



บทที่ 7

การเจรจาต่อรองและการระดมการสนับสนุน

ผศ. เรวดี ไวยวาสนา

การเจรจาต่อรอง (Negotiation)

ความหมายของการเจรจาต่อรอง

การเจรจาต่อรองหมายถึง การเสนอต่อกันและกัน เพื่อหาข้อยุติที่แน่นอนและชัดเจนโดยที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็มีประโยชน์ที่ร่วมกัน และขัดแย้งกัน (ดร. ศิริรัตน์ จำปีเรือง)

การเจรจาต่อรอง หมายถึง กระบวนการของบุคคลที่
ต้องการแก้ปัญหาโดยสันติวิธี เพื่อให้เกิดการ
ประนีประนอม พยายามหาข้อตกลงที่ยอมรับได้ของคู่
สนทนาทั้ง 2 ฝ่าย โดยมีการเสนอข้อแลกเปลี่ยนซึ่งนำ
ผลประโยชน์มาให้ทั้ง 2 ฝ่าย (win-win) และรู้สึกดี เห็นพ้อง
กันทั้ง 2 ฝ่าย (เกียรติศักดิ์ วัฒนศักดิ์)

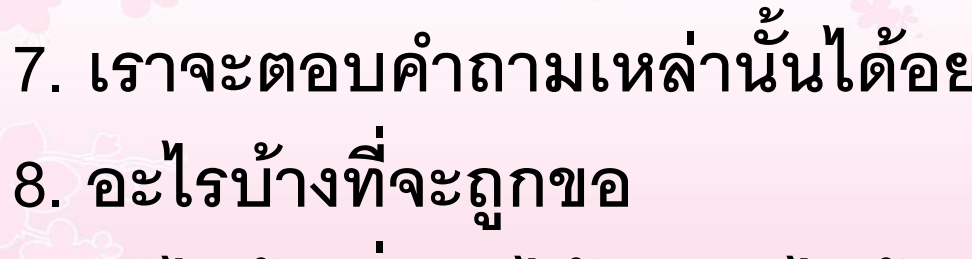
เจรจาต่อรองอย่างไรให้มีประสิทธิภาพ

1. ต้องเจรจาอย่างเป็นระบบ
2. ศึกษาคู่เจรจาต่อรอง คาดเดาความต้องการของคู่เจรจา
3. ควรเตรียมการล่วงหน้า วางกรอบการเจรจาต่อรองในเชิงบวก
4. เน้นย้ำ เปิดกว้างที่จะรับฟังผลประโยชน์ และเน้นผลประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย

5. เมื่อเริ่มการเจรจาต่อรองให้พูดและฟังตามปกติ
6. ต้องคำนึงถึงการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของตนด้วย
7. มีไหวพริบทั้งการโน้มน้ำหนัก การจูงใจ การฟัง ตั้งคำถาม การตอบคำถาม
8. มีความเหมาะสมและสามารถยืดหยุ่นได้ซึ่งนำผลประโยชน์มาให้ทั้ง 2 ฝ่าย (win-win)
9. ปิดท้ายด้วยการสรุป แม้จะไม่สามารถตกลงระหว่าง 2 ฝ่ายแต่ควรจากกันด้วยดี

การเตรียมตัวก่อนการเจรจาต่อรอง

1. อะไรที่เราต้องการ
2. คู่เจรจาอยากได้อะไร
3. เหตุผลที่จะสนับสนุนข้อเสนอของเรา
4. เวลาที่เหมาะสมที่จะยอมลดเงื่อนไข
5. ใช้อะไรมาโน้มน้าวจิตใจอีกฝ่าย
6. มีคำถามอะไรบ้างที่จะถูกถาม

- 
7. เราจะตอบคำถามเหล่านั้นได้อย่างไร
 8. อะไรบ้างที่จะถูกขอ
 9. อะไรบ้างที่ยอมได้และอะไรบ้างที่ยอมไม่ได้
 10. วิเคราะห์ อำนาจต่อรองของอีกฝ่าย
 11. หาทางเลือกไว้หลาย ๆ ทาง
 12. มีวิธีการอะไรที่คู่เจรจาจะยอมรับ

หนทางสู่การเจรจาต่อรองที่เป็นเลิศ

1. ขั้นตอนก่อนการเจรจา

- ข้อมูลต้องชัดเจน ถูกต้องและเพียงพอ
- ต้องศึกษาคู่เจรจา
- การเลือกผู้เจรจาที่เหมาะสม

คุณลักษณะเด่นของผู้เจรจาต่อรอง

1. ด้านบุคลิกลักษณะ
2. ด้านอารมณ์
3. ด้านนิสัย
4. ด้านความสามารถ
5. ด้านการเป็นผู้ฟังที่ดี

2. ขั้นตอนระหว่างเจรจา

- จัดการด้านอารมณ์ของตน
- จัดการด้านอารมณ์ของคู่เจรจา
- จัดการกับการถกเถียง ยืนกรานหรือเผชิญหน้ามาเป็นการร่วมมือ
- ทักษะการเจรจามีความสัมพันธ์กับทัศนคติ

ทักษะที่จำเป็นที่ต้องใช้ในการเจรจาต่อรอง


- การโน้มน้ำหนักใจ การจูงใจ
- การฟัง
- วัจนภาษาและอวัจนภาษา
- เทคนิคการตอบ
- เทคนิคการถาม

3. ขั้นตอนหลังเจรจา

- สรุปผลการเจรจาเพื่อทำการลงนามทั้ง 2 ฝ่าย
- รักษาคำพูดรักษาข้อตกลงเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ

ข้อพึงระวังในการเจรจาต่อรอง

1. การเตรียมการไม่เพียงพอ
2. เหมินเฉยกับการให้และรับรู้
3. ใช้พฤติกรรมข่มขู่



4. ขาดความอดทน

5. อารมณ์เสีย

6. พุดมากเกินไป พุดน้อยเกินไป

7. โต้เถียงแทนการลงใจ

8. เฉยเมยกับความขัดแย้ง



บทที่ 8

การระดมการสนับสนุน (Lobbying)

อ. เรวดี ไวยวาสนา

การระดมการสนับสนุน (Lobbying)

ความหมายในเชิงการเมือง

การกระทำเพื่อมุ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล
การระดมการสนับสนุนตรงกับภาษาอังกฤษว่า Lobby
หมายถึงห้องพักผ่อน/ห้องนั่งเล่นของสมาชิกรัฐสภา
ปัจจุบันใช้กันมากเพื่อหาเสียงเพื่อสนับสนุน ผู้ทำหน้าที่ด้าน
นี้เรียกว่า Lobbyist

การระดมการสนับสนุน (Lobbying)

ความหมายในเชิงธุรกิจ

จะคล้ายกับอาชีพนายหน้าทำหน้าที่ในการเจรจา
ต่อรองและประสานประโยชน์ให้กับฝ่ายเราและคู่เจรจา
โดยจะได้รับค่าจ้างเป็นค่าคอมมิชชั่นหรือค่านายหน้าเป็น
การตอบแทน

การระดมการสนับสนุน (Lobbying)

ความหมายในเชิงการประชาสัมพันธ์

จะเกี่ยวข้องกับชุมชนและการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อเพื่อสร้างและคงสภาพความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำกลุ่ม ผู้ออกกฎหมายและข้าราชการเพื่อชักจูงใจให้นำนโยบายและง่ายต่อการเจรจาต่อรองในอนาคต

การระดมการสนับสนุน (Lobbying)

ความหมาย

** การจัดหา รวบรวมความช่วยเหลือเพื่อสาธารณะประโยชน์
ในด้านต่าง ๆ ที่องค์กรหรือหน่วยงานต้องการสนับสนุน

** การจัดหา รวบรวมความช่วยเหลือเพื่อสาธารณะประโยชน์ใน
ด้านต่าง ๆ เช่น การศึกษา ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ผ่านการจัด
กิจกรรมการบริจาค การจัดกิจกรรมรณรงค์ของหน่วยงานทั้งรัฐและ
เอกชน

การระดมการสนับสนุน เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์
ตามที่ฟิลิป คอตเลอร์ ได้เสนอไว้สำหรับเสนอแนะการ
ประชาสัมพันธ์ทางการตลาดเรียกว่า “PENCILS”

P = Publication หมายถึง ประกาศเผยแพร่ข่าวสาร

E = Events หมายถึง การจัดเหตุการณ์หรือกิจกรรมพิเศษ

N = News หมายถึง การนำเสนอข่าวสารผ่าน ส.ม.ช.

C = Community Involvement Activities หมายถึง การจัด
กิจกรรมเกี่ยวกับชุมชน

I = Identity หมายถึง การใช้สื่อเฉพาะที่สามารถสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร

L = Lobbying Activity หมายถึง กิจกรรมที่มีลักษณะเป็นความพยายามใช้การโน้มน้าวใจเพื่อจูงใจให้มีการออกกฎหมายและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ

S = Social Responsibility หมายถึง กิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งจะช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร

Peter and Nancy ได้เสนอข้อควรคำนึงในการวางแผนเพื่อ
พัฒนากลยุทธ์การระดมทุนหรือการระดมการสนับสนุนไว้ 5
ข้อ คือ

1. ประสิทธิภาพ
2. เกิดความมั่นคง
3. ได้การประชาสัมพันธ์
4. สร้างความเกี่ยวข้อง
5. มีการเติบโต

ประเภทของการระดมทุนหรือการสนับสนุน

1. **Grant Funding** คือ การขอรับทุนจากหน่วยงานเอกชน/รัฐบาลขนาดใหญ่ในประเด็นที่สังคมต้องการความช่วยเหลือ
2. **Capital** คือ การเขียนแผนเพื่อขอรับทุนสนับสนุนเพื่อสร้างสิ่งก่อสร้าง
3. **Special Event** คือ การจัดงาน/กิจกรรมเพื่อระดมทุน

ประเภทของการระดมทุนหรือการสนับสนุน

4. **Selling Product** หมายถึง การขายสินค้าเพื่อนำกำไรบางส่วนไปช่วยเหลือสังคมที่ต้องการพัฒนา
5. **In-Kind Gift** หมายถึง การขอสนับสนุนด้านอื่นนอกจากเงินทุน
6. **Online Fundraising** หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อระดมทุน
7. **Public of Community Service** หมายถึง การให้บริการในด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปพัฒนาระบบชุมชน

รูปแบบของการระดมทุนหรือการระดมการสนับสนุน

1. จัดกิจกรรมการกุศล เช่น วิ่งการกุศล
2. ขายผลิตภัณฑ์เพื่อนำเงินสนับสนุนมูลนิธิ
3. กิจกรรมการแข่งขันต่าง ๆ
4. การจัดแสดงความสามารถพิเศษ งานฝีมือและจำหน่ายสินค้า
5. เจริญกับองค์กรเพื่อขอสนับสนุนในสิ่งที่พวกเขาพอจะช่วยเหลือ
สนับสนุนได้ เช่น สิ่งของ หรือเงิน

The End