

數位科技在國際企業建構知識經濟型溝通與談判之應用

邱若芷*

摘 要

企業經營邁入國際化的過程中，必然面臨許多國際化人力資源管理的問題與挑戰，其中建立國際組織間有效的溝通管道並達成雙贏的溝通與談判機制，成為未來的趨勢與重要的課題；然而組織在面臨多元複雜的管道來進行溝通與談判時，如何透過知識經濟的應用與科技管理的工具，將傳統溝通與談判時所無法達成的新作法，屆時在本研究中提出新契機，以發展出適宜的即時傳訊與機制，來解決傳統溝通與談判中經常面臨的時空困境與其所衍生的問題。本文在探討科技管理與知識經濟兩核心理論後，試圖建造出國際企業溝通與談判因素的概念性整合架構，來說明現代化國際企業溝通與談判的現象，以及影響溝通與談判結果的重要因素與特質。為了建構出有效的溝通與談判模式，本研究首先測試國際企業的溝通與談判是否受科技管理與知識經濟的理論影響，並加以修正往昔溝通與談判的理論：主張策略性的行為理論，終極目的是要對手讓步；追求利潤極大化的目的，能使其對手作出最大的讓步。但是外在的環境日趨複雜與瞬息萬變，再加上毫無底線、不確定何時停止的激烈性競爭，己方要強化其競爭力到何種程度，方能略勝對手一籌。因此，本研究在彈性互動的變遷環境、知識管理、溝通與談判等文獻的探討下，將知識經濟與科技管理的工具，導入知識經濟均衡溝通模式，作為國際企業發展知識經濟型溝通與談判的重要依據。

關鍵字：溝通與談判機制(模式)、知識經濟科技工具、數位化科技平台、溝通策略與談判現象、最適動態的均衡

* 美和技術學院企管系專任助理教授

壹、緒論

隨著商業環境的多變，帶來更多的機會與風險。若能適時引進科技，進行溝通與談判策略之規劃，將一體兩面的機會與風險拉至最佳的狀態，是經營者不容忽視的過程。面對快速變遷的環境，以及商場上即時創新與求變的需求，企業必須隨時掌握高瞻遠矚的全方位策略，期望在比較利益的雙贏國際合作中永續經營。因此本文的研究動機與目的是建立國際企業在規劃溝通與談判策略時，從洞悉科技管理與知識經濟型的溝通與談判，到時空差異與彈性互動的環境結構來相連結，進而有效地探討並找出以往阻礙溝通與談判的障礙，透過一連串科技管理與知識經濟的整合性配套措施，企圖降低國際企業溝通與談判過程的痛苦指數，以獲得兩造最適動態平衡的溝通模式。

科技平台與知識管理的運用活絡時間、距離的障礙，將觀念、理念的水平落差隨時地交流，自然地延伸景深以觀看事物全貌，降低以偏蓋全的認知；以專業的見解對雙方所提問題作適切的回應，進而激發合作的動力延續合解的契機，同時滿足合作協商的需求。所建立彈性化機制，可幫助執行不間斷溝通與談判的互動捷徑，化解許多誤解產生的衝突，並降低以往溝通與談判可能是國際企業一項痛苦的情況與經驗。此外因為科技與知識經濟管理的結合，也注入無限豐沛的溝通量能。例如，從網站開始，宣導理念的推行；從遠距教學著手，改變二十四小時隨時隨地學習新知的昂貴性；從虛擬社群的互動，迅速得知各類討論的議題所在坊間發酵的程度；從參與不同的即時討論過程，突破許多在生活空間不曾交集過的民情與風俗；從心情紀實留言板，提供人文心靈交流的出口；從分享文章、交流、共鳴的機會，而加深情愫的份量，從而了解社會不同的脈動與歷史蛻變的足跡；從民意的隨選 E 化問卷，找出多數參與的動向；從交叉複雜的互通聊天室，訓練更圓融的溝通技巧與角色扮演等。知識經濟與科技管理的工具，打破傳統「談」話困難的障礙，也化解資訊不足而「判」辨不夠客觀的情況，找出「異中求同」的「共識」，注入溝通與談判的量能，進而創造可觀的互惠與互益。

所以使用知識與經濟型科技工具作為溝通與談判者溝通的機制，凡是關於文字敘述的錯誤或文化組織的差異性，導致無法順利執行溝通與談判議題的疑慮，或是溝通與談判者間存在技術上的問題等，都應先用 E-mail、視訊協議等工具，作為正式議題開議前或正式合約簽訂前，讓彼此充分認知差異與共通點所不可獲缺的方法。由於溝通與談判者每天面臨多方對話與意見陳述的訊息，為能有效整合各方意見，或各分公司或部門的決策後回覆與回應對方，企業應可採用多元可行的辦法，開始執行科技媒體與知識經濟型溝通與談判的模式(如下一、二)¹【邱若芷，2003】。例如，企業間關鍵衝突點的議題，透過科技媒體與知識經濟型溝通與談判，不但能夠自動化蒐集議題問卷(例如，線上或網路問卷調查，以及 Call in 或 Call out)，以平等方式表達異同觀念並作出統

計分析，也可自動偵測前例並找出比較互利下的配套方案（例如，決策樹下的幾種可行的最適方案），甚至於知識經濟型下可共同議定並遵循的原則。在這過程中以隨時互動的方式，凝聚多方共識與合作的配套措施，來執行溝通與談判的意見交換及交流。如此就可打破一開始就多頭馬車、步調不一致，以及過多誤解與歧見而無法彼此信任的僵局。²【邱若芷，2001】從「事倍功半」的科技媒體與知識經濟型溝通與談判的機制先佈局，進一步達到溝通與談判協商的雙贏成果。

赫博·高韓認為³【羅傑·道生，1997】，在溝通與談判中，必定需要強調以下三個重要因素：1.情報：對方對你及你的需求似乎總比你對他們知道得清楚。2.時間：對方似乎並不了解你在公司受到時間、期限等壓力。3.權力：對方所擁有的力量和權威似乎總是比你認為你所擁有的為高。以上三種因素多站在己方較弱式的立場，來應對(戰)艱難的溝通與談判。然而要滿足合作型的溝通與談判創造雙方、多方利益的空間，到底傳統艱難的溝通與談判，之於科技媒體工具應用的知識經濟型溝通與談判上有何不同？而科技媒體工具的應用又如何在溝通與談判中著實地扮演舉足輕重的角色？

己方以弱勢的立場來應對艱難的溝通與談判，這樣的定位點是為了破解(breakthrough)並找出反敗為勝的局勢作佈局。在情報與時間的因素上，己方對彼方的需求、處境、現況，以及相關作業及締盟的專業知識或法律，透過科技管理發展的知識經濟型溝通與談判，快速地拉回己方在情報與時間延宕上弱勢的立場。此外，在以往的溝通與談判過程中，兩造也常常難為在獲得彼此信任、承諾、對抗、牽制的管道上受到阻礙，那麼藉由科技管理發展的知識經濟型溝通與談判，是否能發現雙方最適動態平衡的暢通管道於談判機制中，成為本研究必要探討的重要課題。因此本文的研究動機與目的是建立國際企業在規劃溝通與談判策略時，從洞悉科技管理與知識經濟型的溝通與談判，到時空差異與彈性互動的環境結構來相連結，進而有效地探討並找出以往阻礙溝通與談判的障礙，透過一連串科技管理與知識經濟的整合性配套措施，企圖降低國際企業溝通與談判過程的痛苦指數，以獲得兩造最適動態平衡的溝通模式。

貳、文獻探討與歸納

一、溝通與談判是一種文明人解決衝突的管理方式

溝通與談判可以分為對外和對內兩個大類。對外就是我們一般熟悉的溝通與談判，它主要是談數字，談文字，談事情。對內比較難，因為它除了文字、數字、事情之外，還多談一個「人」。像長官跟部屬的溝通與談判、會議溝通與談判、勞資溝通與談判等都屬對內溝通與談判。凡是涉及人的問題、就比較難談。在這個人人都要爭取自己利益的時代，學點溝通與談判技巧，幾乎已經變成現代人必備的知識。但是溝通與談判終究不是打仗，它只是一種文明人解決

衝突的方式。結合對溝通與談判藝術，以及對衝突管理的技巧，讓雙贏觀念成為社會共同的價值。⁴【劉必榮，2001】建立社會的共同價值觀決非一日可行，那麼到底每日面臨的衝突，容易取得到良善的衝突管理技巧嗎？有人勤練技巧方法，有人視經驗老練為最佳的管理之途，有人諮詢溝通與談判專家作協調，有人傾向實質的問題解決就好...等，這些溝通與談判的管理技巧終究是為了解決『人類』衝突而產生的。試想，在不文明的『野生動物』世界中，不會以溝通與談判作為解決衝突的手段，卻以非人性『殘暴』之弱肉強食的作為，終結所有的衝突。

為了說明成功的溝通與談判，除了滿足需要或者創造雙方、多方利益的空間，在參與這場溝通與談判的人員一定要遵守下列原則和步驟，以羅傑·道生在企業界演講或合辦活動的收費為例：⁵【羅傑·道生，1997】

- (一) 明確告知收費標準：不但要明確告知，也不用擔心對方是否會被價格嚇倒，因為當對方知道並相信合作的好處後，通常就可以建立基本信任的關係。
- (二) 尊重對方的慣例：有些企業或團體確實無法在『一開始』就同意我們的收費標準，就算他認同我們所提供的利益和預期的效益，我們『一定會』嘗試了解並尊重對方的付費慣例。我說『尊重』，是發自內心的重視，不是表面上的敷衍。
- (三) 取得第一次的平衡點：在相互了解也尊重彼此的標準和慣例後，我們會設定一個雙方都『彷彿』可以接受的折衷點，視為溝通與談判的基準點，也是第一次的平衡點，我稱之為『不平衡的平衡』。
- (四) 明確告知附加條件或其他需求：有時，價格並非是溝通與談判中最重要的重要因素，反而是相關的配合軟、硬體才是高附加價值的內容，這時也要相當明確的告知。
- (五) 再度尊重對方配合的慣例和能力：不是每一間公司和團體都能配合相關的條件和需求（如完善的音響或投影設備、錄放機、電視及紀念獎座、獎牌）除了派員實地觀察外，徵詢的動作是必要的步驟，同樣的原理，不厭其煩，絲絲入扣。
- (六) 取得第二次的平衡點：這個階段通常稱之為『共識』及『互諒』階段，帶著強烈的妥協或和諧氣氛，此時，雙方如果都秉持誠信原則，基本上都會產生『贏的感覺』夾雜一絲『公平的感覺』。
- (七) 承諾：口頭或書面。在這個階段有兩件事情需特別留意，一是重現法律問題，二是確定執行的優先順序。並非每次的接洽與溝通與談判，都會碰觸這七個步驟，但這還只是比較單純的溝通與談判；若涉及較中、大型的商業性溝通與談判，優勢溝通與談判創造雙贏或多贏的準備工作（資訊、情報）、局面（氣勢、權力）、時機（時間、時效）就更複雜些。

對於以上的七原則和步驟中，可以歸納出在溝通與談判的三大重要執行方

針：1. 企業兩造雙方所有參與的人員必須擁有「明確告知重要事項」的管道與方法；透過這種方法，可以在各種科技平台或媒介管道，將重要事項告知須要被告知的對象。以企業營運中「重要的事項」為例：就是告知甚麼(what)產品(product)，將在何時(when)發行，並銷售在甚麼地方(when)與通路(place)，以何種價格(price)來吸引顧客(who)，同時能夠促成大量的銷售(promote)。以上將 4w 與 4p 的運用策略，順利地導入知識管理及科技媒體與工具，企業就掌握了與顧客和協商夥伴在「明確告知重要事項」的溝通與談判方法中，達到成功雙贏的目的。

第二個歸納出的溝通與談判的執行方針是：必須「了解並尊重對方的慣例」，任何誤解來自於不夠了解，由誤解產生衝突。為了避免一開始就誤解彼此的行事慣例，而無法彼此尊重並相互配合，以頻密、低成本的科技溝通平台，將「慣例」知識管理化後，化解彼此不熟悉的慣例，進而尊重彼此相關的條件和需求。

第三個歸納出的溝通與談判的執行方針是：必須找到雙方「最適動態平衡」點，從第一次的平衡點即『不平衡的平衡』，先知識化彼此的「基準法」後，了解產生『共識』及『互諒』，進入第二次的平衡點，讓雙方『贏的感覺』與『公平的感覺』，具體化地呈現在暢通的科技管理與知識經濟型的溝通與談判機制中。

二、以科技媒體與知識經濟型溝通與談判來取得雙贏

掌握國際商場比較利益的合作邏輯來取得雙贏，在協商溝通與談判過程中，是兩造首要建構並須發展的共識。若能有效地將科技媒體發展的知識經濟型溝通與談判，導入雙方持續商務往來的活動空間與時間中，熟諳彼此的思考邏輯、思想體系、習慣動作、相關作業及締盟的專業知識或法律，甚至於文化、風俗、民情、政治等意識型態的差異，那麼彼此互動的溝通與談判過程，就不至於落入雙輸雙敗的窘境。意識型態的傳達、資訊活絡的發展，進而成功地達成彼此的共識，端賴有效的科技管理與媒體溝通的關係；例如，在瞭若指掌的科技管理與傳媒運作中，熟悉傳達資訊的需要，設計有創意、務實、具策略意義及具成效的方案，甚至於深諳剪裁有影響力及具新聞角度的故事，讓企業的訊息通達千里，⁶【靈思公關，1999】，從而掌握國際商場比較利益的合作邏輯，創造企業雙方溝通協商中，「贏」的契機。

福格森 (Marilyn Forgyson) 對邏輯「思維模式」的定義是：應用於理解現實並解釋現況的思考架構。但是在國際企業溝通與談判過程，往往兩方的「邏輯思維」並不相似而陷入僵局。柯維 (Stephen R. Covey) 則認為「為了避免只用我們的眼睛去看外在的事物而已，就應該運用綜合的感知、理解和解釋來看世事。換句話說，就是將「思維模式」視為地圖。若拿到錯誤的地圖，不管如何努力也絕不可能到達目的地。」⁷【引自 愚工，1999】綜觀兩學者的觀點，可經由科技媒體發展的知識經濟型溝通與談判，來深入知識管理化「兩造」的

現實並能更開闊地解釋「兩造」的現況架構(包含邏輯思維、感知與理解),就可為雙方尋找到可行的平衡點。當然,兩造在公平的平衡點下,即擁有同等的情報(例如,同等的「思維地圖」)與時間及工具下,來執行協商溝通與談判,將可擺脫現有的本位主義之思維邏輯,設身處地並非盲目的協議問題與條件,有效地取得共識,達成互惠雙贏的企業合作。

三、科技管理發展的知識經濟型溝通與談判

國際企業發展貿易,滿足全球人類消費的價值觀是不可抵擋的趨勢。企業在知識管理的範疇內,學習以科技管理與知識經濟的作法,開誠布公地交流、分享、提問、辯述於整個溝通與協商中,進而完成良性的競爭與合作,達成國際企業發展貿易目標的最佳方案。在此國際貿易的過程中,國際企業建立多角度、多面向的科技管理⁸【徐茂陽、林宏澤、李鴻濤、王本正,2001】,以及知識經濟型溝通與談判模式,「創造」和諧協商與「維持」洽商的環境,解決「比較利益」下合作邏輯所衍生的種種問題。這樣的溝通與談判模式,再配以具體的合作方案,逐步加強互信的基礎,降低誤解,持續積極、善意、互利、務實的雙贏機制⁹【蔡瑋,2000】,達到維持國際企業永續經營與國際企業間互惠交流的穩健關係。

以科技管理發展的電子商務為例,來說明國際企業知識經濟型的溝通與談判:企業為了迎向二十一世紀數位科技新世界,資訊已不再是某些人的資產,權力的逆轉,不能只是被動地接受改變;以往傳統的交易模式已被顛覆,取而代之的電子商務與企業資源整合系統(ERP)的導入¹⁰【亞典資訊股份有限公司,2004】,從企業多元豐富的知識管理與客制化深度專業的科技能力中,例如,Commerce At Light Speed(CALS)的發展,來解決企業協商所面臨的種種方案;甚至事前協議以迴避專利的侵犯,從而延伸國際企業交叉授權的雙贏機會。在這發展階段中,不只是單位組織間快速有效地協議,並反應足夠的資訊給決策單位作正確的策略佈局,同時也發展商業交易資料的標準化運動,以及國際企業經營程序的再造工程(BPR)中所賦予的企業間聯盟。例如,供應製造間的協動工程(Concurrent Engineering),將顧客或協商夥伴間即時回應系統(Efficient Consumer Response),完備地整合在連鎖系統中。¹¹【許英傑,2001】

此外將企業與消費者之間所形成的企業價值鍊與消費價值觀整合起來,經商業加值網再進行內、外組織的訊息溝通,所建置與連接的特定或非特定夥伴的入口網站,完全整合並進行在不受時間及空間限制的商務活動於科技平台與工具的作業。例如,將詢價、比價、議價建置於電子採購系統中¹²【統一企業集團,2004】,來進行大幅度地成本降低策略,達到企業成功協商談判,提昇營運績效的目標。在科技管理發展快速的新時代中,及時的創新求變,讓協商進入「即行即知」的交易模式,隨即建立符合議案方向的策略,達成高效率、低成本、優品質的洽商任務。

參、研究假設與方法

一、研究假設與問題研探

從以上的文獻理論，歸納出以下四個研究假設。倘若企業間對突破時、空間障礙的科技媒體，用於溝通與談判的策略性應用模式時，能達到溝通與談判的效益；意謂著數位科技平台的應用越趨於正式與普級化的使用，企業溝通與協商的結果也會受影響。在這樣的情況下，有必要檢測以上的命題，並作出以下的命題與假設 (1)：即不同的知識管理型之數位科技平台的正式與普級使(應用)程度不同(越高)，所能影響國際企業間發展知識經濟型溝通與談判的效果也不同(越高)。

假設 (1) H_0 : $\mu_{KMPT1} = \mu_{KMPT2} = \mu_{KMPT3} = \dots = \mu_{KMPT7}$ (KMPT=Knowledge Management Performance Tools)

此外為了更周延的研判國際企業間使用科技平台與科技管理，在協商時所需的規劃、交易、聯盟，以及成本控制等不同溝通與協商類別之偏好程度，是否會影響知識經濟型溝通與談判的不同需求與使用率。本研究在這樣的情況下，有必要檢測以上的問題，並作出以下的命題與假設 (2)：即國際企業間因溝通與協商類別之偏好程度不同(越高)，傾向以科技平台所發展知識經濟型溝通與談判需求的模式就會不同(越高)。

假設 (2) H_0 : $\mu_{KMPT-CEP1} = \mu_{KMPT-CEP2} = \mu_{KMPT-CEP3} = \dots = \mu_{KMPT-CEP7}$
(KMPT-CEP= the interactive effects between Knowledge Management Performance Tools and Communication Environment Preference)

如果國際企業在溝通與談判原則與步驟中，透過各種科技媒介或知識經濟的方法，須要被告知的對象(方)，可以「明確了解重要事項」；那麼當國際企業間「比較利益」之合作貿易，倘使對知識管理下「傳達重要事項」的科技工具使用依賴度越高，企業潛在地與協商夥伴合作意願與合作滿意度就越高；國際企業間合作的滿意度越高，成交上的合作締約就越多。本研究在這樣的情況下，有必要檢測以上的問題，並作出以下的命題與假設 (3)：國際企業間企業在「明確告知重要事項」的知識管理的傳播管道或科技媒介的需求使用率、國際企業間合作的滿意度，與企業與協商夥伴在成交上的合作締約，兩兩之間有正相關。

假設 (3) H_0 : 0 (知識管理的傳播管道或科技媒介的依賴使用程度、國際企業間合作的滿意程度，以及企業與協商夥伴在成交上的合作締約之間無顯著或負相關)

若兩造雙方能立於「最適動態平衡」點來溝通與協商，即可從第一次的平

衡點即『不平衡的平衡』，先知識化彼此的「基準法」後，再深入了解雙方「異中求同」的部份，進而產生『共識』及『互諒』後，取得第二次的平衡點，讓雙方產生『贏的感覺』與『公平的感覺』；那麼具體化地呈現在暢通的科技管理與知識經濟型的溝通與談判機制，就能成就雙贏的局面。在這樣的情況下，本研究有必要檢測以上的命題，並作出以下的假設 (4)：將知識經濟與科技管理的工具，導入雙贏溝通與談判的「知識經濟均衡溝通模式」(如下公式一、二)¹，兩造就能成功地達到雙贏合作締約的貿易均衡條件。

假設 (4)^I 動態協商均衡：滿足兩造成功地達到「雙贏合作締約」的情況。
即 知識經濟型溝通長期均衡模式：

需求面^{II}：

$$\text{MAXIMUM} \left\{ \sum_{n=1}^{\text{Total number of successful cooperations}} \left(\frac{\sum_{\text{Tool}=1}^{\text{Total number of KMPT tools}} \text{Cooperation Satisfaction (Demand Surplus + Supply Surplus)} \cong \infty}{\text{Total number of KMPT tools}} \right) \right\}$$

=

$$\text{供給面：} f \left[\sum_{n=1}^{\text{Total number of successful cooperations}} \left(\frac{\sum_{n=1}^{\text{Total number of cooperation enterprises}} \text{Marginal Cost}_{\text{KMPT}} \propto 0}{\text{Total number of cooperation enterprises}} \right) \right]$$

二. 資料收集的方法

本研究係從各式各類的搜尋引擎與資料庫中，找尋國內外設有溝通與談判協調、商務危機處理、溝通及公關部門之組織或機構，針對這些『溝通與談判』的部門進行資料的蒐集與分析。同時輔以部份從採訪、問卷或約談之可取得的書面資料，經整理、歸納、推演、分析而成。¹³

三. 研究範圍與對象

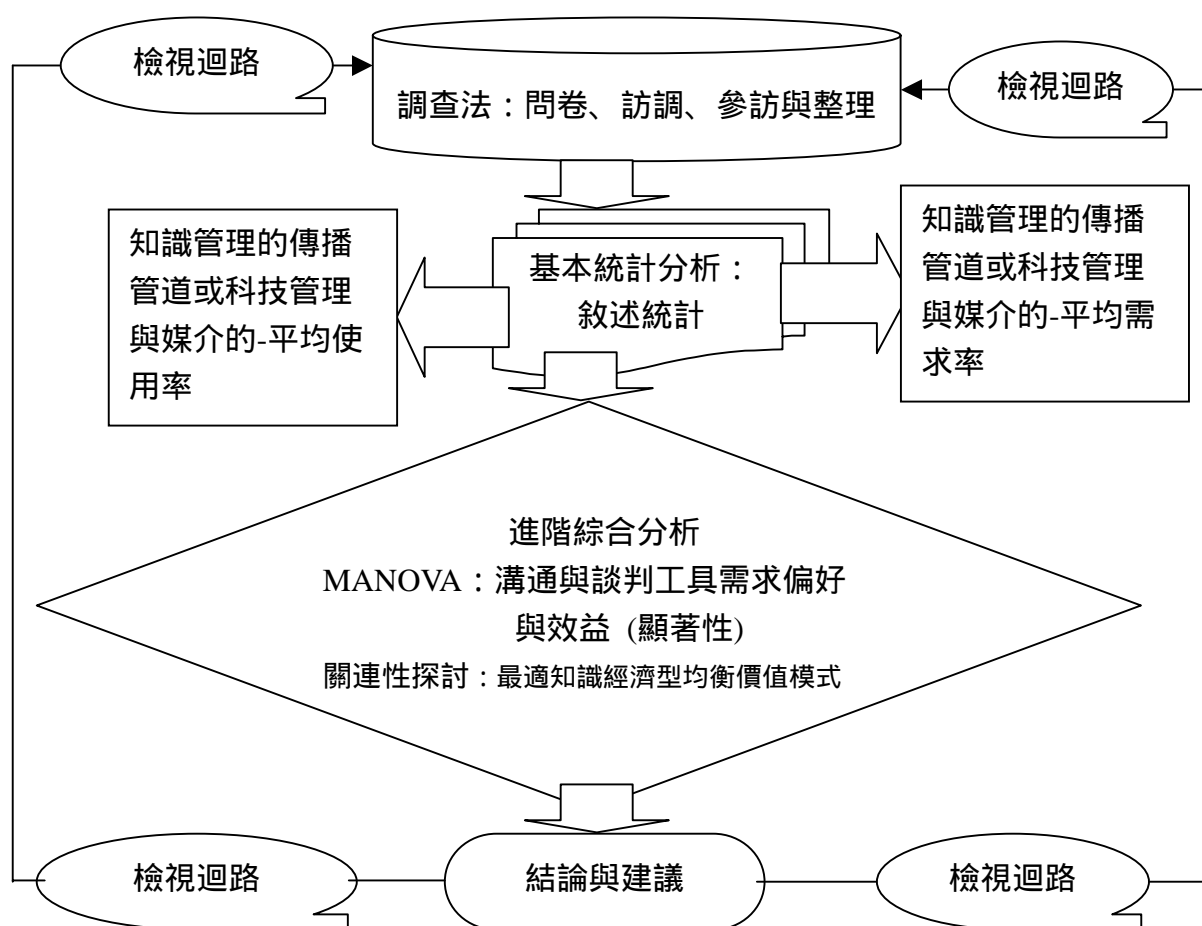
對國內外組織或機關中，設有溝通與談判協調、商務危機處理、溝通及公關部門者，依照科技管理與知識經濟型溝通管道與傳訊所設立的部門，對於所參與的部門進行問卷、訪調與參觀訪問的技術，來蒐集相關資料，實際了解國際企業在執行協商與溝通時，所需求運作的科技平台(工具)與知識經濟型傳媒環境的情況。¹³ 更具體的說，本研究從士、農、工、商四群不同特質團體中，分別以隨機抽取、搜尋並約訪 2~5 組機構與企業組織，總共 30 組國內外設有

^I 由於美和學報刊登篇幅的限制(至多 20 頁)，動態協商均衡的實證研究，將詳述於下次的討論

^{II} 此動態協商均衡以英文呈現，是為了配合整體數學與希臘符號一致與方便性撰寫的原則。

談判協調、商務危機處理、溝通及公關部門者，對其中的相關人員進行調查。其中「士」群中包含教育機構、政府單位；「農」群中包含農漁牧相關機構及其衍生性組織團體如農會合作社、農漁產品運銷社；「工」群中包含製造業或工廠與物體流通業；「商」群中包含企業型組織與商場，針對這些對內、外『協調溝通』的部門進行資料的蒐集與訪談。

四. 本研究的概念性架構流程以圖示呈現如下：



圖一、本研究架構流程圖

肆、研究分析與討論

一. 基本統計分析：敘述性統計

經搜尋及訪談後，以設有溝通與談判協調、危機處理、溝通及公關部門者，其部門所設立科技管理與知識經濟型溝通管道與傳訊媒介，作為部門對於各種溝通協商與談判類別的偏好使用率，最普級的為電子郵件，其使用率高達百分之九十九(表 1)。

就電子商務而言，所涵蓋的內容延伸至物流、資訊流、商流、金流的範疇，在組織或機構於洽商、合約、線上付款、供應鏈協動工程管理、CALS 的應用、顧客或協商夥伴間即時回應系統、商業交易資料的標準化的通訊等，有極大的重要性改變與影響，經調查的 30 組訪談與搜尋後，所達到的使用率已超過百分之九十四 (表 1)。

在電子商貿網方面(Trade-Van)則多以信用較佳的歐美國家為往來對象的國際貿易中小型企業為主要訪調對象，其中又以關貿 EDI 往來之海關、航空、輪船、倉儲、簽審、保稅、保險、銀行、承攬、報關、物體流通業等資料傳輸、商務洽談、商業資訊、協商、合作契約時，所需使用的科技工具與知識管理的媒體傳訊的應用範圍最為普級。經訪談與搜尋的 30 組中，以商貿科技網與貿易知識管理平台作業的範疇有：輸出、入許可證，信用狀開發、修改，進口報單，貨價申請單，提單，委任書，貨櫃集中查驗、報稅等，並相互串連貨物通關的相關業者與相關政府 e 化單位(例如，海關或保稅倉庫等)¹⁴ 的交易文件交換與標準化，完成海空運貨物的複雜程序的業者多達百分之七十八(表 1)。

表 1. 數位知識經濟型溝通的需求使用率及其溝通與談判類型偏好之分析

科技工具與媒體 溝通與協商類別： 需求及偏好使用率	電子 郵件	電子 商務 (ANX)	電子 商貿網	視訊會議	個人數 位助理 PDA	網路加 值通 訊 (VAN)	衛星通 訊 加 值商 業 服 務 (GPS)	綜合科技工具與媒 體需求與使用率平 均數
商業協商與事前溝通	高	高	高	中	中	高	中	76% P=.000*
資訊管理與專業知識管理	高	高	高	低	高	高	低	71% P=.001*
新知訊息傳遞與政策說明	高	中	高	低	高	中	低	59% P=.031*
協調理念與權利衝突	高	高	中	中	高	中	低	61% P=.019*
整合性電子商務與交易	高	中	中	中	高	高	中	66% P=.000*
綜合溝通與協商類別需求 與使用率平均數	99%	94%	78%	41%	82%	73%	33%	df F P 4 39.33 .001
綜合科技工具與媒體偏好 程度(MANOVA)	P= .001*	P= .011*	P= .000*	P= .021*	P= .009*	P= .004*	P= .007*	6 4.02 .001 24 29.04 交叉分析後 P 值具顯著性

以上在 95% 信賴區，所作的分析。

使用科技管理與知識經濟型溝通管道與傳訊媒介的需求及偏好使用率的各級平均數百分比尺度計算為：低=35%以下，中=35%~65%，高=65%~100%，從搜尋與訪談的 30 個組織或機構中，具有實際使用科技管理與知識經濟型溝通管道與傳訊媒介的部門為主所作的問卷與訪調。

科技管理與知識經濟型溝通管道與傳訊媒介的偏好程度以 MANOVA 檢定與 Scheffé 事後檢定。

“*” 指示 P 值 < .05 水準的顯著程度。

就個人數位助理(PDA)的科技傳訊媒介方面，經訪調的業者銷售量統計中，同時參考全球資訊產品年報與經濟部統計處之次級資料獲知，其銷售量的年增率已高達百分之三十七。此外個人行動通訊搭配無線上網，從業務員線上庫存查詢，到洽談生意，給客戶即時報價，與客戶價格協商到確認下單，到直接傳輸合作契約書，並隨時收取公司新產品訊息與報價等，使用 PDA 功能服務者，在訪談與搜尋的 30 組各行各業的組織中，又以業務部、公關協調溝通與談判部、行銷資訊等部門的人員使用率最為頻繁，所達到的使用率已超過百分之八十二(表 1)。

在視訊會議方面，所涉及的專業知識外，也需要具備整合性技能，完成組織及機構在設計、組裝、操作電子視訊會議系統，並同步連結視聽、電腦、電子簡報設備，讓雙方溝通談判與洽談協商者的影像、內容順利的相互交流與傳達。因此在訪談與搜尋的 30 組中多半基於經費、設備、使用經驗、傳輸速度等限制，所達到的使用率不超過百分之四十一(表 1)。

就網路加值通訊(VAN)而言，配合藍芽技術的研究發展迅速，所提供完整的「無線區域」網路服務，可同時整合、規劃、應用企業所有的資源(ERP)，如此即時化交易的科技平台處理系統，將所有內外部的營運協商與作業快速回應，同時在專業的知識管理平台上快速找到「決策樹」上最適方案，作出正確的決策流程，這樣的平台大幅地提昇內部上司與部署間，在專業的知識管理決策時溝通與協商的效率。經訪談與搜尋的 30 組中，使用科技網路、專業知識管理型的加值通訊(VAN)平台，來整合國際企業間內外部資源 (ERP 工具應用)者，所達到的使用率超過百分之七十三(表 1)。

在衛星通訊加值商業服務(GPS)方面，經由衛星系統控制的傳輸科技平台已是成熟的階段，所達到的使用率超過百分之三十三(表 1)。從資料整理中顯示國際企業間，在協商溝通與談判時的安全交易、聯盟策略、成本控制等方面的需求，仍有許多成長的空間，也是未來展望的重點；過程中所導入高速資料擷取及數位科技與 LIVE 媒體等加值商業服務系統，所搭配語音聲控、瞳孔辨識身份、衛星直播視訊、加值型衛星導航地圖等整合型商務的科技工具與平台的使用率也逐年增加。

二. 進階綜合分析

綜合以上的分析，本研究拒絕了第一個命題的虛無假設，亦即 μ_{KMPT1} ， μ_{KMPT2} ， μ_{KMPT3} ， \dots ， μ_{KMPT7} 不全相等，且進一步使用 Scheffé 的多重比較法，即以信賴區間比較任何一對 μ_i 、 μ_j 之大小的方法¹⁵： $\{\mu_i - \mu_j \mid 1 \leq i < j \leq k; i, j = 1, 2, \dots, k\}$ ，來找出 μ_{KMPT1} ， μ_{KMPT2} ， μ_{KMPT3} ， \dots ， μ_{KMPT7} 間的大小，並作出以下的結論：企業在不同的科技工具與知識管理型溝通媒體間的需求與使用率情況，確實存在顯著性的差異($p < .05$)。此需求與平均使用率的差異，所影響知識經濟型溝通與談判效益的大小程度為：電子郵件的需求使用程

度高於電子商務(ANX)對溝通與談判效益的影響；而電子商務(ANX)又高於個人數位助理 PDA；而電子商貿網又高於網路加值通訊；而網路加值通訊又高於視訊會議；而視訊會議又高於衛星通訊加值商業服務。換言之，企業為了提昇內、外溝通與協商的效益，大幅度地導入科技平台與傳訊媒介的使用需求；知識管理型之數位科技平台的正式與平均使(應)用率越高，所影響國際企業發展知識經濟型溝通與談判的效果越大。

透過 MANOVA 的變異數檢定，分析溝通與協商類別的偏好程度下，所影響知識經濟型溝通與談判工具的使用率與需求程度。本研究拒絕了第二個命題的虛無假設，亦即 $\mu_{KMPT-CEP1}$ ， $\mu_{KMPT-CEP2}$ ， $\mu_{KMPT-CEP3}$ ， \dots ， $\mu_{KMPT-CEP7}$ 不全相等，同時從兩者間所作的交叉分析中，呈現出顯著性的差異。國際企業為了更周延的研判科技平台與科技管理的效用，在不同的溝通與協商類別的偏好程度下，會影響知識經濟型溝通與談判工具的需求與使用率。例如，在「商業協商與事前溝通」類別中，以電子郵件的需求使用程度($p < .05$)高於個人數位助理 PDA、視訊會議，及衛星通訊加值商業服務；「資訊管理與專業知識管理」類別中，以電子商貿網高於視訊會議，而衛星通訊加值商業服務為最少；在「新知識傳遞與政策說明」類別中，以個人數位助理 PDA 高於視訊會議、電子商務(ANX)、網路加值通訊 ($p < .05$)。換句話說，當國際企業研判科技平台與科技管理的效用時，有必要同時考量溝通與協商類別之偏好程度的因素構面，以及科技平台所發展知識經濟型溝通與談判使用與需求模式的因素構面。

表 2. 「知識管理的傳播管道或科技媒介的需求使用狀況」、「國際企業間合作的滿意狀況」，與「企業與協商夥伴在成交上的合作締約狀況」的關連程度

知識管理的科技 工具與平台 相關聯程度	電子 郵件	電子商 務(ANX)	電子商 貿網	視訊 會議	個人數 位助理 PDA	網路加 值通訊 (VAN)	衛星通 訊加值 商業服 務(GPS)
需求使用狀況 & 合作的滿意狀況	0.542**	0.398**	0.598**	0.348**	0.442**	0.421**	0.387**
合作的滿意狀況 & 成交的合作締約	0.282*	0.496**	0.626**	0.501**	0.495**	0.198	0.169
需求使用狀況 & 成交的合作締約	0.433**	0.398**	0.501**	0.399**	0.297**	0.345**	0.251*

** 在顯著水準為 0.01 時，相關顯著；* 在顯著水準為 0.05 時，相關顯著

由關連性之 Pearson 積差相關檢定，分析國際企業間企業在「明確告知重要事項」的知識管理的傳播管道或科技媒介的依賴使用狀況、國際企業間合作的滿意狀況，以及企業與協商夥伴在成交上的合作締約狀況，兩兩之間的相關程度。經上表得知(表 2)，本研究拒絕了第三個命題的虛無假設，亦即 > 0 ，且進一步使用共變數分析之間的交乘積差，並作出以下的結論：「知識管理的傳播管道或科技媒介的依賴使用狀況」與「國際企業間合作的滿意狀況」普遍存在顯著相關，顯示知識管理的傳播管道或科技媒介的依賴使用狀況確實可以有效

滿足(意)溝通與協商合作的狀況；至於「知識管理的傳播管道或科技媒介的需求使用狀況」與「企業與協商夥伴在成交上的合作締約狀況」也普遍存在顯著相關，顯示良善地使用知識管理的傳播管道或科技工具，卓然地影響到企業與協商夥伴在成交上的合作締約狀況。除此之外「國際企業間合作的滿意狀況」與「企業與協商夥伴在成交上的合作締約狀況」亦有 5 項達顯著相關，顯示國際企業間合作的滿意經驗，確實影響企業與協商夥伴在成交上的合作締約；惟「網路加值通訊」與「衛星通訊加值商業服務」相關性較低，因此「衛星通訊加值商業服務」在國際企業間合作滿意的經驗稍嫌不足的情況下，未來將如何提升國際合作締約的成交，應可在下一次的的研究中再作深入的探討。

由「知識經濟型溝通短期均衡模式」中(如下公式一)¹【邱若芷, 2003】，滿足兩造(多方)協商談判與溝通的「即時」與相同「情報」，以深入了解雙方「異中求同」的部份；換言之，兩造(進、出口商)第一次動態協商的短期均衡點，即『不平衡的平衡』，先從「最適成本」的知識經濟與科技管理工具的建構下著手，透過有效的科技平台知識化彼此的「基準法」後，滿足兩造即時協商與同等情報的狀況，且以快速的蒐尋偵測工具，找出異中求同的部份或條件。如下公式(一) **第一次動態協商短期均衡**：在「知識經濟與科技管理的工具」，導入雙贏溝通與談判的「知識經濟均衡溝通模式」，**滿足兩造協商談判與溝通的「即時」與相同「情報」**，以快速的蒐尋偵測工具，找出「異中求同」的部份。^{III}

$$\frac{\sum_{\text{tool}=1}^{\text{Total number of KMPT tools}} \text{Cooperation Satisfaction}_{\text{WTP(KMPT)}}}{\text{Total number of KMPT tools}} = \frac{\sum_{n=1}^{\text{Total number of cooperation enterprises}} \text{Average Cost}_{\text{KMPT}}}{\text{Total number of cooperation enterprises}}$$

(Cooperation Satisfaction_{WTP(KMPT)} = willing to pay for KMPT and to invest communication environment to achieve cooperation satisfaction on instantaneously communication and negotiation ; Average cost = actual cost of KMPT for constructing communication environment to achieve business communication and instantaneously negotiation)

當完成第一次動態協商短期均衡，即知識經濟型溝通短期均衡模式後，接下來再發展**第二次動態協商均衡條件**。這時兩造所需要滿足協商貿易，是讓雙方產生『公平的感覺』。即滿足「協商貿易均衡條件」公式：¹⁶：^{IV}

$$\text{願意支付的價格與數量：進口價格} \times \text{進口量} = \text{願意供給的價格與數量：出口價格} \times \text{出口量}$$

III. 同註腳 I、II.

IV. 同註腳 I、II.

經**第一次動態協商短期均衡**：在「知識經濟與科技管理的工具」，導入雙贏溝通與談判的「知識經濟均衡溝通模式」，滿足兩造協商談判與溝通的「即時」與相同「情報」，依特質的差異與理念的落差，事前作一番的蒐尋比較，找出「異中求同」的部份，經過修正與調整，將雙方需求拉至最佳的平衡點。再由**第二次動態協商均衡條件**：滿足兩造協商貿易時，讓雙方產生『贏的感覺』與『公平的感覺』，即滿足協商貿易的均衡條件，於合作的可能條件下與相互協助的資源或工具中，全力地展開行動，來實現兩造不公平的衝突之處，而化轉為智慧的協商與合作的效能。完成前兩項均衡條件之後，再導入「知識經濟型溝通長期均衡模式」中(如下公式二)¹【邱若芷，2003】，發展出具體、暢通的科技管理與知識經濟型的溝通與談判機制，即**第三次動態協商長期均衡**：滿足兩造成功地達到「雙贏合作締約」的情況。^V

知識經濟型溝通長期均衡模式：

$$\text{MAXIMUM} \left\{ \sum_{n=1}^{\text{Total number of successful cooperations}} \left(\frac{\sum_{\text{Tool}=1}^{\text{Total number of KMPT tools}} \text{Cooperation Satisfaction (Demand Surplus + Supply Surplus)} \cong \infty}{\text{Total number of KMPT tools}} \right) \right\}$$

$$= f \left[\sum_{n=1}^{\text{Total number of successful cooperations}} \left(\frac{\sum_{n=1}^{\text{Total number of cooperation enterprises}} \text{Marginal Cost}_{\text{KMPT}} \propto 0}{\text{Total number of cooperation enterprises}} \right) \right]$$

(Cooperation Satisfaction (Demand Surplus + Supply Surplus) = after achieving Cooperation Satisfaction WTP_{KMPT} , the demand surplus and supply surplus of negotiation enterprises by using KMPT)

伍、結論與建議

一、 結論與管理上的涵意：

本研究主要目的在探討國際企業面臨多元複雜的協商溝通與談判時，導入知識經濟的應用與科技管理的工具，建立溝通與談判策略的科技管理模式，以說明現代化國際企業協商溝通與談判的現象。本研究以國、內外：土、農、工、商四群不同特質團體中，分別以隨機抽取、搜尋並約訪 2~5 組機構與企業組織，總共 30 組設有談判協調、商務危機處理、溝通及公關部門企業者，對其中具代表性的相關人員進行調查，並蒐集相關資料。經由上述的分析與討

^V 同註腳 I、II.

論，結果整理如下：

(一) 就企業在不同的「科技工具與知識管理型溝通媒體間的需求與使用率」情況而言，研究發現需求與平均使用率的差異，所影響知識經濟型溝通與談判效益的大小程度，確實存在顯著性的差異。企業為了提昇內、外溝通與協商的效益，大幅度地導入科技平台與傳訊媒介的使用需求；知識管理型之數位科技平台的正式與平均需求與使(應)用率越高，所影響國際企業發展知識經濟型溝通與談判的效果越為顯著。

(二) 根據本研究之「溝通與協商類別」的偏好程度，在知識經濟型溝通與談判工具的使用率與需求程度的交叉分析中，呈現出顯著性的差異。國際企業為了更周延的研判科技平台與科技管理的效用，在不同的溝通與協商類別的偏好程度下，會影響知識經濟型溝通與談判工具的需求與使用率。換句話說，當國際企業研判科技平台與科技管理的效用時，有必要同時考量溝通與協商類別之偏好程度的因素構面，以及科技平台所發展知識經濟型溝通與談判使用與需求模式的因素構面。

(三) 關於國際企業間對於企業在「明確告知重要事項」的溝通與協商的情形而言，研究結果發現「知識管理的傳播管道或科技媒介的需求使用狀況」、「國際企業間合作的滿意狀況」，以及「企業與協商夥伴在成交上的合作締約狀況」，顯示兩兩之間存在不同程度的顯著性相關。在國際企業間合作的滿意狀況與成交的合作締約的相關程度中，尤以「衛星通訊加值商業服務」相關性較低，因此「衛星通訊加值商業服務」在國際企業間合作滿意的經驗稍嫌不足的情況下，未來將如何提升國際合作締約的成交，應可在下一次的的研究中再作深入的探討。

(四) 由「知識經濟型溝通短期均衡模式」中(如下公式一)¹(邱若芷, 2003)，滿足兩造(多方)協商談判與溝通的「即時」與相同「情報」，以深入了解雙方「異中求同」的部份；換言之，兩造(進、出口商)第一次動態協商的短期均衡點，即『不平衡的平衡』，先從「最適成本」的知識經濟與科技管理工具的建構下著手，透過有效的科技平台知識化彼此的「基準法」後，滿足兩造即時協商與同等情報的狀況，且以快速的蒐尋偵測工具，找出異中求同的部份或條件。當完成第一次動態協商短期均衡，即知識經濟型溝通短期均衡模式後，接下來再發展**第二次動態協商均衡條件**。這時兩造所需要滿足協商貿易，是讓雙方產生『公平的感覺』。即滿足協商貿易的均衡條件，於合作的可能條件下與相互協助的資源或工具中，全力地展開行動，來實現化解兩造不公平的衝突之處，而化轉為智慧的協商與合作的效能。在完成前兩項均衡條件之後，再導入「知識經濟型溝通長期均衡模式」中(如下公式二)¹(邱若芷)，發展出具體、暢通的科技管理與知識經濟型的溝通與談判機制，即**第三次動態協商長期均衡**：滿足兩造成功地達到「雙贏合作締約」的情況。

二、研究限制及對後續研究之建議：

(一) 由於投入研究的人力、經費之限制，經調查的 30 組訪談與搜尋案例中，

尋訪到真正已經使用衛星系統控制傳訊，作為協商與談判機制的組織企業或機構只有 2 組，經過訪談與討論過程來彌補資料搜尋的不足。因此對於衛星系統控制傳訊的使用，及溝通談判類別所需蒐集的確切資料，將於未來的後續研究中再加以進行研究與分析。

(二) **第一次動態協商的短期均衡點**，在「知識經濟型溝通短期均衡模式」中(如下公式一)¹(邱若芷, 2003)，已經得到實證與分析；然而協商貿易時所須發展出的**第二次動態協商條件均衡**，於合作的可能條件下與相互協助的資源或工具中，全力地展開行動，來實現化解兩造不公平的衝突之處，轉化為貿易「比較利益」下的合作互利與互惠，此**第二次動態均衡**所需分項實證與分析，也將於未來的研究中，加以探研與分析；最後在**第三次動態協商長期均衡**下，為了滿足兩造(多方協商夥伴)成功地達到多方聯盟獲贏的「合作締約」情況下，**雖根據**「知識經濟型溝通長期均衡模式」中(如下公式二)¹(邱若芷)同時導入需求與供給構項的因素，即結合極大化供需剩餘，經調整所發展出的「合作締約」模式，於未來的研究中可再作深入的研究與驗證。

兩造(進、出口商)或多方聯盟國際企業要永續經營，又不能只用自己的方法談，又必須考慮全盤通路與發展的問題，唯有透過「知識經濟型溝通均衡模式」來多談、方便談、隨時談、成本最小化的談、有建設性的談、痛苦指數極小化的談，以達到無障礙的協調與溝「通」。在如此的情況，能「通」自然就順暢；凡事能暢行無阻、順勢而為者，則無往不利，那麼期盼能入「百利亨通」之境者就指日可待了。

註 釋

- ¹ Jochih Chiu (邱若芷, 博士論文) “Cost-Benefit Analysis of Performance Technology on Customer Education and Communication Environment”, Doctor Dissertation, University of West Florida : College of Professional Study, 2003, p.14 & 93.
- ² 多媒體科技模式，參見：拙著，在第十屆管理教育研討會論文集 p.672~674《網路虛擬大學之多媒體服務科技對於大專院校發展之研究》一文，國立雲林科技大學：管理學院，2001。
- ³ 赫博·高韓在《談判的技巧》中明言，全世界所有的談判中，必定涉及三個重要因素。參見：羅傑·道生《優勢談判》p.66，台北：成智出版社，1997。
- ⁴ 劉必榮，東吳大學政治學系 教授 學歷：國立政治大學外交系學士(1975-1979) 研究專長：國際政治、國際談判、戰爭安全研究等。文中提認為凡是涉及人的問題，就比較難談。結合對談判藝術，幾乎已經變成現代人必備的知識。至對衝突管理的技巧，讓雙贏觀念成為社會共同的價值。參見劉必榮網站：<http://www.scu.edu.tw/politics/member/liu/liou.html>，2001。

- ⁵ 註 3.同書, p.128, 台北:成智出版社, 1997。
- ⁶ 靈思公關, 1999, 參見網站: <http://www.prconcept.com>。
- ⁷ 愚工, «兩岸談判化解仇恨對立-尋出談判之路從台籍經理人的大陸經驗看兩岸談判», 兩岸雙贏期刊, 電子雜誌: <http://www.winwinfree.com/> 14 期, 1999。
- ⁸ 徐茂陽、林宏澤、李鴻濤、王本正, 2001, «e 世紀流通科技管理», 高立: 台北。
- ⁹ 蔡瑋, «用合作的方式追求兩岸之間的互利共榮», 兩岸雙贏期刊, 電子雜誌: <http://www.winwinfree.com/> 4 期, 2000。
- ¹⁰ 亞典資訊股份有限公司, 2004, 參見網站: <http://www.aden.com.tw>。
- ¹¹ 許英傑, 2001, «流通經營管理», 新陸書局: 台北, p.469~471。
- ¹² 統一企業集團, 2004, 參見網站: <http://www.com2b.net/com2bnet/CH/index.asp>。
- ¹³ 為了節省研究時間與財力, 從土、農、工、商四群不同特質團體中, 分別以隨機抽取、搜尋並約訪 2~5 組機構與企業組織, 總共 30 組國內外設有談判協調、商務危機處理、溝通及公關部門者, 對其中的相關人員進行調查。其中「土」群中包含教育機構、政府單位;「農」群中包含農漁牧相關機構及其衍生性組織團體如農會合作社、農漁產品運銷社;「工」群中包含製造業或工廠與物體流通業;「商」群中包含企業型組織與商場, 針對這些對內、外「協調溝通」的部門進行資料的蒐集與訪談。
- ¹⁴ 中華民國海關進出口貿易統計資料庫, 2000~2002。
- ¹⁵ 陳文哲、楊銘賢、林隆儀, «管理統計», 中興管理顧問公司, 1996, 62。
- ¹⁶ 張清溪、許嘉棟、劉鶯釗、吳聰敏, 2002, «經濟學»: 翰蘆圖書。

參考文獻

- Jochih Chiu (邱若芷, 博士論文) “Cost-Benefit Analysis of Performance Technology on Customer Education and Communication Environment”, Doctor Dissertation, University of West Florida: College of Professional Study, 2003, p.14 & 93。
- 中華民國海關進出口貿易統計資料庫, 2000~2002。
- 邱若芷 (2001)。網路虛擬大學之多媒體服務科技對於大專院校發展之研究。第十屆管理教育研討會論文集, 國立雲林科技大學: 管理學院, p.672~674。
- 張清溪、許嘉棟、劉鶯釗、吳聰敏 (2002)。經濟學。翰蘆圖書: 101。
- 許英傑 (2001)。流通經營管理。新陸書局: 台北, p.469~471。
- 陳文哲、楊銘賢、林隆儀 (1996)。管理統計。中興管理顧問公司: 62。
- 徐茂陽、林宏澤、李鴻濤、王本正 (2001)。e 世紀流通科技管理。高立: 台北。
- 劉必榮 (2001)。參見劉必榮網站:
<http://www.scu.edu.tw/politics/member/liu/liou.html>。
- 愚工 (1999)。兩岸談判化解仇恨對立-尋出談判之路從台籍經理人的大陸經驗看

兩岸談判。兩岸雙贏期刊，電子雜誌：<http://www.winwinfree.com/> 14 期。
蔡瑋 (2000)。用合作的方式追求兩岸之間的互利共榮。兩岸雙贏期刊，電子雜誌：<http://www.winwinfree.com/> 4 期。
羅傑·道生(1997)。優勢談判。台北：成智出版社，p.66。

International Enterprises Constructing Knowledge Management Performance for Business Negotiation and Communication Environment

Jochih Chiu*

Abstract

The businesses in the process of globalization are encountering many problems and challenges for management of internationalized human resource. To establish effective communicative networks among international organizations and to reach the win-win mechanism of negotiation become a trend and a crucial issue. However, it is worth of further studying how organizations strengthen their traditional negotiation skills through effective knowledge management and technology performance system. A suitable solution for overcoming the past difficulty in transmission of communication through knowledge economy performance is blooming up in this era. After studying referential sources and applying the theory of communication and knowledge management, the conceptually integrated framework of negotiation factors on communication performance of international businesses was built in this research. Through multimedia integration with digital performance tools flourish businesses into the managerial models of negotiation strategy, which delineates the negotiation revolutions for effective globalization of organization. To define negotiations among international organizations influenced by technology and to amend the falsity of negotiation, this research is to emphasize win-win maximum wealth instead of win-loss situation. Since the external environment is getting more and more complicated uncertain, the negotiation enforcing the bilateral competitiveness becomes difficult. The negotiation will come to the risk of negotiation deadlock in a lose-lose plight when bilateral sides pursue the maximum private interests. This study establishes a suitable negotiation model to accelerate transmission of negotiations through knowledge management and performance technology for exploring traditional negotiation of pitfalls.

Keywords: communication and negotiation mechanism (model), knowledge management performance tool, digital technology performance, negotiation strategy and negotiation phenomena, optimally dynamic equilibrium

* Assistant professor, Department of Business Administration, Meiho Institute of Technology

