

BỘ LAO ĐỘNG- THƯƠNG BINH VÀ XÃ HỘI
TRƯỜNG CAO ĐẲNG NGHỀ KỸ THUẬT CÔNG NGHỆ



GIÁO TRÌNH

Mô đun: Tâm lý và kỹ năng giao tiếp với khách du lịch

NGHỀ: NGHIỆP VỤ NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN

TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 245/QĐ-CDNKTCN ngày 23 tháng 10 năm 2020
của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng nghề Kỹ thuật công nghệ)*

Hà Nội, năm 2021

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

Tác giả

Trần Thị Hải Yến

Tailieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Giáo trình này được viết để làm tài liệu giảng dạy cho học sinh nghề Nghiệp vụ Nhà hàng khách sạn trình độ Trung cấp.

Trên cơ sở tham khảo các giáo trình, tài liệu về lĩnh vực tâm lý học và kỹ năng giao tiếp ứng xử, kết hợp với thực tế nghề nghiệp của nghề Nghiệp vụ Nhà hàng khách sạn, giáo trình này được biên soạn có sự tham gia tích cực của các giáo viên có kinh nghiệm, cùng với những ý kiến đóng góp quý báu của các chuyên gia về lĩnh vực tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử.

Căn cứ vào chương trình dạy nghề và thực tế hoạt động nghề nghiệp, phân tích nghề, tiêu chuẩn kỹ năng nghề, nội dung mô đun Tâm lý và Kỹ năng giao tiếp ứng xử với khách du lịch cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về tâm lý học, tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử nói chung, tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch, từ đó người học có thể vận dụng những kiến thức này trong quá trình nghiên cứu tâm lý của khách du lịch, cũng như tạo cho bản thân phong cách giao tiếp ứng xử văn minh, lịch sự và chuyên nghiệp.

Giáo trình Tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử với khách du lịch gồm 8 bài:

Bài 1. Một số vấn đề cơ bản của tâm lý học

Bài 2. Những đặc điểm tâm lý chung của khách du lịch

Bài 3. Những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo dân tộc và nghề nghiệp

Bài 4. Một số vấn đề khái quát về hoạt động giao tiếp

Bài 5. Một số nghi thức giao tiếp cơ bản

Bài 6. Kỹ năng giao tiếp ứng xử

Bài 7. Kỹ năng giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch

Bài 8. Tập quán giao tiếp tiêu biểu trên thế giới

Sau mỗi bài đều có các câu hỏi ôn tập, thảo luận hoặc bài tập tình huống để củng cố kiến thức cho người học.

Giáo trình được biên soạn trên cơ sở các văn bản quy định của Nhà nước và tham khảo nhiều tài liệu liên quan có giá trị. Song chắc hẳn quá trình biên soạn không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Tác giả mong muốn và thực sự cảm ơn những ý kiến nhận xét, đánh giá của các chuyên gia, các thầy cô đóng góp cho việc chỉnh sửa để giáo trình ngày một hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng cảm ơn!

MỤC LỤC

TRANG

LỜI GIỚI THIỆU.....	
---------------------	--

MỤC LỤC.....	04
BÀI 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA TÂM LÝ HỌC.....	11
1. Bản chất hiện tượng tâm lý.....	11
1.1. Khái niệm.....	12
1.2. Bản chất hiện tượng tâm lý.....	12
1.3. Một số phương pháp nghiên cứu tâm lý.....	16
2. Nhân cách.....	21
2.1. Khái niệm.....	21
2.2. Cấu trúc của nhân cách.....	22
3. Tình cảm.....	26
3.1. Khái niệm.....	26
3.2. Các mức độ của đời sống tình cảm.....	27
3.3. Các qui luật tình cảm.....	29
4. Một số vấn đề cơ bản của tâm lý học xã hội và tâm lý du lịch...	32
4.1. Khái niệm Tâm lý học xã hội và Tâm lý du lịch và mối quan hệ giữa chúng.....	32
4.2. Ảnh hưởng của một số hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến trong du lịch.....	34
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 1.....	38
BÀI 2. NHỮNG ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CHUNG CỦA KHÁCH DU LỊCH.....	39
1. Hành vi của người tiêu dùng du lịch.....	39
1.1. Khái niệm.....	39
1.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng.....	40
2. Động cơ và sở thích của khách du lịch.....	43
2.1. Động cơ đi du lịch của con người ngày nay.....	43
2.2. Những sở thích của khách du lịch.....	
3. Nhu cầu du lịch.....	44
3.1. Khái niệm nhu cầu du lịch.....	46
3.2. Sự phát triển nhu cầu du lịch.....	46

3.3. Các loại nhu cầu du lịch.....	47
4. Tâm trạng và cảm xúc của khách du lịch	48
4.1. Các loại tâm trạng của khách du lịch.....	52
4.2. Một số loại cảm xúc thường gặp của khách du lịch.....	52
4.3. Các yếu tố ảnh hưởng tới tâm trạng và cảm xúc của khách du lịch.....	53
	55
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 2	
BÀI 3. NHỮNG ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CỦA KHÁCH DU LỊCH	56
THEO DÂN TỘC VÀ NGHỀ NGHIỆP.....	57
1. Tâm lý khách du lịch theo châu lục	
1.1. Người châu Âu.....	57
1.2. Người châu Á.....	58
1.3. Người châu Phi	59
1.4. Người châu Mỹ-La tinh	60
2. Những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo dân tộc.....	60
2.1. Khách du lịch là người Vương Quốc Anh.....	61
2.2. Khách du lịch là người Pháp.....	61
2.3. Khách du lịch là người Đức	63
2.4. Khách du lịch là người Italia	65
2.5. Khách du lịch là người Thụy Sĩ.....	67
2.6. Khách du lịch là người Nga	68
2.7. Khách du lịch là người Mỹ	70
2.8. Khách du lịch là người Ả Rập	72
2.9. Khách du lịch là người Ấn Độ	74
2.10. Khách du lịch là người Nhật Bản	76
2.11. Khách du lịch là người Hàn Quốc	78
2.12. Khách du lịch là người Trung Quốc.....	82
2.13. Khách du lịch là người Australia	84
2.14. Khách du lịch là người Asean.....	88
3. Những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo nghề nghiệp.....	

3.1. Khách du lịch là nhà quản lý - ông chủ	89
3.2. Khách du lịch là thương gia.....	97
3.3. Khách du lịch là nhà báo	97
3.4. Khách du lịch là nhà khoa học.....	97
3.5. Khách du lịch là nghệ sĩ.....	97
3.6. Khách du lịch là công nhân	98
3.7. Khách du lịch là thủy thủ.....	98
3.8. Khách du lịch là nhà chính trị - ngoại giao.....	98
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 3	98
BÀI 4. MỘT SỐ VẤN ĐỀ KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO	98
TIẾP	99
1. Bản chất của giao tiếp.....	100
1.1. Khái niệm.....	
1.2. Các loại hình giao tiếp	100
1.3. Mục đích giao tiếp	101
1.4. Sơ đồ quá trình giao tiếp.....	104
1.5. Các vai xã hội trong giao tiếp	105
1.6. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp	105
2. Một số đặc điểm cơ bản của tâm lý con người trong giao tiếp...	107
2.1. Thích được giao tiếp với người khác.....	107
2.2. Thích được người khác khen và quan tâm đến mình.....	115
2.3. Con người ai cũng thích đẹp.....	115
2.4. Thích tò mò, thích điều mới lạ, thích những cái mà mình không có, có một rồi lại muốn có hai.....	115
2.5. Con người luôn sống bằng biểu tượng và yêu thích kỷ niệm..	116
2.6. Con người luôn đặt niềm tin, hy vọng vào những điều mình theo đuổi.	
2.7. Con người luôn tự mâu thuẫn với chính mình.....	116
2.8. Con người thích tự khẳng định, thích được người khác đánh giá về mình, thích tranh đua.....	116

3. Những trở ngại trong quá trình giao tiếp	116
3.1. Yếu tố gây nhiễu	116
3.2. Thiếu thông tin phản hồi.....	
3.3. Nhận thức khác nhau qua các giác quan.....	117
3.4. Suy xét, đánh giá giá trị vội vàng	117
3.5. Sử dụng từ đa nghĩa nhiều ẩn ý	117
3.6. Không thống nhất, hợp lý giữa giao tiếp bằng từ ngữ và cử chỉ điều bộ.....	118
3.7. Chọn kênh thông tin không hợp lý	118
3.8. Thiếu lòng tin.....	118
3.9. Trạng thái cảm xúc mạnh khi giao tiếp	
3.10. Thiếu quan tâm, hứng thú.....	118
3.11. Khó khăn trong việc diễn đạt.....	118
4. Phương pháp khắc phục những trở ngại trong quá trình giao tiếp.....	119
4.1. Hạn chế tối đa yếu tố gây nhiễu.....	119
4.2. Sử dụng thông tin phản hồi.....	119
4.3. Xác lập mục tiêu chung	
4.4. Suy xét thận trọng, đánh giá khách quan.....	119
4.5. Sử dụng ngôn từ hợp lý	119
4.6. Học cách tiếp xúc và thể hiện động tác, phong cách cử chỉ hợp lý	119
4.7. Lựa chọn thời điểm và kênh truyền tin hợp lý.....	120
4.8. Xây dựng lòng tin	120
4.9. Không nên để cảm xúc mạnh chi phối quá trình giao tiếp.....	120
4.10. Tạo sự đồng cảm giữa hai bên	
4.11. Diễn đạt rõ ràng có sức thuyết phục	120
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 4	121
BÀI 5. MỘT SỐ NGHỊ THỨC GIAO TIẾP CƠ BẢN	121
1. Nghi thức gặp gỡ làm quen.....	121

1.1. Chào hỏi.....	121
1.2. Giới thiệu làm quen	122
1.3. Bắt tay	123
1.4. Danh thiếp.....	123
1.5. Ôm hôn	124
2. Nghi thức xử sự trong giao tiếp	125
2.1. Ra vào cửa.....	128
2.2. Lên xuống cầu thang.....	128
2.3. Sử dụng thang máy	130
2.4. Châm thuốc xã giao	131
2.5. Ghế ngồi và cách ngồi	131
2.6. Tặng hoa, quà.....	132
2.7. Sử dụng xe hơi	132
2.8. Tiếp xúc nơi công cộng	132
3. Nghi thức tổ chức tiếp xúc và chiêu đãi	133
3.1. Tổ chức tiếp xúc và tham dự tiếp xúc.....	133
3.2. Tổ chức tiệc chiêu đãi và dự tiệc chiêu đãi.....	135
4. Trang phục	135
4.1. Trang phục phụ nữ.....	136
4.2. Trang phục nam giới.....	136
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 5.....	139
NỘI DUNG THẢO LUẬN/ BÀI TẬP THỰC HÀNH.....	143
BÀI 6. KỸ NĂNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ	143
1. Lần đầu gặp gỡ.....	143
1.1. Ấn tượng ban đầu trong giao tiếp	145
1.2. Những yếu tố đảm bảo sự thành công của lần đầu gặp gỡ:.....	146
1.3. Những bí quyết tâm lý trong buổi đầu gặp gỡ:.....	146
2. Kỹ năng trò chuyện.....	146
2.1. Mở đầu câu chuyện một cách tự nhiên:	146
2.2. Chú ý quan sát để dẫn dắt câu chuyện sao cho phù hợp với tâm lý	

của người nghe:	147
2.3. Biết cách gọi chuyện hợp lý.	147
2.4. Biết cách chú ý lắng nghe người tiếp chuyện.	147
2.5. Phải biết kết thúc câu chuyện và chia tay	147
2.6. Những điều cần chú ý khi trò chuyện	148
3. Kỹ năng diễn thuyết	
3.1. Tạo ấn tượng tốt đẹp từ giây phút ban đầu	148
3.2. Đồng cảm, giao hoà với thính giả	148
3.3. Chuẩn bị chu đáo nội dung chính của bài diễn thuyết	148
3.4. Sử dụng thiết bị phụ trợ và các yếu tố phi ngôn ngữ hợp lý làm tăng hiệu quả của cuộc diễn thuyết	149
3.5. Kết thúc cuộc diễn thuyết một cách hợp lý và gây ấn tượng..	150
4. Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại	150
4.1. Đặc thù của giao tiếp qua điện thoại	151
4.2. Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại	151
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 6	
NỘI DUNG THẢO LUẬN/BÀI TẬP TÌNH HUỐNG	151
BÀI 7. KỸ NĂNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH	152
1. Diện mạo người phục vụ	152
1.1. Vệ sinh cá nhân	153
1.2. Đồng phục	153
2. Quan hệ giao tiếp với khách hàng	155
2.1. Nội dung giao tiếp với khách hàng qua các giai đoạn	
2.2. Xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng	155
3. Quan hệ giao tiếp trong nội bộ doanh nghiệp	156
3.1. Tham gia vào tổ làm việc	156
3.2. Cư xử của người quản lý đối với nhân viên	156
3.3. Cư xử của nhân viên đối với người quản lý	157
3.4. Mối quan hệ hữu cơ giữa nhân viên và nhà quản lý	

CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 7	158
NỘI DUNG THẢO LUẬN/ BÀI TẬP TÌNH HUỐNG	160
BÀI 8. TẬP QUÁN GIAO TIẾP TIÊU BIỂU TRÊN THẾ GIỚI	160
1. Tập quán giao tiếp theo tôn giáo.....	162
1.1. Phật giáo	163
1.2. Hồi giáo.....	164
1.3. Cơ đốc giáo	165
2. Tập quán giao tiếp theo vùng lãnh thổ.....	166
2.1. Tập quán giao tiếp người Châu Á.....	
2.2. Tập quán giao tiếp người châu Âu.....	166
2.3. Tập quán giao tiếp các nước Nam Mỹ và người Mỹ	166
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 8	167
NỘI DUNG THẢO LUẬN	167
TÀI LIỆU THAM KHẢO	168
	168
	173
	175
	176
	176
	177

BÀI 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA TÂM LÝ HỌC

Mã bài NHKS 09-01

Giới thiệu:

Trong tất cả các hoạt động của con người, thường xuyên xuất hiện các hiện tượng tâm lí, tinh thần. Nhận thức được những hiện tượng tâm lý của bản thân cũng như của đối tượng tham gia giao tiếp giúp con người làm chủ được bản thân, giúp con người hoạt động, giao tiếp và học tập được tốt hơn.

Bản chất tâm lý người là sự phản ánh của thế giới khách quan vào não người; tâm lý người mang tính chủ thể và mang bản chất xã hội lịch sử. Do đó, nắm bắt được bản chất tâm lý người giúp chúng ta biết cách giao tiếp ứng xử và phục vụ phù hợp với tâm lý mỗi người.

Tâm lý con người vô cùng phong phú và đa dạng, nó bao gồm những hiện tượng tinh thần từ đơn giản đến phức tạp, trong đó nhân cách và tình cảm là hai thuộc tính tâm lý cơ bản của tâm lý học, nó là cơ sở khoa học cho việc nghiên cứu những đặc điểm tâm lý xã hội của con người.

Những hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến cũng là nội dung cơ bản của bài này. Việc nghiên cứu những ảnh hưởng của một số hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến giúp cho các nhà kinh doanh du lịch tạo ra những sản phẩm phù hợp, hấp dẫn khách du lịch.

Mục tiêu:

- Người học trình bày được những khái niệm cơ bản về bản chất hiện tượng tâm lý người; khái niệm và cấu trúc của nhân cách; khái niệm tình cảm, các mức độ và các quy luật của tình cảm.
- Phân tích được một số vấn đề cơ bản của Tâm lý học xã hội và tâm lý du lịch.
- Nêu được những ảnh hưởng của một số hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến trong du lịch; Phong tục tập quán; Truyền thống; Tôn giáo - tín ngưỡng; Tính cách dân tộc; Bầu không khí tâm lý xã hội; Dư luận xã hội.
- Tích cực nhận thức và hứng thú nghiên cứu, học tập.

1. Bản chất hiện tượng tâm lý

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm tâm lý, tâm lý học.
- Phân tích được bản chất hiện tượng tâm lý người.
- Xác định được các chức năng của tâm lý.
- Phân biệt được các loại hiện tượng tâm lý.
- Trình bày được các phương pháp nghiên cứu tâm lý.
- Vận dụng những kiến thức trên trong quá trình nghiên cứu tâm lý người.

1.1. Khái niệm

Trong cuộc sống hàng ngày, nhiều người dùng cụm từ “tâm lý” để nói về sự hiểu biết trong giao tiếp, hay là sự hiểu biết về lòng người, giống như khi nói: “Bạn trai tôi rất tâm lý, luôn quan tâm đến tôi và chiều theo ý thích của tôi...”. Có người lại dùng cụm từ tâm lý để nói đến tính tình, tình cảm, trí thông minh của con người. Đây là cách hiểu tâm lý theo nghĩa thông thường. Đời sống tâm lý của con người rất phong phú, nó bao hàm nhiều hiện tượng tâm lý từ

đơn giản đến phức tạp như cảm giác, tri giác, trí nhớ, tư duy cho đến nhu cầu, tình cảm, năng lực...

Trong từ điển tiếng Việt thuật ngữ “tâm lí” đã có từ lâu, “tâm lí” là ý nghĩ, tâm tư, tình cảm... làm thành đời sống nội tâm, thế giới bên trong của con người.

Trong ngôn ngữ đời thường, chữ “tâm” thường có nghĩa là lòng người, thiên về mặt tình cảm, nó hay được dùng với các cụm từ như “nhân tâm”, “tâm hồn”, “tâm địa”... nhìn chung thường để diễn tả tư tưởng, tinh thần ý thức, ý chí ... của con người.

Trong lịch sử xa xưa của nhân loại, trong các ngôn ngữ phổ biến người ta cũng đều nói đến “tâm lí” với ý nghĩa là “linh hồn”, “tinh thần”, như trong tiếng Latinh “tâm lí học” là “Psychologie” trong đó “Plyche” là “linh hồn”, “tinh thần” là “logos” là học thuyết, khoa học - “Psychologie” chính là khoa học về tâm hồn.

Nói một cách khái quát nhất:

Tâm lí là các hiện tượng tinh thần xảy ra trong đầu óc con người, gắn liền và điều khiển, điều chỉnh hành động hoạt động của con người.

Tâm lí học là một khoa học nghiên cứu sự hình thành, vận hành và phát triển của hoạt động tâm lí, tức là nghiên cứu con người nhận thức thế giới khách quan bằng con đường nào, theo quy luật nào, nghiên cứu thái độ của con người đối với cái mà họ nhận thức được hoặc làm ra.

1.2. Bản chất hiện tượng tâm lý

1.2.1. Quan niệm mác-xít về tâm lý

Quan điểm Mác-xít khẳng định: Tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan vào não người thông qua chủ thể, tâm lý người có bản chất xã hội lịch sử.

**** Tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan vào não người***

Tâm lý người không tự nhiên sinh ra, cũng không phải do não tiết ra như gan tiết ra mật, tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan vào não người thông qua “lăng kính chủ quan”.

- Hiện thực thế giới khách quan là nguồn gốc của tâm lý người.

- Điều kiện cần và đủ để có tâm lý:

+ Hiện thực khách quan;

+ Não người (phát triển bình thường).

+ Phải có sự phản ánh hoặc tác động của hiện thực khách quan vào não người.

Cây hoa hướng dương luôn vươn về hướng mặt trời (phản ánh sinh học).

Phản ánh tâm lý: là sự tác động của hiện thực khách quan vào não con người - cơ quan vật chất có tổ chức cao nhất, chỉ có hệ thần kinh và não bộ mới có khả năng nhận tác động của hiện thực khách quan để tạo ra những hình ảnh, tinh thần (tâm lý).

- Phản ánh tâm lý là một loại phản ánh đặc biệt: nó là sự phản ánh của não bộ; nó tạo ra hình ảnh tâm lý, là bản sao chép, bản chụp về thế giới; hình ảnh tâm lý khác xa về chất so với các hình ảnh cơ học, vật lí, sinh học. (VD: hình ảnh của bạn ở trước gương khác với hình ảnh của bạn trong đầu tôi)

Phản ánh tâm lý mang tính sinh động và sáng tạo.

Phản ánh tâm lý mang tính chủ thể.

**** Tâm lý người mang tính chủ thể***

- Tính chủ thể trong tâm lý:

Là sự khác biệt tâm lý giữa người này với người khác, nhóm người này với nhóm người khác, nó là hình ảnh chủ quan về thế giới khách quan, tính chủ thể chính là sự tạo ra những hình ảnh tâm lý về thế giới bằng cách đưa vốn hiểu biết vốn kinh nghiệm và cái riêng của mình (nhu cầu, hứng thú, tính cách, năng lực của mình...) vào hình ảnh tâm lý.

- Biểu hiện của tính chủ thể:

+ Cùng nhận sự tác động của cùng một sự vật hiện tượng khách quan nhưng ở những chủ thể khác nhau cho những hình ảnh tâm lý với những mức độ sắc thái khác nhau. Ví dụ: Trước một sự kiện người này có thể buồn, người kia vui; cùng nghe một bản nhạc, có người cho là hay, có người không cho là hay; cùng một món ăn, người khen ngon người lại chê...

+ Cùng một hiện thực khách quan tác động đến một chủ thể duy nhất nhưng vào những thời điểm khác nhau, ở những hoàn cảnh khác nhau với trạng thái cơ thể tinh thần khác nhau có thể cho ta thấy mức độ biểu hiện và các sắc thái tâm lý khác nhau ở chủ thể ấy. (Vì thế trong các lĩnh vực hoạt động đặc biệt trong giao tiếp ứng xử phải chú trọng nguyên tắc sát đối tượng chú ý đến cái riêng trong tâm lý mỗi người). VD: Ngắm cảnh hoàng hôn lúc cơ thể khoẻ mạnh, tinh thần vui vẻ khác với lúc cơ thể mệt mỏi, buồn bã; cũng là bản nhạc đó lúc vui nghe thấy hay, buồn không muốn nghe nữa.

- Do đâu mà tâm lý người này khác với tâm lý người kia ? Điều này do nhiều yếu tố chi phối. Trước hết do mỗi con người có những đặc điểm riêng về cơ thể, giác quan, hệ thần kinh và não bộ. Mỗi người có hoàn cảnh sống khác nhau, điều kiện giáo dục không giống nhau và đặc biệt là mỗi cá nhân thể hiện mức độ tích cực hoạt động, tích cực giao lưu khác nhau trong cuộc sống, vì thế tâm lý người này khác với tâm lý người kia.

**** Tâm lý người mang bản chất xã hội - lịch sử.***

Tâm lí người là sự phản ánh hiện thực khách quan, là chức năng của não, là kinh nghiệm xã hội lịch sử biến thành cái riêng của mỗi người. Tâm lí con người khác xa với tâm lí của các động vật cao cấp ở chỗ: tâm lí người có bản chất xã hội, lịch sử.

Bản chất xã hội và tính lịch sử của tâm lí người thể hiện như sau:

- Tâm lí người có nguồn gốc là thế giới khách quan, mà thế giới khách quan bao gồm cả mặt tự nhiên và xã hội, trong đó nguồn gốc xã hội là cái quyết định. Ngay cả phần tự nhiên trong thế giới cũng đã được xã hội hoá. Phần xã hội của thế giới quyết định tâm lí người thể hiện ở các quan hệ kinh tế xã hội, các mối quan hệ con người - con người từ quan hệ gia đình, làng xóm, quê hương khối phố cho đến các quan hệ nhóm, quan hệ cộng đồng... Các mối quan hệ trên quyết định bản chất con người (theo Các Mác, bản chất con người là tổng hoà các mối quan hệ xã hội) vì vậy nó quyết định tâm lí người. Trên thực tế, con người thoát li khỏi các mối quan hệ xã hội, quan hệ người - người đều làm cho tâm lí mất bản tính người (những trường hợp trẻ con do động vật nuôi từ bé, tâm lí của những đứa trẻ này không hơn hẳn tâm lí loài vật).

- Tâm lí người là sản phẩm của hoạt động và giao tiếp của con người trong các mối quan hệ xã hội. Con người vừa là một thực thể tự nhiên vừa lại là một thực thể xã hội. Phần tự nhiên ở con người (như đặc điểm về cơ thể, giác quan, thần kinh, bộ não) được xã hội hoá ở mức cao nhất. Là một thực thể xã hội, con người là chủ thể của nhận thức, chủ thể của hoạt động, giao tiếp với tư cách là một chủ thể tích cực, chủ động, sáng tạo. Tâm lí của con người là sản phẩm của con người với tư cách là chủ thể xã hội, vì thế tâm lí người mang đầy đủ dấu ấn xã hội lịch sử của con người.

- Vốn sống, kinh nghiệm, hiểu biết, tình cảm, tính cách... của mỗi người có được là nhờ quá trình học hỏi tiếp thu các kinh nghiệm của xã hội và lịch sử thông qua hoạt động và giao tiếp (hoạt động vui chơi, học tập, lao động, công tác xã hội...) trong đó giáo dục giữ vai trò chủ đạo, hoạt động của con người và mối quan hệ giao tiếp của con người trong xã hội đó có tính quyết định, vì “lăng kính chủ quan” của con người có bản chất xã hội nên tâm lí người cũng mang bản chất xã hội lịch sử.

- Tâm lí của mỗi người hình thành, phát triển và biến đổi cùng với sự phát triển của lịch sử cá nhân, lịch sử dân tộc - cộng đồng xã hội. Tâm lí mỗi người chịu chế ước của lịch sử cá nhân và lịch sử cộng đồng xã hội.

Tóm lại, tâm lí người có nguồn gốc xã hội - lịch sử, vì thế khi nghiên cứu về tâm lí con người phải nghiên cứu môi trường xã hội, nền văn hoá xã hội, các mối quan hệ xã hội trong đó con người sống và hoạt động. Cần phải tổ chức có hiệu quả việc giáo dục, cũng như những hoạt động chủ đạo ở từng giai đoạn, lứa tuổi khác nhau để hình thành, phát triển tâm lí người. Trong việc nghiên cứu tâm lí khách du lịch cũng phải tuân thủ các yêu cầu nói trên, cần phải nghiên cứu môi trường xã hội, nền văn hoá xã hội (phong tục tập quán, truyền thống, tính cách dân tộc...) mà khách du lịch sống và hoạt động.

1.2.2. Chức năng của tâm lý

Hiện thực khách quan quyết định tâm lí con người, nhưng chính tâm lí con người lại tác động trở lại hiện thực bằng tính năng động, sáng tạo của nó thông qua hoạt động, hành vi. Mỗi

hành động, hoạt động của con người đều do “cái tâm lí” điều hành. Đây chính là chức năng của tâm lí và nó được thể hiện qua các mặt sau:

- Chức năng định hướng: tâm lí có chức năng xác định phương hướng cho hành động, hành vi. (vai trò của động cơ, mục đích hoạt động).

- Chức năng động lực: tâm lí là động lực thôi thúc, lôi cuốn con người hoạt động, khắc phục những khó khăn trở ngại vươn tới mục đích đã đề ra.

- Chức năng điều khiển, kiểm tra: tâm lí điều khiển, kiểm tra quá trình hoạt động bằng chương trình, kế hoạch, phương thức tiến hành hoạt động, làm cho hoạt động của con người trở nên có ý thức, đem lại hiệu quả nhất định.

- Chức năng điều chỉnh: tâm lí giúp con người điều chỉnh hoạt động cho phù hợp với mục tiêu đã xác định, đồng thời phù hợp với điều kiện hoàn cảnh thực tế cho phép.

Nhờ các chức năng trên mà tâm lí giúp con người không chỉ thích ứng với hoàn cảnh khách quan, mà còn giúp con người nhận thức, cải tạo và sáng tạo ra thế giới, và chính trong quá trình đó con người nhận thức, cải tạo chính bản thân mình.

1.2.3. Phân loại các hiện tượng tâm lí

*** *Quá trình tâm lí***

Quá trình tâm lí là hiện tượng tâm lí diễn ra trong thời gian tương đối ngắn, có mở đầu, diễn biến, kết thúc tương đối rõ ràng. Người ta thường phân biệt 3 quá trình tâm lí:

- Quá trình nhận thức (cảm giác, tri giác, trí nhớ, tư duy, tưởng tượng).
- Quá trình xúc cảm (biểu thị sự vui mừng, tức giận, dễ chịu, khó chịu...)
- Quá trình ý chí - hành động, ngôn ngữ: là những hành động của con người do ý chí điều khiển.

*** *Trạng thái tâm lí***

Trạng thái tâm lí là những hiện tượng tâm lý diễn ra trong thời gian tương đối dài, việc mở đầu, diễn biến và kết thúc không rõ ràng. Các trạng thái tâm lí thường đi kèm và làm nền cho các hoạt động và hành vi của con người. (sự chú ý, tâm trạng...)

Ví dụ: Con người bao giờ cũng ở trong một trạng thái tâm lý nhất định, nói cách khác bao giờ đời sống tâm lý cũng diễn ra trong một trạng thái nào đó như chú ý tập trung hay lơ đãng phân tán, tích cực hoạt bát hay mệt mỏi, u mê, thắc mắc, băn khoăn hay hồ hởi, thoải mái, chần chừ do dự hay quyết tâm say sưa.

*** *Thuộc tính tâm lý cá nhân***

Là những hiện tượng tâm lý tương đối ổn định khó hình thành và khó mất đi, tạo nên những nét riêng của nhân cách. Người ta thường nói đến 4 nhóm thuộc tính tâm lí cá nhân

như: Xu hướng, tính cách, khí chất, năng lực. Ngoài ra tình cảm, ý chí là những thuộc tính tâm lí nói lên phẩm chất nhân cách của cá nhân.

1.3. Một số phương pháp nghiên cứu tâm lý

1.3.1. Phương pháp quan sát

Phương pháp quan sát là phương pháp dựa trên việc tri giác có chủ định, nhằm xác định những đặc điểm của đối tượng thông qua những biểu hiện bên ngoài như: nét mặt, cử chỉ, ánh mắt, cách đi đứng, nói năng, cách ăn mặc....

Có nhiều hình thức quan sát:

- Quan sát toàn diện (quan sát tổng hợp): được thực hiện theo chương trình kế hoạch, có hệ thống trong một khoảng thời gian nhất định.

- Quan sát bộ phận (quan sát lựa chọn): chỉ tập trung vào một số sự việc có liên quan trực tiếp đến vấn đề định nghiên cứu mà bỏ qua những mặt khác. Ví dụ chỉ quan sát sở thích tiêu dùng của khách du lịch tại điểm du lịch nào đó.

- Quan sát trực tiếp: là hình thức mà người nghiên cứu tham gia hoạt động trực tiếp với đối tượng để tiến hành quan sát.

- Quan sát gián tiếp: thông qua các thông tin từ các nguồn khác nhau, như hình ảnh, nhật ký, bài phát biểu, giọng nói... của đối tượng nghiên cứu

Phương pháp quan sát có nhiều ưu điểm: cho phép thu thập được những thông tin cụ thể, khách quan trong điều kiện tự nhiên của đối tượng. Bên cạnh đó nó cũng có một số nhược điểm: mất nhiều thời gian, tốn công sức, kết quả nghiên cứu chỉ mang tính định tính, khó xác định được nguyên nhân, đòi hỏi người nghiên cứu phải có những hiểu biết nhất định về tâm lí và đối tượng nghiên cứu phải thể hiện trong điều kiện hoàn toàn bình thường.

Muốn quan sát đạt kết quả tốt cần chú ý:

- + Xác định rõ mục đích, nội dung và kế hoạch quan sát.
- + Chuẩn bị chu đáo về mọi mặt.
- + Tiến hành quan sát cẩn thận và có hệ thống.
- + Ghi chép và xử lí thông tin khách quan, trung thực.
- + Không để đối tượng được quan sát nhận biết (vì đối tượng có thể có những biểu hiện trái với tâm lí của họ dẫn đến kết quả nghiên cứu có thể thiếu sót).

Trong quá trình phục vụ du lịch phương pháp quan sát là phương pháp phổ biến và thường được áp dụng nhiều nhất. Vì trong quá trình phục vụ luôn có sự giao tiếp trực tiếp với khách thông qua việc quan sát để xác định những đặc điểm tâm lí của khách từ đó định hướng cho quá trình giao tiếp, xác định thái độ và cách phục vụ hợp lí nhằm mang lại sự hài lòng cho khách và xúc tiến việc bán hàng đạt nhiều lợi nhuận nhất. Để phát triển năng lực quan sát,

nhân viên phục vụ phải thường xuyên rèn luyện cách quan sát của mình, bên cạnh đó cần phải tích lũy vốn hiểu biết, kinh nghiệm của mình về hành vi, cử chỉ... của con người thông qua các tài liệu có liên quan và những kinh nghiệm dân gian, tướng mạo học, kinh nghiệm của đồng nghiệp và của người đi trước.

1.3.2. Phương pháp đàm thoại

Phương pháp đàm thoại là phương pháp thu thập thông tin và phán đoán, đánh giá những đặc điểm tâm lý thông qua quá trình đàm thoại với đối tượng cần nghiên cứu.

Về hình thức, phương pháp đàm thoại có ba hình thức cơ bản đó là: Tìm hiểu trực tiếp, tìm hiểu gián tiếp và hình thức kết hợp cả tìm hiểu trực tiếp và tìm hiểu gián tiếp.

- Tìm hiểu trực tiếp: đó là dùng câu hỏi trực tiếp để tìm hiểu tâm lý đối tượng. Trong thực tế, việc phỏng vấn, tra hỏi chủ yếu theo hình thức này.

- Tìm hiểu gián tiếp: đó là thông qua nội dung câu chuyện, thái độ, hành vi, giọng nói của đối tượng (không hỏi trực tiếp) để tìm hiểu tâm lý. Thực chất tìm hiểu gián tiếp luôn gắn với quan sát.

- Tìm hiểu kết hợp: là hình thức kết hợp cả hai hình thức trên.

Do sự tiếp xúc trực tiếp với đối tượng, thông thường nếu tiến hành đàm thoại thuận lợi sẽ thu được những thông tin thâm kín, những thông tin có giá trị mà các phương pháp khác khó có được. Tuy nhiên nó cũng có những nhược điểm như mất nhiều thời gian, đòi hỏi người nghiên cứu phải có hiểu biết về tâm lý, và khó có thể đánh giá được độ tin cậy của thông tin. Thông thường để khắc phục điều này người ta thường kết hợp đàm thoại với các phương pháp khác đặc biệt là phương pháp quan sát.

Muốn áp dụng phương pháp đạt kết quả tốt cần chú ý:

- + Xác định rõ mục đích, yêu cầu (vấn đề cần tìm hiểu).
- + Tìm hiểu trước thông tin về đối tượng đàm thoại.
- + Tiến hành đàm thoại trong điều kiện tự nhiên, tránh câu hỏi mang tính chất tra khảo, chất vấn.
- + Tạo điều kiện cho đối tượng đặt lại câu hỏi để bộc lộ bản thân mình.

Trong quá trình phục vụ khách, khi có điều kiện đàm thoại với khách, nhân viên phục vụ có thể mềm dẻo vận dụng phương pháp này. Đặc biệt trong việc giải quyết những phàn nàn của khách, hay trong việc tìm hiểu nguyên nhân để cải thiện tâm trạng cảm xúc tiêu cực của khách... Ngoài ra phương pháp này thường được áp dụng trong việc tuyển chọn nhân lực nói chung và nhân viên du lịch nói riêng, với hình thức phổ biến là phỏng vấn.

1.3.3. Phương pháp thực nghiệm

Phương pháp thực nghiệm là phương pháp dựa trên những phép thử bằng hành vi hay ngôn ngữ để tìm hiểu, đánh giá các đặc điểm tâm lý của đối tượng cần nghiên cứu.

Phương pháp thực nghiệm có 2 hình thức cơ bản:

-Thực nghiệm hành vi đó là phương pháp tìm hiểu đánh giá tâm lí dựa trên các phép thử bằng hành vi.

Thực nghiệm hành vi thường mất nhiều thời gian, có thể gây hiểu lầm, mặt khác hiệu quả không cao đặc biệt trong những trường hợp đối tượng nhận biết mình đang bị thử. Thực nghiệm hành vi khó áp dụng trong việc tìm hiểu tâm lí khách du lịch, nó chỉ chủ yếu áp dụng trong quá trình đánh giá và tuyển chọn người lao động trong du lịch (Ví dụ thông qua quá trình “thử thách” có thể đánh giá được đạo đức, năng lực của nhân viên phục vụ...)

- Thực nghiệm ngôn ngữ là phương pháp tìm hiểu đánh giá tâm lí dựa trên các phép thử bằng ngôn ngữ. Có thể sử dụng ngôn ngữ nói hoặc ngôn ngữ viết.

Trắc nghiệm (test) là một trong những hình thức thực nghiệm ngôn ngữ phổ biến nhất. Phương pháp trắc nghiệm là phương pháp dựa trên những phép thử để “đo lường” và đánh giá các đặc điểm tâm lí, dựa trên những mẫu câu trả lời bằng ngôn ngữ hay hành vi của con người, thông qua các tiêu chuẩn đã được chuẩn hoá.

Một văn bản test thường bao gồm 4 phần cơ bản:

- + Văn bản test
- + Hướng dẫn quy trình tiến hành
- + Hướng dẫn đánh giá
- + Bản chuẩn hoá

Trong tâm lí học thường có nhiều loại test về nhận thức, năng lực, trí tuệ, trí nhớ, tình cảm, xu hướng...

Ưu điểm của phương pháp này: tiến hành đơn giản; có khả năng làm cho hiện tượng tâm lí trực tiếp bộc lộ; có khả năng lượng hoá, chuẩn hoá các chỉ tiêu tâm lý.

Nhược điểm: khó soạn thảo một bộ test đảm bảo tính chuẩn hoá; chỉ cho biết kết quả, ít bộc lộ quá trình suy nghĩ để đi đến kết quả.

Phương pháp này thường dùng để chuẩn đoán tâm lí con người ở những thời điểm nhất định.

Nhìn chung, không chỉ riêng thực nghiệm hành vi mà các hình thức thực nghiệm nói chung khó áp dụng cho việc tìm hiểu tâm lí khách, tuy nhiên phương pháp thực nghiệm lại thường được sử dụng trong việc tuyển chọn, đánh giá nhân lực trong du lịch.

1.3.4. Phương pháp dùng bảng hỏi

Là phương pháp dùng một số câu hỏi nhất loạt đặt ra cho một số lớn đối tượng nghiên cứu nhằm thu thập ý kiến chủ quan của họ về một vấn đề nào đó.

Dùng phương pháp này có thể thu được một lượng thông tin khá lớn trong thời gian ngắn. Đây cũng là một công cụ phổ biến trong việc thu thập thông tin. Tuy nhiên, mức độ chính xác của phương pháp này không cao, việc soạn thảo các câu hỏi cần phải chính xác, phù hợp với mục đích nghiên cứu.

Để tiến hành tốt cần chú ý:

- Các câu hỏi phải rõ ràng, dễ hiểu, tránh sự đa nghĩa.
- Phải phù hợp với mục đích nghiên cứu, các câu hỏi mang tính chất cá nhân để sau cùng.
- Việc điền vào bảng hỏi cần được hướng dẫn tỉ mỉ.
- Các câu hỏi phải duy trì được sự quan tâm và trả lời của người được hỏi.
- Cần chuẩn bị đầy đủ trước khi tiến hành.

1.3.5. Phương pháp phân tích kết quả sản phẩm hoạt động

Là phương pháp dựa vào việc phân tích kết quả, sản phẩm vật chất, tinh thần của con người để nghiên cứu các đặc điểm tâm lý của con người đó. Cơ sở khoa học của phương pháp này là vì trong sản phẩm hoạt động của con người luôn kết tinh những dấu ấn tâm lý của họ.

Trong tục ngữ Việt Nam cũng đã đúc kết “người làm sao của chiêm bao làm vậy”. Có thể nhận thấy rằng với hai người cùng làm một sản phẩm nhưng với tính cách khác nhau (ví dụ một người có tính cách cẩn thận, một người có tính cách cầu thả) chắc chắn sản phẩm sẽ mang những đặc điểm khác nhau. Trong các sản phẩm của con người, đặc biệt là những sản phẩm có mang nhiều dấu ấn tinh thần (như tác phẩm văn học, một bức thư, bài phát biểu...) càng kết tinh những dấu ấn tâm lý đậm nét hơn.

Phương pháp này khó áp dụng trong việc tìm hiểu tâm lý khách du lịch, tuy nhiên nó vẫn thường được dùng để đánh giá khả năng, cũng như thái độ của nhân viên phục vụ du lịch, tuy nhiên khi đánh giá kết quả cần dựa trên điều kiện tiến hành hoạt động.

1.3.6. Phương pháp phân tích tiểu sử cá nhân

Là phương pháp dựa trên việc phân tích tiểu sử quá trình hoạt động của con người để có được những thông tin cho việc đánh giá tâm lý.

Vì tâm lý người mang bản chất xã hội lịch sử, tâm lý người phát triển cùng với sự phát triển lịch sử cá nhân, lịch sử cộng đồng xã hội, do đó việc phân tích tiểu sử cá nhân cũng có thể mang lại được những thông tin nhất định cho việc nghiên cứu tâm lý. Tuy nhiên phương pháp này thường thu được những kết quả mang tính chung chung, thiếu những kết quả mang tính chi tiết cụ thể. Trong quá trình nghiên cứu tâm lý khách du lịch, phương pháp này thường được dùng để đánh giá tâm lý của khách dựa trên những đặc điểm về nghề nghiệp, dân tộc, độ tuổi...

1.3.7. Phương pháp nhập tâm

Phương pháp nhập tâm là phương pháp đặt vai trò của mình vào đối tượng cần nghiên cứu với những điều kiện hoàn cảnh cụ thể để phán đoán những đặc điểm tâm lý của đối tượng.

Phương pháp này còn được gọi là “từ bụng ta suy ra bụng người” hay “phương pháp suy diễn”, dù là những phán đoán mang tính chủ quan nhưng nếu người nghiên cứu có những hiểu biết về tâm lý học, nắm được những đặc điểm của đối tượng, biết “nhập vai” sẽ phán đoán được những đặc điểm tâm lý có độ chính xác cao hơn.

Tóm lại, các phương pháp nghiên cứu tâm lý con người khá đa dạng, phong phú, mỗi phương pháp đều có những ưu điểm và hạn chế nhất định, cần chú ý:

- Sử dụng các phương pháp phù hợp với điều kiện tiến hành và mục đích nghiên cứu.
- Cần sử dụng phối hợp, đồng bộ các phương pháp nghiên cứu để mang lại kết quả khoa học, toàn diện.

2. Nhân cách

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm nhân cách.
- Xác định và giải thích được cấu trúc của nhân cách.
- Vận dụng những kiến thức trên trong quá trình nghiên cứu tâm lý khách du lịch và tâm lý của những nhà kinh doanh du lịch (động cơ, nhu cầu, tính cách, khí chất, năng lực...).

Nhân cách là một nội dung quan trọng trong tâm lý học, nó là cơ sở khoa học cho việc nghiên cứu những đặc điểm tâm lý xã hội của con người. Khi đề cập đến tâm lý khách du lịch, là đề cập đến nhiều vấn đề có liên quan đến nhân cách như: động cơ, nhu cầu, tính cách, khí chất, năng lực... Mặt khác nhân cách là nội dung tâm lý rất cơ bản về con người, nó có ý nghĩa thực tiễn trong việc vận dụng tâm lý học vào cuộc sống và hoạt động du lịch.

2.1. Khái niệm

Nhân cách là tổ hợp những đặc điểm thuộc tính tâm lý của cá nhân biểu hiện bản sắc và giá trị xã hội của con người.

Những thuộc tính tâm lý tạo thành nhân cách thường biểu hiện trên 3 cấp độ:

- Cấp độ bên trong cá nhân: là trình độ, kinh nghiệm, vốn sống của cá nhân.
- Cấp độ liên cá nhân: là các mối quan hệ, liên hệ của cá nhân.
- Cấp độ về hoạt động và các kết quả sản phẩm của hoạt động.

2.2. Cấu trúc tâm lý của nhân cách

Có nhiều quan điểm khác nhau về cấu trúc nhân cách. Nhìn chung cấu trúc nhân cách khá phức tạp, bao gồm nhiều thành tố có mối quan hệ qua lại chế ước lẫn nhau, tạo nên một bộ mặt tương đối ổn định nhưng cũng rất cơ động. Nhờ có cấu trúc nhân cách như vậy mà cá