và thương nhân
- Đề ra các mục tiêu
- Biện pháp thực hiện
- Đánh giá sơ bộ hiệu quả kinh tế:
- Tỷ suất ngoại tệ, lợi nhuận, thời gian hoàn vốn, điểm hoà vốn.....



□ĐT HÀNG

- P là chi phí đặt mua mỗi đơn hàng
- Q là trị giá mỗi đơn hàng
- d là chi phí mua vào
- A là nhu cầu hàng năm
- S là chi phí l- u kho bình quân cả năm
- Chi phí đặt hàng là



CÔNG THỨC EOQ

- $d = PA/Q + SQ/2$
- $d' = -PA/Q + S/2 = 0$
- $Q^2 = 2AP/S$ Vậy $Q = \sqrt{2AP/S}$



QUI DẪN GI

- Qui dẫn về một đồng tiền chung
- Qui dẫn về cùng một đơn vị đo lường
- Qui dẫn về cùng một điều kiện cơ sở giao hàng
- Qui dẫn về cùng một đơn vị thời gian: $P_0/I_0 = P_1/I_1$, ta có $P_1 = I_1 \cdot P_0/I_0$
- Qui dẫn về cùng một điều kiện tín dụng:

$$T = \frac{\sum X_i T_i}{\sum X_i}$$



QUI DẠNG TÍNH GIÁ CIF VÀ GIÁ FOB

- $$\begin{aligned} \text{FOB} &= \text{CIF} - I - F \\ &= \text{CIF} - R(\text{CIF} + p\text{CIF}) - F \\ &= \text{CIF} - R\text{CIF}(1 + p) - F \end{aligned}$$



QUI DẪN TỪ GIÁ FOB VỀ GIÁ CIF

- $CIF = C + I + F$
- $CIF = C + RCIF(1 + p) + F$
- $CIF - RCIF(1 + p) = C + F$
- $CIF = C + F / 1 - R(1 + p)$
- Nếu $p = 0$ thì $CIF = \frac{C + F}{1 - R}$
- Nếu $p = 1$ thì $CIF = \frac{C + F}{1 - 1,1 R}$



BÀI TẬP 1

- Một doanh nghiệp nhận một đơn chào bán với giá 2000USD cho một chiếc xe máy. Đơn chào đ- a ra các điều kiện sau:
- Trả 80% một tháng sau khi giao hàng
- Trả 20% hai tháng sau khi giao hàng
- Nếu doanh nghiệp mua với điều kiện trả ngay thì giá là bao nhiêu biết lãi suất là 8%/năm



◻ÀM PH◻N TH◻◻NG M◻I TRADE NEGOTIATION

What is “negotiation”?

An interactive communication process that may take place whenever you want something from somebody else or they want something from you.

OH, KWAN-CHI
POSCO RESEARCH INSTITUTE



ROGER FISHER & WILLIAM URY

- Đàm phán là ph- ơng tiện cơ bản để đạt đ- ợc cái ta mong muốn từ ng- ời khác. Đó là quá trình giao tiếp có đi có lại, đ- ợc thiết kế nhằm đạt thoả thuận trong khi giữa ta và đối tác có những quyền lợi có thể chia sẻ và những quyền lợi đối kháng



ĐÀM PHÁN LÀ GÌ

- Đàm phán là quá trình trao đổi ý kiến giữa các bên có lợi ích chung và lợi ích xung đột để tìm ra các giải pháp điều hoà các xung đột và phát triển các lợi ích chung
- *Đàm phán thương mại là quá trình trao đổi ý kiến giữa bên mua và bên bán về các vấn đề liên quan đến giao dịch mua bán nhằm đạt được sự nhất trí để ký kết hợp đồng thương mại*



When to Use Negotiation:

Khi nào thì đàm phán

- When Competitive Bidding is Impractical or Inappropriate
- When Risks and Costs cannot be accurately predetermined
- When the buyer is contracting for a portion of the seller's production capacity



Objectives of Negotiations

- To obtain the quality specified
- To obtain a fair and reasonable price
- To get the supplier to perform the contract on time
- To exert some control over manor in which the contract is carried out
- To achieve maximum cooperation
- To maintain relationships
- To create a long-term relationship



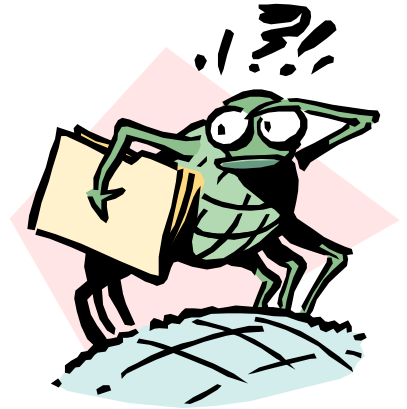
NEGOTIATION STRATEGIES

- Soft
- Hard
- Principled
 - decide issues on their merits rather than through haggling



THE OLD BOOK ON NEGOTIATION

- “Win -Win” Negotiations: The Good Ones
- “Win-Lose” Negotiations: The Bad Ones
- “Lose-Lose” Negotiations: The Tragedies

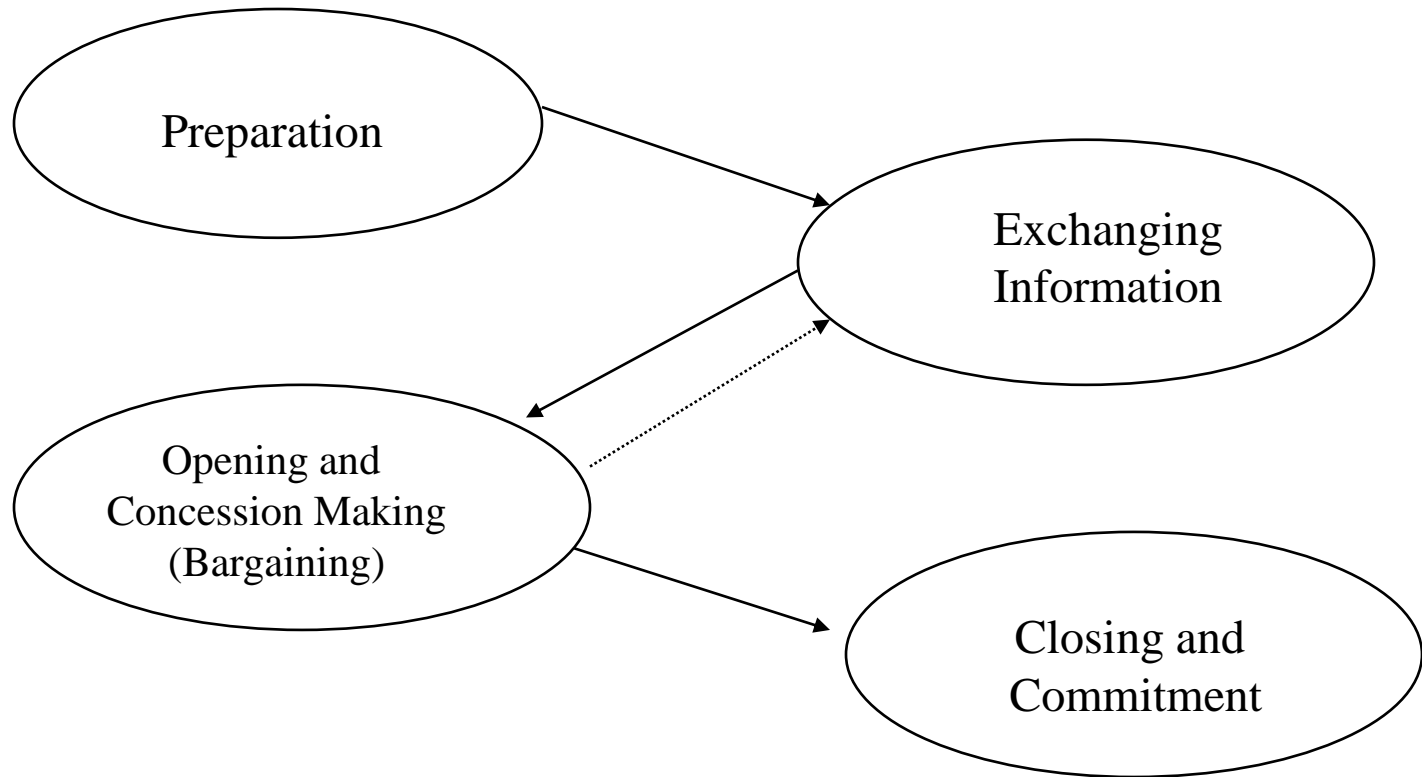


THE NEW BOOK ON NEGOTIATION

- Everyone negotiates for one and only one reason: to achieve their goals.
- No one ever does anything that is against their interests (at least as they perceive those interests).



THE FOUR STAGES OF NEGOTIATION





PREPARATION

- Know the item or service
- Know the seller's bargaining strength
- Know the buyer's bargaining strength
- cost or price analysis
- Know the seller



ASPECTS TO NEGOTIATE

- Price
- Quality
- Support
- Supply
- Transportation
- Duration





YOUR BARGAINING STYLE:CHECKLIST

- ✓ Determine your basic style preferences.
- ✓ Acquire a willingness to prepare.
- ✓ Set high expectations.
- ✓ Have the patience to listen.
- ✓ Make a commitment to personal integrity.



THE RELATIONSHIP FACTOR: A CHECKLIST

- ✓ Gain access and credibility through relationship networks.
- ✓ Build working relationships across the table with small steps
such as gifts, favors, disclosures, or concessions.
- ✓ Avoid reciprocity and relationship traps like trusting too quickly, letting others make you feel guilty, and mixing big business with personal friendships.
- ✓ Always follow the “Rule of Reciprocity”:
 - Be reliable and trustworthy.
 - Be fair to those who are fair to you.
 - When other parties treat you unfairly, let them know about it



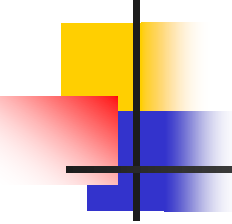
EXPLORING THE OTHER PARTY'S INTERESTS: A CHECKLIST

- ✓ Locate the decision maker.
- ✓ How might it serve the other party's interests to help you achieve your goals?
- ✓ Why might the other party say "no"?
- ✓ What low cost options might remove the other party's objections?



A LEVERAGE CHECKLIST

- ✓ Which side has the most to lose from no deal?
- ✓ For whom is a time a factor?
- ✓ Can I improve my alternatives or make the other party's worse?
- ✓ Can I gain control over something the other party needs?
- ✓ Can I commit the other party to norms that favor my result?
- ✓ Can I form a coalition to improve my position?



THE PSYCHOLOGICAL FOUNDATIONS OF NEGOTIATIONS

<i>Foundation</i>	<i>Psychological Basis</i>
1. Your bargaining styles	Attitudes about interpersonal conflict
2. Your goals and expectations	Motivational Striving
3. Authoritative standards and norms	The consistency principle and deference to authority
4. Relationships	The norm of reciprocity
5. The other party's interests	Self-esteem and self-interest
6. Leverage	Aversion to loss

MODES OF NEGOTIATION

Telephone negotiation:

Advantages:

- conclude quickly
- Less time and money

Disadvantages:

- No proof
- Difficult to know partner's intention





MAIL NEGOTIATION

- **Advantages:**

- cost less money
- Negotiate with many partner

- **Disadvantages:**

- Late agreement
- Difficult to know intention of opposing party



FACE TO FACE NEGOTIATION

■ Advantages:

- to save time
- To represent demand

Disadvantages:

- high cost
- Complicated procedure
- Easy to know rival's weak point





NEGOTIATOR BEHAVIOR

- Willing to compromise
- View issues independently
- Explore twice as many options per issue
- Make comments about common ground
- Make less irritating comments
- Give fewer reasons for arguments advanced
- Congratulate counterpart on job well done

