

BỘ NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN
TRUNG TÂM KHUYẾN NÔNG QUỐC GIA



Ở đâu có nông dân, ở đó có khuyến nông

TÀI LIỆU ĐÀO TẠO KHUYẾN NÔNG CỘNG ĐỒNG
KỸ NĂNG TƯ VẤN DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG

NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH
NĂM 2022

LỜI MỞ ĐẦU

Các cán bộ tư vấn về khuyến nông đang trở thành một phần quan trọng trong hệ thống tư vấn thông tin và kiến thức về nông nghiệp tại Việt Nam. Trong những năm gần đây, nhiều chủ doanh nghiệp và nhà quản lý doanh nghiệp cũng như hộ nông dân ở khu vực nông thôn đã tìm đến các chuyên gia tư vấn để giúp họ áp dụng các kết quả nghiên cứu và phát triển vào một lĩnh vực liên quan đến khuyến nông.

Sứ mệnh của khuyến nông chính là chiếc cầu nối người dân với khoa học, kỹ thuật sản xuất, các phương pháp canh tác tối ưu nhất, mở ra nhiều cơ hội mới cho người dân nhằm tạo dựng những giá trị bền vững. Theo cách hiểu khá phổ biến hiện nay, khuyến nông gắn liền với hoạt động huấn luyện, hướng dẫn người nông dân cách làm sao để đạt năng suất tốt hơn, giúp nâng cao được thu nhập cho người dân.

Cuốn tài liệu cung cấp những hướng dẫn cơ bản giúp cán bộ Khuyến nông cộng đồng áp dụng được các kỹ năng trong tư vấn dịch vụ khuyến nông, nhằm nâng cao năng lực hệ thống khuyến nông thông qua hình thành Tổ khuyến nông cộng đồng để đáp ứng được nhu cầu, nguyện vọng của Hợp tác xã nông nghiệp và phù hợp với xu hướng đổi mới trong xây dựng nông thôn mới hiện nay.

Đối tượng sử dụng tài liệu:

Đối tượng sử dụng của cuốn tài liệu này là Cán bộ tổ khuyến nông cộng đồng; cán bộ khuyến nông các cấp; cộng tác viên khuyến nông; giảng viên; cán bộ kỹ thuật; quản lý HTX và các bên liên quan khác.

Bố cục trình bày của tài liệu gồm:

1. Khái quát về tư vấn, dịch vụ khuyến nông
2. Quy trình tư vấn, dịch vụ
3. Một số kỹ năng hỗ trợ trong tư vấn dịch vụ khuyến nông

Chính vì vậy, chúng tôi tin rằng bộ tài liệu “Kỹ năng tư vấn, dịch vụ khuyến nông” này sẽ cung cấp cho các cán bộ khuyến nông một số kỹ năng cần thiết khi tham gia tư vấn, dịch vụ về khuyến nông.

MỤC LỤC

1. KHÁI QUÁT VỀ TƯ VẤN, DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG.....	7
1.1. Khái niệm.....	7
1.2. Nội dung hoạt động tư vấn.....	8
1.3. Những yêu cầu cần có của tư vấn viên.....	12
1.4. Các phương thức thực hiện.....	13
1.5. Phương pháp tư vấn khuyến nông hiệu quả.....	15
2. QUY TRÌNH TƯ VẤN, DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG.....	15
2.1. Bước 1: Khảo sát nhu cầu cần tư vấn, dịch vụ khuyến nông.....	15
2.2. Bước 2: Đánh giá nhu cầu tư vấn, dịch vụ khuyến nông.....	17
2.3. Bước 3: Thiết kế hoạt động tư vấn, dịch vụ khuyến nông.....	19
2.4. Bước 4: Kí kết hợp đồng tư vấn, dịch vụ khuyến nông.....	20

2.5. Bước 5: Thực hiện tư vấn, dịch vụ theo hợp đồng.....	21
2.6. Bước 6: Đánh giá hiệu quả sau tư vấn, dịch vụ khuyến nông.....	22
3. KỸ NĂNG HỖ TRỢ TRONG TƯ VẤN DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG.....	24
3.1. Kỹ năng thu thập và phân tích thông tin.....	24
3.2. Kỹ năng đặt câu hỏi.....	29
3.3. Kỹ năng đàm phán và ký kết hợp đồng.....	32
3.4. Kỹ năng nói trước công chúng.....	34
3.5. Kỹ năng thuyết phục.....	36
3.6. Kỹ năng xử lý tình huống.....	38
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	40

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

HTX	Hợp tác xã
NTM	Nông thôn mới
KNCD	Khuyến nông cộng đồng

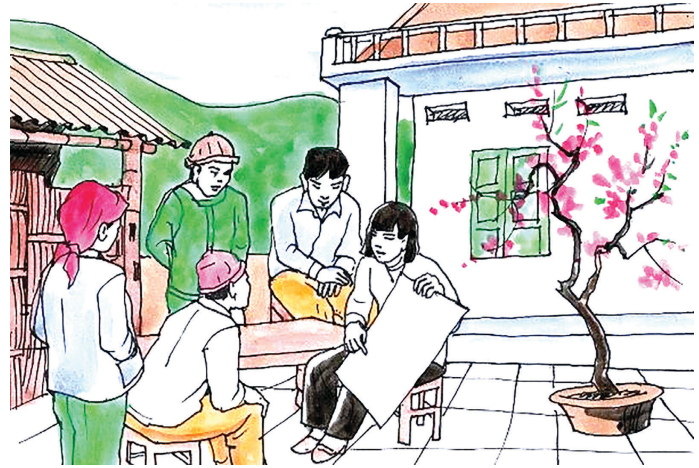
1. KHÁI QUÁT VỀ TƯ VẤN, DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG

1.1. Khái niệm

- Tư vấn: là hoạt động đóng góp ý kiến, đánh giá và gợi ý cách tiếp cận cho vấn đề đặt ra. Người tư vấn nhận được sự tin tưởng trong năng lực, chuyên môn, kinh nghiệm của họ. Người được tư vấn lắng nghe các ý kiến, gợi ý đóng góp để có thể tìm ra phương pháp giải quyết vấn đề.

- Dịch vụ khuyến nông: là một loại hình cung cấp dịch vụ tư vấn về các phương pháp cải tiến nông nghiệp. Dịch vụ tư vấn trong các lĩnh vực tập huấn, đào tạo, cung cấp thông tin, chuyển giao khoa học công nghệ, thị trường, cung cấp vật tư kỹ thuật, thiết bị, ngành nghề nông thôn và các hoạt động khác có liên quan đến nông, lâm nghiệp, thủy sản theo quy định của pháp luật; Tư vấn, hỗ trợ phát triển, ứng dụng công nghệ sau thu hoạch, chế biến nông sản, lâm sản, thủy sản.

- Các chuyên gia tư vấn dịch vụ khuyến nông đóng vai trò là nguồn lực cho nông dân về nhiều chủ đề từ công nghệ nông nghiệp đến các vấn đề mà gia đình nông thôn hiện đại phải đối mặt.



Hình 1: Chuyên gia tư vấn, dịch vụ khuyến nông tại hiện trường

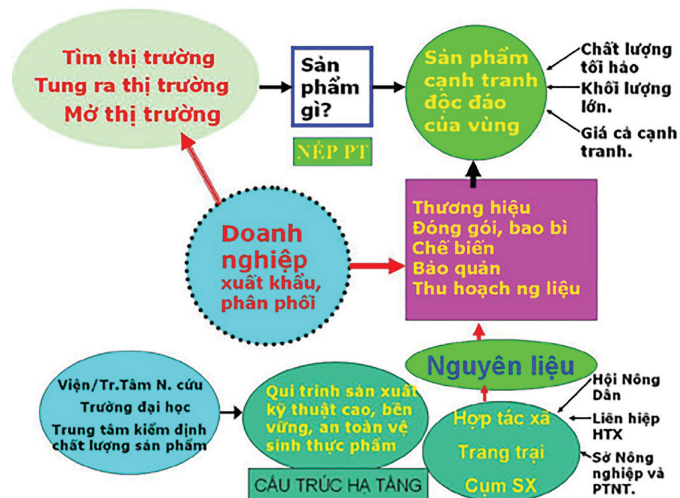
1.2. Nội dung hoạt động tư vấn

- Tư vấn Chính sách và Pháp luật



Hình 2: Tư vấn viên tư vấn về chính sách và pháp luật

- Tư vấn, dịch vụ liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông lâm nghiệp



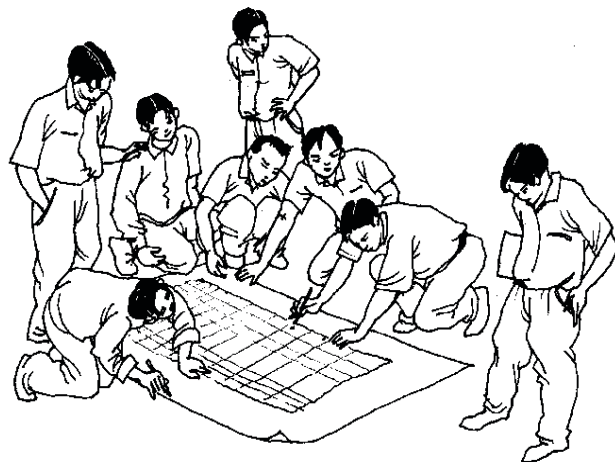
Hình 3: Tư vấn, dịch vụ liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông lâm nghiệp

- Tư vấn, dịch vụ chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ: Dịch vụ chuyển giao tiến bộ kỹ thuật và công nghệ, tổ chức, quản lý sản xuất kinh doanh trong nông nghiệp



Hình 4: Dịch vụ ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp

- Tư vấn Khởi nghiệp



Hình 5: Tư vấn khởi nghiệp

- Tư vấn, dịch vụ theo nhu cầu của Hợp tác xã



Hình 6: Tư vấn, dịch vụ theo yêu cầu của HTX

1.3. Những yêu cầu cần có của tư vấn viên

* **Năng lực chuyên môn**

- Có kiến thức về các Chính sách và pháp luật liên quan đến nông nghiệp nông thôn;
- Có kiến thức chuyên môn hóa nghiệp vụ, định mức kinh tế kỹ thuật về khuyến nông;
- Có kiến thức về kế hoạch khuyến nông, lập kế hoạch, giám sát và đánh giá khuyến nông, quản lý sản xuất nông lâm, ngư nghiệp;
- Có kiến thức về thị trường.

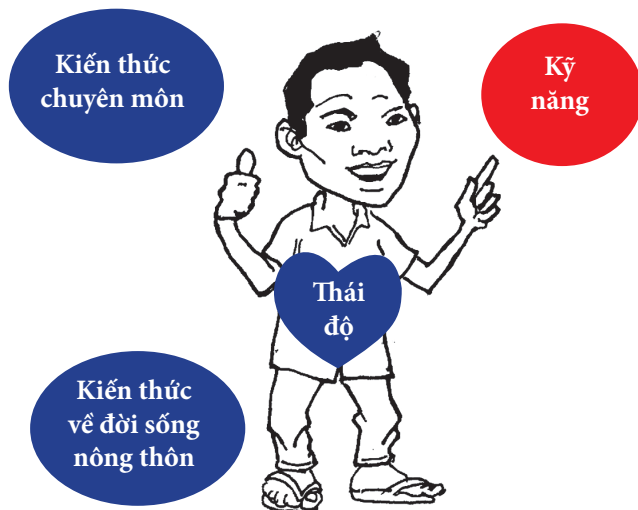
* **Kiến thức về đời sống nông thôn**

- Có kinh nghiệm và hiểu biết về tình hình sản xuất nông nghiệp ở địa phương;
- Có tri thức bao quát về văn hoá, xã hội, đặc điểm tâm lý, tập quán của cộng đồng.

* **Yêu cầu về kỹ năng**

- Kỹ năng thu thập và phân tích thông tin thị trường.
- Kỹ năng đặt câu hỏi, nhận phản hồi.
- Kỹ năng đàm phán và kí kết hợp đồng
- Kỹ năng nói trước công chúng
- Kỹ năng thuyết phục
- Kỹ năng tìm kiếm ứng dụng công nghệ

thông tin



Hình 7: Năng lực then chốt của tư vấn viên

- Kỹ năng xử lý tình huống
- * **Yêu cầu về phẩm chất**
 - Khiêm tốn trong công việc
 - Tự tin vào khả năng
 - Uy tín cá nhân
 - Có thái độ tích cực, chủ động lắng nghe kinh nghiệm và nhu cầu của người dân
 - Tôn trọng và quan tâm đến kinh nghiệm của người dân địa phương

1.4. Các phương thức thực hiện

- Tư vấn, dịch vụ trực tiếp.



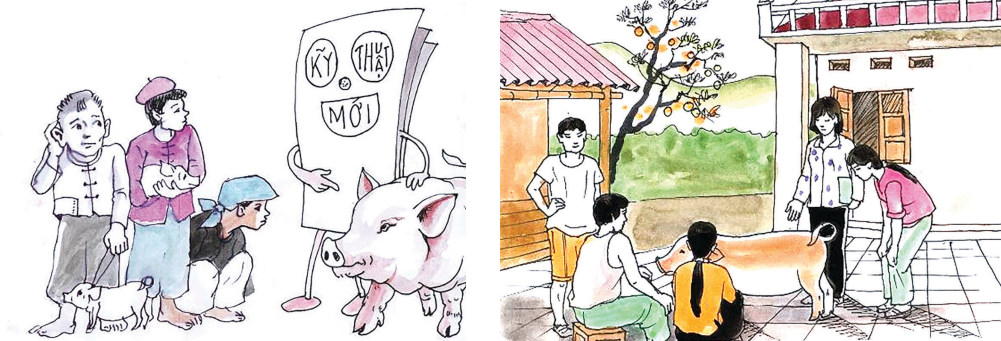
Hình 8: Tư vấn trực tiếp tại HTX

- Tư vấn, dịch vụ thông qua các phương tiện truyền thông.



Hình 9: Tư vấn, Dịch vụ đến nhiều người

- Tư vấn, dịch vụ thông qua đào tạo, tập huấn, diễn đàn, tọa đàm.



Hình 10: Tập huấn kỹ thuật

- Tư vấn, dịch vụ thông qua thoả thuận, hợp đồng.



Hình 11: Kí kết hợp đồng tư vấn, dịch vụ

1.5. Phương pháp tư vấn khuyến nông hiệu quả

- Xác định đúng nhu cầu;
- Xác định đúng đối tượng;
- Xác định phương pháp tiếp cận;
- Xác định công nghệ phù hợp;
- Xác định được năng lực của Hợp tác xã;

2. QUY TRÌNH TƯ VẤN, DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG

Đây là quá trình quan trọng đối với bất kỳ một tổ chức hay doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ tư vấn.

2.1. Bước 1: Khảo sát nhu cầu cần tư vấn, dịch vụ khuyến nông

a, Ý nghĩa của khảo sát nhu cầu cần tư vấn, dịch vụ: là một bước hết sức quan trọng đối với Tổ khuyến nông cộng đồng (TKNCD) để xác định đúng nhu cầu và đánh giá mức độ kiến thức và hiểu biết của họ về Hợp tác xã (khách hàng).

b, Nội dung khảo sát: Cần xác định nhu cầu của bên Đối tác để bên Tư vấn dịch vụ khuyến nông đánh giá thực trạng tiềm năng, cơ hội tham gia phát triển các sản phẩm của bên Đối tác tại địa phương. Tư vấn đánh giá các vấn đề/ lỗ hổng của Đối tác cần tư vấn.

Các bước tư vấn, dịch vụ khuyến nông: Gồm 6 bước



- + Loại dịch vụ phù hợp với nhu cầu của HTX
- + Số hộ có yêu cầu dịch vụ
- + Khối lượng dịch vụ
- + Chất lượng yêu cầu
- + Thông tin thị trường, giá cả
- + Thời gian cung cấp dịch vụ

c, Phương pháp khảo sát:

- (1). Khảo sát trực tiếp tại Hợp tác xã:
thu thập thông tin bằng cách đặt câu hỏi trực tiếp trong cuộc họp để biết được tình hình sản xuất kinh doanh của HTX;
- (2). Thảo luận và phân tích thuận lợi, khó khăn, cơ hội, thách thức của HTX;
- (3). Xác định vấn đề và tiềm năng phát triển của HTX
- (4). Xác định được các hoạt động cần tư vấn để giải quyết các khó khăn, thách thức đó cho HTX.

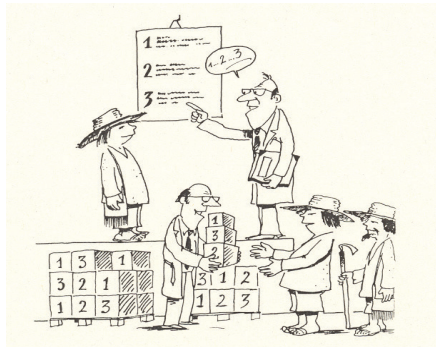
① Lưu ý:

- Các vấn đề khó khăn sẽ được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên để giải quyết
- Tận dụng các kiến thức bản địa
- Phù hợp với chính sách
- Có tính khả thi cao khi thực hiện
- Sử dụng bộ công cụ PRA

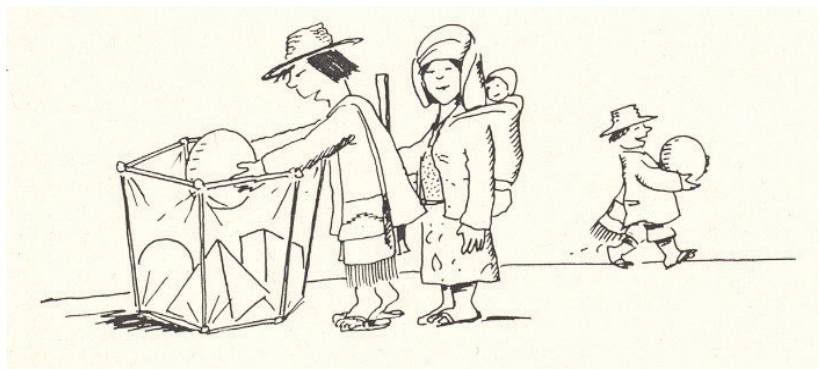
2.2. Bước 2: Đánh giá nhu cầu tư vấn, dịch vụ khuyến nông

a, Ý nghĩa của việc đánh giá nhu cầu: để đánh giá tổng quát về thực trạng tiềm năng, thế mạnh, điểm yếu (vấn đề khó khăn đang gặp phải/ lỗ hổng trong tổ chức sản xuất, thị trường, tiếp cận chính sách...) cơ hội, thách thức của Đối tác tại địa phương. Đây là bước rất quan trọng để Tổ khuyến nông xem xét tính khả thi của các hoạt động cần tư vấn nhằm đáp ứng nhu cầu của Đối tác.

b, Nội dung đánh giá:



- + Xác định nhu cầu hợp tác
- + Các vấn đề cần được xác định; làm gì trước? nguồn lực?
- + Lựa chọn giải pháp: Nhóm giải pháp kỹ thuật và nhóm giải pháp chính sách (thay đổi về mặt cơ chế)



- + Xác định mục tiêu cụ thể, rõ ràng
- + Điều kiện sản xuất kinh doanh và mối quan tâm của địa phương.

c, Phương pháp đánh giá nhu cầu

Các vấn đề trên cần được phân tích, đánh giá nhằm định hướng phát triển cho HTX và giải quyết tốt hơn những vấn đề trong cộng đồng địa phương.

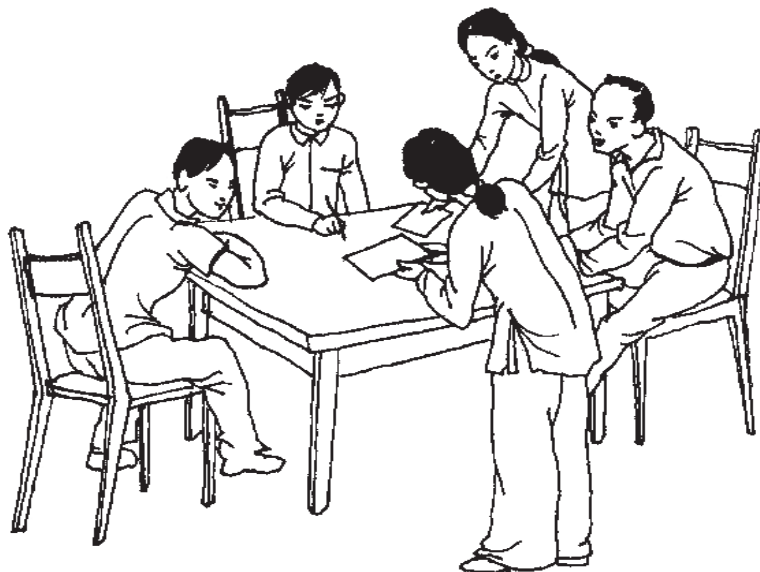
① Lưu ý:

- Các giải pháp cần đơn giản, cụ thể được người dân chấp nhận
- Đảm bảo tính đúng đắn về kỹ thuật (được kiểm nghiệm qua kinh nghiệm thực tế hoặc nghiên cứu thử nghiệm)
- Sử dụng công cụ cây vấn đề

2.3. Bước 3: Thiết kế hoạt động tư vấn, dịch vụ khuyến nông

a, Ý nghĩa của thiết kế hoạt động tư vấn, dịch vụ:

Sau khi nắm rõ nhu cầu của HTX (khách hàng), Tổ KNCĐ cung cấp dịch vụ sẽ tiếp tục nghiên cứu sâu hơn về nhu cầu và các dịch vụ khách hàng đã từng sử dụng. Việc làm này sẽ giúp đơn vị cung cấp dịch vụ tư vấn có sự chuẩn bị kỹ càng và thiết kế ra các chương trình và hoạt động tư vấn phù hợp nhất với nhu cầu của HTX.



b, Nội dung thiết kế hoạt động

- + Xây dựng các hoạt động: Các sản phẩm và dịch vụ cung cấp
- + Làm như thế nào?
- + Ai sẽ tham gia vào các hoạt động?

c, Phương pháp thiết kế hoạt động:

(1). Thảo luận về các chủ đề; khuyến nông thị trường, về các sản phẩm, hàng hóa có lợi thế trên địa bàn để đưa ra hoạt động phù hợp với điều kiện địa phương và có tính khả thi cao;

- Cầu tiềm năng: - Ai là khách hàng? Họ quan tâm đến điều gì? Động cơ của họ là gì? Họ yêu cầu những dịch vụ gì? Họ không thích thú gì?

- Cung hiện tại: - Các dịch vụ, hoạt động kinh doanh nào hiện có trong cộng đồng, các khu vực lân cận?

- Cạnh tranh: Các sản phẩm dịch vụ tương tự, bổ sung và/hoặc thay thế nào đang được các doanh nghiệp khác trong khu vực cung cấp

(2). Trong quá trình thảo luận, nếu thấy có nội dung/ lĩnh vực nào được các thành viên hoặc đại diện phụ nữ thôn cho là quan trọng và cần thảo luận với sự tham gia rộng rãi hơn cần ghi lại và lấy ý kiến đồng thuận về việc tổ chức thêm buổi họp nhóm chủ đề;

2.4. Bước 4: Kí kết hợp đồng tư vấn, dịch vụ khuyến nông

a, Ý nghĩa của ký kết hợp đồng tư vấn: Nhằm đảm bảo hiệu lực của hợp đồng và mang lại lợi ích cho khách hàng, góp phần ngăn ngừa các vi phạm hợp đồng trong quá trình thực hiện hợp đồng.

b, Nội dung kí kết hợp đồng

+ Nội dung công việc

+ Thời gian hoàn thành

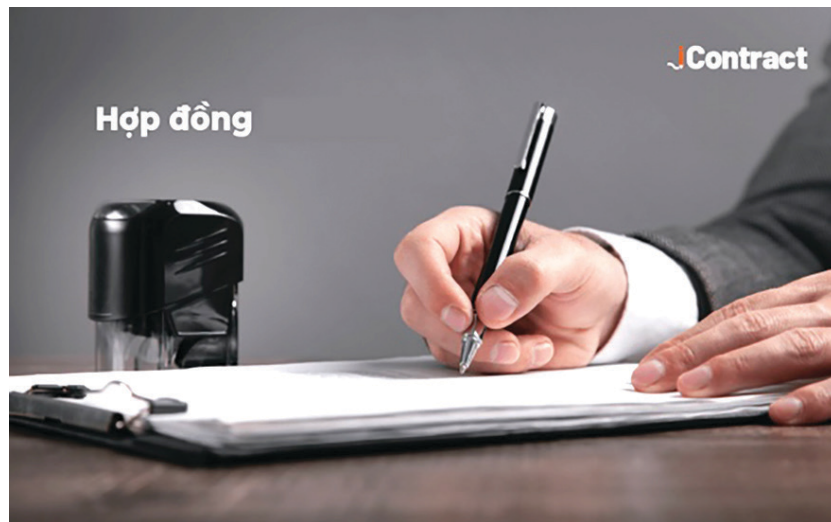
+ Kinh phí thực hiện

c, Phương pháp

+ Bao gồm các bước chuẩn bị đàm phán

+ Quá trình đàm phán (quá trình đàm phán bao gồm mở đầu đàm phán, thương lượng nội dung đàm phán và kết thúc đàm phán).

+ Hợp đồng tư vấn được kí kết.



2.5. Bước 5: Thực hiện tư vấn, dịch vụ theo hợp đồng

a, Ý nghĩa: Sau khi hợp đồng được kí kết thì các bên sẽ thực hiện theo hợp đồng. Trong quá trình thực hiện hợp đồng có vấn đề gì cần thay đổi đều phải được sự thống nhất, bàn bạc, làm biên bản điều chỉnh hợp đồng theo đúng quy định.

b, Nội dung thực hiện: Theo hợp đồng

c, Phương pháp: Trong quá trình thực hiện dịch vụ cần kiểm tra để biết tiến độ thực hiện, điểm

mạnh và yếu; Còn giám sát để biết diễn biến, chiều hướng hoạt động. Kiểm tra và giám sát là hai quá trình có quan hệ mật thiết với nhau.

2.6. Bước 6: Đánh giá hiệu quả sau tư vấn, dịch vụ khuyến nông

a, Ý nghĩa: Nhằm đánh giá sự hài lòng và tính hiệu quả của hoạt động tư vấn, dịch vụ khuyến nông.

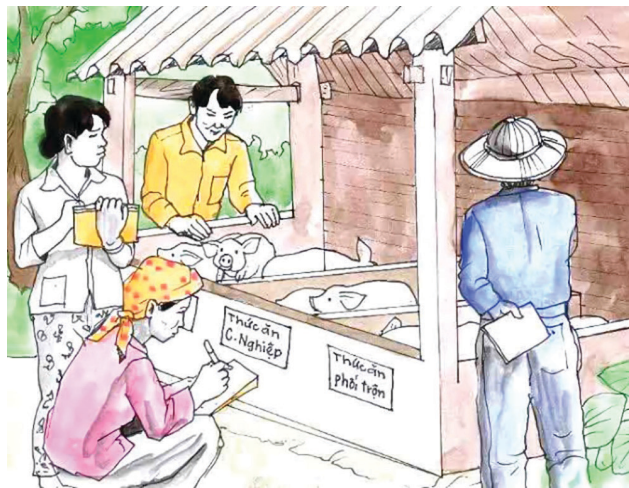
b, Nội dung đánh giá

+ Tổng kết quá trình phát triển mô hình theo các bước và khả năng phát triển bền vững của mô hình.

+ Đánh giá sự thành công trên các khía cạnh: Kinh tế, xã hội, môi trường và văn hóa bản sắc của cộng đồng.

c, Phương pháp đánh giá

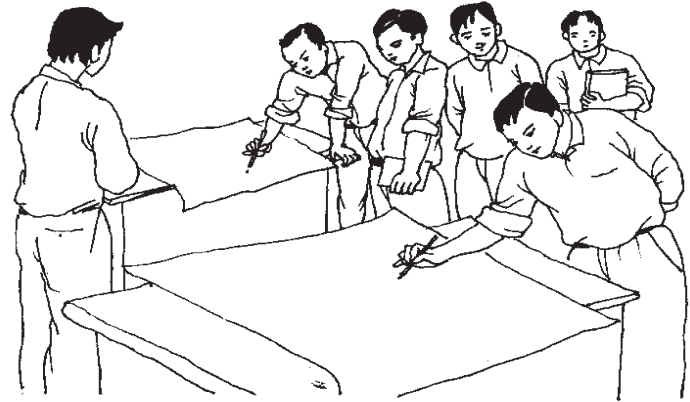
(1). Về kinh tế: Sản phẩm tạo ra có đáp ứng nhu cầu của khách hàng mục tiêu không? Tăng thu nhập cho cộng đồng như thế nào? Cải thiện đời sống ra sao?



Hình: Tư vấn, dịch vụ tại hiện trường

(2). Về xã hội: Xem xét về khả năng tạo việc làm và nâng cao thu nhập, những đóng góp trong việc nâng cao kiến thức và nhận thức của người dân trong khai thác, bảo vệ tài nguyên môi trường ven biển, văn hóa và bản sắc của cộng đồng cư dân.

(3). Về môi trường: Sự đóng góp trong việc bảo vệ môi trường sinh thái, có gây ô nhiễm môi trường không? Công tác bảo vệ môi trường thông qua các hoạt động cụ thể tại đơn vị cần tư vấn?



❶ Lưu ý:

- *Tư liệu hoá: Tổng kết tất cả những thông tin, kết quả, kinh nghiệm,... để giúp cho việc tuyên truyền và nhân rộng kết quả.*
- *Sổ sách ghi chép tình hình sản xuất kinh doanh của đơn vị*
- *Danh mục các sản phẩm, dịch vụ tiềm năng trên địa bàn*

3. KỸ NĂNG HỖ TRỢ TRONG TƯ VẤN DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG

3.1. Kỹ năng thu thập và phân tích thông tin

3.1.1 Khái niệm

Thu thập thông tin và quá trình tập hợp thông tin theo những tiêu chí cụ thể nhằm làm rõ những vấn đề, nội dung liên quan đến lĩnh vực nhất định



3.1.2 Phương pháp

Bước 1: Xác định nhu cầu thông tin

- Xác định đúng nhu cầu thông tin căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ, công việc phải giải quyết

- Khi xác định nhu cầu bảo đảm thông tin cần phải trả lời đầy đủ các câu hỏi: Vấn đề đang giải quyết có những thông tin nào? Thông tin còn thiếu những nội dung gì? Những thông tin quan trọng nhất để xử lý vấn đề

- Nguyên tắc xác định nhu cầu thông tin:
- + Nguyên tắc liên hệ ngược
- + Nguyên tắc đa dạng tương xứng
- + Nguyên tắc phân cấp bảo đảm thông tin
- + Nguyên tắc hệ thống mở



Bước 2: Xác định các kênh và nguồn thông tin

- Nguồn thông tin chính thống:

+ Là những thông tin từ các văn bản, quy định của các cơ quan Nhà nước, Quốc hội, Chính phủ, các ban, bộ ngành, đoàn thể, các tổ chức chính trị - xã hội ở Trung Ương các cấp hành chính ban hành, công khai trên cổng thông tin điện tử hoặc in ấn, phát sóng trên các phương tiện truyền thông đại chúng của Việt Nam

+ Thông tin trên ấn phẩm của các cơ quan thông tấn, báo chí, các trang báo mạng điện tử, tạp chí điện tử do cơ quan nhà nước quản lý và hoạt động theo quy định của pháp luật

+ Các chương trình phát thanh trên sóng AM, FM, chương trình truyền hình hoặc các trang thông tin điện tử của đài truyền hình Quốc gia và địa phương

- Các kênh thông tin:

+ Thông tin từ hồ sơ; tài liệu; văn bản

+ Thông tin từ sách báo, tạp chí, internet



Bước 3: Phân tích và xử lý thông tin

- Xác định và phân loại thông tin đã thu thập được
- Xác định đối tượng tiếp nhận để đưa ra các phương án giải quyết phù hợp nếu có vấn đề phát sinh
- Bổ sung thông tin cần thiết nếu cần
- Đưa ra hướng giải quyết, quyết định cho trường hợp và tình huống cần giải quyết.

Bước 4: Tổng kết



3.1.3 Lưu ý

- Lựa chọn nguồn thông tin chính thống, uy tín để đảm bảo thông tin thu thập được chính xác nhất .
- Lựa chọn nguồn thông tin chính thống, uy tín để đảm bảo thông tin thu thập được chính xác nhất.



Thu thập và phân tích thông tin thị trường là một bước quan trọng mà bất kỳ đơn vị nào cũng phải thực hiện để đảm bảo doanh nghiệp mình giảm thiểu rủi ro ở mọi cấp độ. Nghiên cứu thị trường trước khi đi vào hoạt động cho phép bạn thu thập cả dữ liệu định tính và định lượng, khi được phân tích đúng cách, sẽ cho phép bạn đưa ra các quyết định sáng suốt, phù hợp với người tiêu dùng và người mua.

Một số điều cần lưu ý trong quá trình thu thập và phân tích thông tin thị trường:

- *Tiềm năng thị trường*
- *Phân tích đối thủ cạnh tranh*
- *Phân tích đối tượng khách hàng*
- *Phân tích giá cả*
- *Phân tích vị trí*
- *Phân tích kênh phân phối*

3.2. Kỹ năng đặt câu hỏi

3.2.1 Khái niệm

- Kỹ năng đặt câu hỏi là khả năng cho phép chúng ta phân tích các khái niệm hoặc tình huống và đặt câu hỏi liên quan đến một chủ đề cụ thể. Những kỹ năng này cho phép ta hiểu các khía cạnh khác nhau bằng cách biết đặt câu hỏi phù hợp.

3.2.2 Phương pháp

➤ Câu hỏi mở: Đặt câu hỏi mở là một trong những cách hiệu quả để thu thập thêm thông tin chi tiết về một tình huống cụ thể. Khi tư vấn viên đặt một câu hỏi mở, nó sẽ cho người phản hồi cơ hội để xây dựng và đưa ra lời giải thích sâu hơn về vấn đề đang đề cập đến.

➤ Câu hỏi đóng: Câu hỏi đóng có thể hữu ích khi bạn cần một câu trả lời đơn giản. Thường thì đây là những câu hỏi có hoặc không. Bạn có thể sử dụng loại kỹ thuật đặt câu hỏi này nếu bạn đang tìm kiếm sự xác nhận về một chủ đề cụ thể hoặc đánh giá xem người khác có đồng ý với bạn hay không

➤ Câu hỏi thăm dò: Câu hỏi thăm dò còn được gọi là câu hỏi kích hoạt. Bạn có thể chọn sử



dụng kỹ thuật này nếu bạn cần làm rõ về một chủ đề cụ thể nào đó. Những câu hỏi này cũng có thể giúp bạn trích xuất thông tin từ những người có thể không chia sẻ mọi thứ họ biết với bạn.

➤ **Câu hỏi phình phểu:** Kỹ thuật đặt câu hỏi theo hình phểu thường bắt đầu bằng những câu hỏi chung chung và từng bước trở nên cụ thể hơn trong suốt cuộc trò chuyện. Bắt đầu cuộc trò chuyện hoặc phỏng vấn bằng những câu hỏi chung chung cũng có thể khiến người đối thoại cảm thấy thoải mái hơn và khuyến khích họ chia sẻ thêm chi tiết.

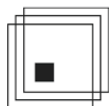
➤ **Câu hỏi dẫn dắt:** Câu hỏi thăm dò thường được dùng để dẫn dắt trong quá trình đàm phán để gây ảnh hưởng đến quyết định của người khác. Những loại câu hỏi này thường bắt đầu bằng một yêu cầu và kết thúc bằng cách hỏi xem người kia có đồng ý hay không. Kỹ thuật đặt câu hỏi dẫn dắt được coi là một công cụ mạnh mẽ cho những người đứng đầu.

➤ **Câu hỏi làm rõ vấn đề:** Câu hỏi dạng này thường được đưa ra để đảm bảo tính chính xác của thông tin. Thường câu hỏi này xuất hiện vào cuối cuộc trò chuyện, thuyết trình hoặc cuộc họp để xác nhận các chi tiết quan trọng.

➤ **Câu hỏi tu từ:** Những câu hỏi tu từ thường khuyến khích người nghe suy nghĩ về những gì người nói đang nói và đưa ra kết luận của riêng họ. Khi dùng câu hỏi tu từ, người hỏi thường không mong đợi câu trả lời, thay vào đó, mọi người thường sử dụng loại câu hỏi này để thu hút sự tập trung của khán giả và đảm bảo rằng họ vẫn đang lắng nghe.

3.2.3 Lưu ý

- Nguyên tắc khi đặt câu hỏi:
- + Xác định mục đích câu hỏi
- + Xác định đối tượng để đặt câu hỏi
- + Sử dụng giọng điệu và ngôn ngữ phù hợp
- + Thực hành lắng nghe chân thành và tôn trọng đối phương
- Nếu bạn đang đặt câu hỏi cho một nhóm người, hãy tạm dừng giữa mỗi câu hỏi để cho họ cơ hội trả lời.
- Khuyến khích tất cả người tham gia lên tiếng và đưa ra ý kiến.
- Duy trì thái độ bình tĩnh và chuyên nghiệp để đối phương cảm thấy thoải mái khi chia sẻ suy nghĩ, kinh nghiệm và ý kiến của họ với bạn



VÍ DỤ

Trong một số trường hợp khi nêu ra các câu hỏi và có quan điểm khác biệt: Cần bình tĩnh lắng nghe, sau đó phân tích để thấy những điểm giống nhau, đồng thời khéo léo giải thích về những điểm còn sai khác bằng thái độ khách quan và những từ ngữ dễ hiểu.

3.3. Kỹ năng đàm phán và ký kết hợp đồng

3.3.1. Khái niệm

- Đàm phán là tiến trình đối thoại trong đó hai hoặc nhiều bên làm việc cùng nhau để đạt được một giải pháp đồng thuận về quyền lợi và lợi ích cho các bên liên quan. Đàm phán có thể dẫn kết một thoả thuận chính thức bằng văn bản như là hợp đồng, hoặc thoả thuận bằng miệng.

- Đàm phán hợp đồng thường xảy ra trước “ký kết hợp đồng” hoặc trong quá trình thực hiện hợp đồng.

3.3.2 Phương pháp

Các bước thực hiện tiến trình đàm phán có hiệu quả:

Bước 1: Nghiên cứu để chuẩn bị cho cuộc đàm phán

- Nghiên cứu các văn bản pháp luật trong lĩnh vực dự định đàm phán và ký kết hợp đồng.
- Để có thể thuyết phục thành công đối phương đòi hỏi phải thiết lập một sự hiểu biết đầy đủ về quan điểm và mục tiêu của họ đối với thoả thuận.
- Chuẩn bị cho cuộc đàm phán bằng cách tiến hành nghiên cứu toàn diện về đối tượng, dịch vụ mà bạn sẽ đàm phán.
- Việc chuẩn bị với nghiên cứu kỹ lưỡng cung cấp cho bạn kiến thức về các động lực của thoả thuận, bao gồm lợi ích, nhu cầu và kết quả mong muốn của đối phương.
- Xác định những yếu tố có thể gây ảnh hưởng đến kết quả của cuộc đàm phán.
- Thảo luận về những nhượng bộ có thể chấp nhận được trong quá trình đàm phán

- Trình bày rõ ràng các mục tiêu
- Sắp xếp thứ tự ưu tiên cho các mục tiêu
- Thiết lập phạm vi thương lượng với các mục tiêu tối tưu, tối thiểu.

Bước 2: Đàm phán

- Tạo dựng niềm tin cho đối tác
- Thể hiện thiện chí thông qua những hoạt động cơ lợi cho việc xây dựng sự tin cậy giữa hai bên
- Thương lượng nội dung đàm phán
- Luôn hướng tới việc đạt được kết quả đôi bên cùng có lợi
- Áp dụng phương pháp đàm phán win-win
- Đưa ra đề nghị và lắng nghe đối tác
- Nhượng bộ nếu cần
- Tiến tới thoả thuận

Bước 3: Ký kết hợp đồng

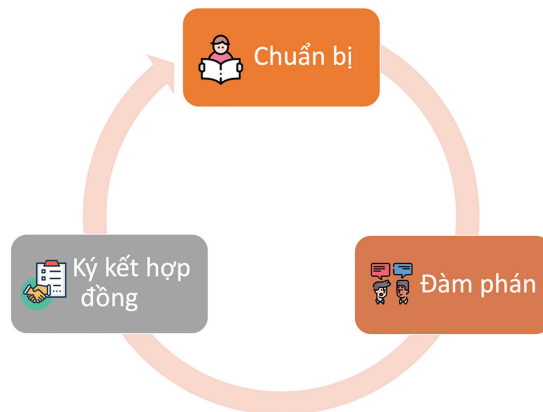
- Sau khi kết thúc đàm phán, các bên sẽ tiến hành ký kết hợp đồng
- Các bước ký kết hợp đồng bao gồm: Đề nghị ký kết hợp đồng, chấp nhận ký kết hợp đồng và ký kết hợp đồng.

3.3.3. Lưu ý

- Giai đoạn chuẩn bị: soạn hợp đồng dự thảo trước khi tiến hành đàm phán, thực hiện nguyên

tắc tự do và bình đẳng, nghiên cứu văn bản pháp quy kỹ càng.

- Giai đoạn đàm phán:
 - + Bắt đầu với sự chuẩn bị,
 - + Kiên nhẫn Chuyên nghiệp
 - + Cởi mở
 - + Luôn luôn ghi nhớ mục tiêu của hợp đồng
- Giai đoạn ký kết hợp đồng
 - + Lưu ý về hình thức hợp đồng
 - + Kiểm tra các điều khoản hiệu lực, điều khoản phạt vi phạm hợp đồng, điều khoản giải quyết tranh chấp.

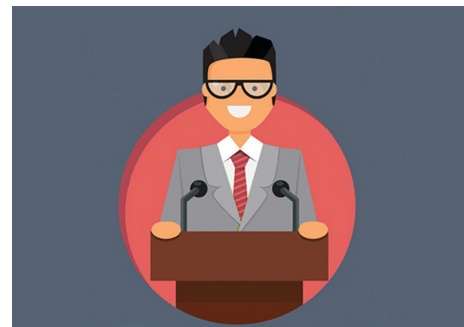


Hình : Các bước đàm phán ký kết hợp đồng

3.4. Kỹ năng nói trước công chúng

3.4.1 Khái niệm

Nói trước công chúng là hành động trình bày một bài phát biểu trước khán giả trực tiếp theo cách có cấu trúc, nhằm thông báo và thuyết phục người nghe. Nói trước công chúng thường là một bài phát biểu trực tiếp, trang trọng cho một người hoặc một nhóm người nghe.



3.4.2 Phương pháp

➤ Chuẩn bị:

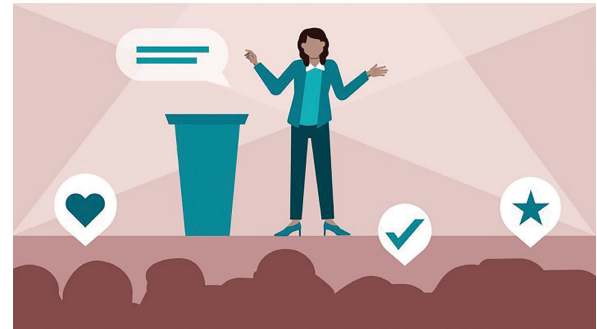
- Kiểm tra dữ kiện, số liệu và các thông tin sẽ được đưa vào bài thuyết trình
- Tổ chức tài liệu một cách hợp lý và chuẩn bị tất cả các tài liệu nghe nhìn hỗ trợ
- Xem xét địa điểm sẽ có bài giảng và lưu ý đến sở thích, nhu cầu và sự hiểu biết của người tham gia
- Diễn tập trước bài thuyết trình

➤ Nội dung:

- Nội dung bài giảng phải sử dụng từ ngữ và cách diễn đạt hợp lý
- Không nên đưa quá nhiều nội dung vào bài trình bày
- Nội dung cần đảm bảo ngắn gọn, súc tích
- Cần lồng ghép các nội dung, từ và cách diễn đạt và điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh địa phương
- Tránh sử dụng ngôn ngữ kỹ thuật hoặc biệt ngữ quá phức tạp, có thể gây nhầm lẫn cho người nghe.

➤ Truyền tải:

- Sự tự tin là yếu tố then chốt



- Phong cách trình bày thân thiện
- Tôn trọng kiến thức và kỹ năng của đối tượng
- Người trình bày phải luôn đảm bảo rằng giọng nói của mình đủ to và rõ ràng để đảm bảo tất cả những người có mặt đều nghe thấy.
- Bài nói không nên quá dài vì người nghe có thể sẽ mất tập trung.

3.4.3 Lưu ý

- Cách tốt nhất để vượt qua lo lắng khi nói trước công chúng là chuẩn bị, chuẩn bị và chuẩn bị.
- Dành thời gian để xem lại ghi chú nhiều lần
- Sắp xếp tài liệu theo cách hiệu quả nhất để đạt được mục đích
- Hãy luyện tập
- Sử dụng giọng nói và cử chỉ một cách hiệu quả
- Sử dụng phương tiện nghe nhìn để hỗ trợ tối đa bài trình bày
- Theo dõi phản hồi và thích ứng với hoàn cảnh.

3.5. Kỹ năng thuyết phục

3.5.1. Khái niệm

Thuyết phục là một kỹ năng mà ta có thể thông qua lời nói, ngôn ngữ và khả năng tư duy phân tích của mình làm người khác phải thay đổi suy nghĩ, thái độ trong quá trình giao tiếp hoặc làm việc.



3.5.2. Phương pháp

Những bước cơ bản để thuyết phục người nghe:

Bước 1: Chuẩn bị kỹ vấn đề trình bày

- Trước khi thuyết phục người khác thì người trình bày phải làm chủ và nắm giữ mọi thông tin cần thiết
- Xác định mục đích thuyết phục
- Liệt kê thông tin cần thiết theo thứ tự nhất định
- Chuẩn bị sẵn ảnh, video, hồ sơ, tài liệu cụ thể làm minh chứng
- Triển khai sẵn các bước trình bày, đặc biệt là nội dung mở đầu và kết luận

Bước 2: Phương pháp trình bày vấn đề

- Thiết lập sự tự tin
- Tạo hứng thú với người nghe
- Cần hiểu khán giả nghĩ như thế nào
- Trình bày luận điểm có dẫn chứng thuyết phục
- Trình bày mạch lạc cách giải quyết vấn đề

3.5.3 Lưu ý

- Đàm phán và thuyết phục có thể đi đôi với nhau nhưng chúng không giống nhau
- Sự khác biệt giữa khả năng thuyết phục và đàm phán nằm ở hai yếu tố:

- + Đàm phán dựa trên sự thoả hiệp của hai bên
- + Thuyết phục tập trung vào việc thuyết phục đối phương làm theo ý mình

3.5.4 Ví dụ

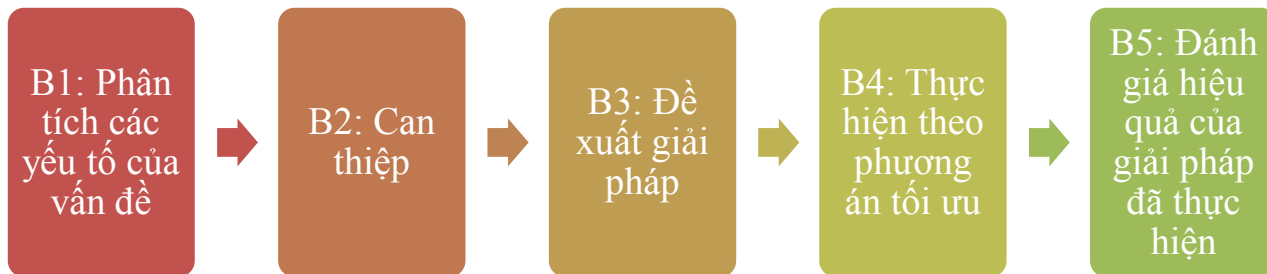
3.6. Kỹ năng xử lý tình huống

3.6.1 Khái niệm

- Kỹ năng xử lý tình huống là cách thức phân tích, tìm hiểu các thông tin khác nhau để có thể có một cái nhìn tổng thể về một sự vật hay hiện tượng đang xảy ra.
- Kỹ năng xử lý tình huống giúp xác định được lý do tại sao một vấn đề đang xảy ra và cách giải quyết vấn đề đó.



3.6.2 Phương pháp



Hình : Phương pháp xử lý tình huống

3.6.3 Lưu ý

- Tích lũy thêm kiến thức kỹ thuật trong lĩnh vực của bản thân
- Tìm kiếm cơ hội để giải quyết vấn đề
- Quan sát và học hỏi cách người khác giải quyết vấn đề

Hoạt động với tư cách là một tư vấn viên dịch vụ khuyến nông, bạn sẽ cần phải tiếp xúc với nhiều đối tượng khách hàng. Chính vì vậy sẽ có những tình huống xảy ra mà nếu không rèn luyện và tích lũy kinh nghiệm để xử lý tình huống thật tốt thì chắc chắn bạn sẽ làm mất lòng tin nơi khách hàng. Ví dụ: khách hàng nghi ngờ về phương án tư vấn của bạn nên chưa đủ tự tin để ký kết hợp đồng tư vấn. Biểu hiện của khách hàng rất dễ nhận biết đó là: tỏ ý phản đối và đặt ra nhiều câu hỏi, không đồng ý với phương án bạn đưa ra.

Do vậy, với tư cách là một tư vấn viên có khả năng xử lý được tình huống, bạn cần biết cách đặt câu hỏi để nắm rõ được những nghi ngờ của khách hàng. Từ những hoài nghi đó, hãy cung cấp những minh chứng xác thực để thuyết phục cũng như có được sự tin tưởng từ phía khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Thủ tướng Chính phủ, Nghị định số 83/2018/NĐ-CP ngày 24/5/2018
2. Thủ tướng Chính phủ, Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05/07/2018

In 700 bản, khổ 14,5x20,5 cm, In tại Công ty TNHH TM Đông Nam - Số 31, Ngõ 39, phố Hào Nam, P. Ô Chợ Dừa, Q. Đống Đa, Hà Nội. Giấy phép xuất bản số 456/QĐ-NXBTC do Nhà Xuất bản Tài Chính cấp ngày 28/12/2022. Số xác nhận đăng ký xuất bản 4880-2022/CXBIPH/4-124/TC. Mã số ISBN: 978-604-79-3549-9. In xong và nộp lưu chiểu năm 2022.