

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

VIỆN NGHIÊN CỨU KINH TẾ ỨNG DỤNG
BỘ MÔN KỸ NĂNG MỀM



KỸ NĂNG GIAO TIẾP

(Bậc Đại học chương trình Chất lượng cao)

Chủ biên: ThS. Nguyễn Thị Trường Hân

Thành viên biên soạn:

ThS. Nguyễn Kim Vui

ThS. Trần Thị Thảo

ThS. Lê Thị Thúy Hà

ThS. Lê Nữ Diễm Hương

ThS. Nguyễn Võ Huệ Anh

Thành phố Hồ Chí Minh – Năm 2021

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	0
CHƯƠNG 1. KHÁI QUÁT VỀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP	1
A. MỤC TIÊU CHƯƠNG	1
B. NỘI DUNG.....	1
1.1. TẦM QUAN TRỌNG CỦA GIAO TIẾP TRONG CÔNG VIỆC	2
1.2. KHÁI NIỆM KỸ NĂNG GIAO TIẾP	5
1.2.1. Định nghĩa “Giao tiếp” và “Kỹ năng giao tiếp”	5
1.2.2. Quá trình truyền thông trong giao tiếp	7
1.2.3. Giao tiếp và Cửa sổ Johari	10
1.3. CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG ĐỜI SỐNG VÀ CÔNG VIỆC.....	11
C. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 1	13
CHƯƠNG 2. KỸ NĂNG SỬ DỤNG NGÔN NGỮ	19
A. MỤC TIÊU CHƯƠNG	19
B. NỘI DUNG.....	19
2.1. Khái niệm ngôn ngữ	19
2.2. Tầm quan trọng của việc sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp.....	19
2.3. Các nguyên tắc sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp	21
2.3.1. RÕ (Rõ ràng - Clear)	21
2.3.2. GỌN (Ngắn gọn, súc tích - Concise)	21
2.3.3. ĐÚNG (Correct).....	21
2.3.4. ĐỦ (Cụ thể - Concrete)	22
2.3.5. SANG (Lịch sự - Courtesy).....	22
2.3.6. THẬT (Thật thà - Candid)	22
2.4. Thực hành ngôn ngữ nói hiệu quả.....	22
2.4.1. Những điều cần lưu ý khi sử dụng ngôn ngữ nói hiệu quả	22
2.4.2. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ nói	23
2.4.2.1. Sử dụng ngôn ngữ trong việc đặt câu hỏi.....	23
2.4.2.2. Sử dụng ngôn ngữ khi giao tiếp qua điện thoại.....	26
2.4.2.3. Sử dụng ngôn ngữ trong một số hoàn cảnh đặc biệt	29
2.4.2.4. Thực hành diễn đạt giảm nhẹ - một cách thức của nói lời nói tích cực	33
2.5. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ viết	34

2.5.1. Hạn chế của giao tiếp viết	34
2.5.2. Những nguyên tắc của giao tiếp viết	34
2.5.3. Sử dụng công cụ hỗ trợ ngôn ngữ viết phù hợp với tính chất các loại văn bản ..	35
2.5.4. Những nguyên tắc sử dụng e-mail trong giao tiếp công việc	36
C. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 2	38
CHƯƠNG 3. KỸ NĂNG SỬ DỤNG NGÔN NGỮ KHÔNG LỜI.....	46
A. MỤC TIÊU CHƯƠNG	46
B. NỘI DUNG.....	47
3.1. Khái niệm Ngôn ngữ không lời.....	47
3.2. Tầm quan trọng của ngôn ngữ không lời trong giao tiếp	48
3.3. Các nguyên tắc sử dụng và đọc hiểu ý nghĩa ngôn ngữ không lời trong giao tiếp	50
3.4. Phân loại và kỹ năng giao tiếp không lời	50
3.4.1. Giao tiếp bằng mắt	50
3.4.2. Biểu cảm khuôn mặt.....	52
3.4.3. Cử chỉ	53
3.4.4. Tư thế và định hướng cơ thể	54
3.4.5. Không gian và khoảng cách	55
3.4.6. Diện mạo	56
3.4.7. Một số ngôn ngữ không lời khác.....	57
C. BÀI TẬP THỰC HÀNH CHƯƠNG 3	58
CHƯƠNG 4. KỸ NĂNG LẮNG NGHE VÀ PHẢN HỒI TRONG GIAO TIẾP ..	61
A. MỤC TIÊU CHƯƠNG	61
B. NỘI DUNG.....	61
4.1. KỸ NĂNG LẮNG NGHE	61
4.1.1. Lắng nghe và ý nghĩa của lắng nghe trong giao tiếp.....	61
4.1.1.1 Lắng nghe là gì?	61
4.1.1.2. Ý nghĩa của lắng nghe trong giao tiếp.....	63
4.1.2. Ba kiểu lắng nghe	66
4.1.3. Tiến trình lắng nghe	68
4.1.4. Những rào cản lắng nghe.....	68
4.1.5. Đặc điểm của người biết lắng nghe và người không biết lắng nghe	70
4.1.6. Chiến lược lắng nghe có hiệu quả	70

4.1.7. Các kỹ thuật của lắng nghe tích cực.....	71
4.1.7.1. Tập trung cao độ.....	71
4.1.7.2. Biểu hiện đang lắng nghe.....	72
4.1.7.3. Truyền tải sự đồng cảm.....	72
4.2. KỸ NĂNG PHẢN HỒI.....	73
4.2.1. Khái niệm và tầm quan trọng của phản hồi trong giao tiếp	73
4.2.1.1. Khái niệm phản hồi	73
4.2.1.2. Tầm quan trọng của phản hồi trong giao tiếp.....	73
4.2.2. Một số nguyên tắc chung khi phản hồi	74
4.2.3. Một số hình thức phản hồi trong giao tiếp	75
4.2.3.1. Đặt câu hỏi	75
4.2.3.2. Khen ngợi và phê bình	78
4.2.3.3. Phản hồi bằng sự từ chối	80
C. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 3	81
TÀI LIỆU THAM KHẢO	85

LỜI MỞ ĐẦU

Những năm gần đây, thực trạng tuyển dụng tại đa số các doanh nghiệp cho thấy hầu hết sinh viên mới ra trường gặp nhiều khó khăn trong phỏng vấn xin việc. Bên cạnh việc thiếu kiến thức và kinh nghiệm thực tế trong chuyên ngành, lý do quan trọng khác phải kể đến chính là việc thiếu các kỹ năng mềm để hòa nhập và vận hành công việc. Đáp ứng nhu cầu lớn lao đó, Bộ môn Kỹ năng mềm ra đời nhằm trang bị cho người học những kỹ năng mềm cần thiết ngay từ khi còn đang trong môi trường đại học, nhằm giúp các bạn có được lợi thế cạnh tranh trong quá trình học tập cũng như đi làm sau này.

Trong số các kỹ năng mềm, giao tiếp là một trong những kỹ năng vô cùng quan trọng trong công việc và cuộc sống. Như Andrew Carnegie, ông vua thép của Mỹ đã từng nói: “Tri thức của các chuyên gia chỉ chiếm 15% trong thành công của họ, 85% còn lại phụ thuộc vào các mối quan hệ xã hội”. Kỹ năng giao tiếp giúp chúng ta biết cách thiết lập và duy trì các mối quan hệ, trở nên hòa nhập hơn và tự tin hơn.

Nhận thức rất rõ về tầm quan trọng của kỹ năng này, chúng tôi biên soạn những hướng dẫn về các kỹ năng cần thiết trong giao tiếp nhằm phục vụ việc học tập cho sinh viên bậc Đại học trường Đại học Tài chính-Marketing. Tài liệu bao gồm 4 chương. Những kiến thức, kỹ năng trong tập bài giảng được chuyển đạt bằng ngôn từ gần gũi, dễ hiểu, cùng những ví dụ sinh động và các bài tập để sinh viên tự suy nghĩ cũng như thảo luận theo nhóm. Trên cơ sở đó, sinh viên có thể tự nhìn nhận lại chính mình, đánh giá điểm mạnh, điểm yếu và tìm ra biện pháp để hoàn thiện bản thân trên phương diện giao tiếp. Sinh viên có thể tự tin hơn khi đối mặt với những tình huống giao tiếp trong cuộc sống thường nhật cũng như công việc sau này.

Chúng tôi hi vọng quý thầy cô và các bạn sinh viên sẽ tìm thấy những điều thú vị trong tài liệu này.

TP.HCM, tháng 3 năm 2020

Nhóm biên soạn

Chương 1

KHÁI QUÁT VỀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP

A. MỤC TIÊU CHƯƠNG

Đọc xong chương này, bạn có thể:

- ✓ Nhận thức được tầm quan trọng của giao tiếp trong đời sống và trong công việc.
- ✓ Phân biệt được khái niệm Giao tiếp và Kỹ năng giao tiếp.
- ✓ Mô tả được quá trình truyền thông trong giao tiếp.
- ✓ Trình bày được ý nghĩa của cửa sổ giao tiếp Johary.
- ✓ Khái quát các kỹ năng giao tiếp cần rèn luyện trong công việc.

B. NỘI DUNG

“Rất nhiều nghiên cứu gần đây cho thấy thành công không phải là thành quả của sự thông minh mà đến từ sự cần cù và quá trình hỗ trợ rất đặc trưng... Mọi kỹ năng kinh doanh – bán hàng, thương lượng, lãnh đạo – đều có thể được hoàn thiện một cách có hệ thống nếu bạn thật sự hiểu được cách thức vận hành của các mối quan hệ. Chìa khóa đạt kết quả vượt bậc chính là cách kết nối với mọi người và hợp tác với những kết nối này để xác định điểm mạnh, điểm yếu, và tạo sự ràng buộc phải thay đổi. Phương pháp tiếp cận mới này, nếu được thực hiện với những chiến thuật thực tiễn và đúng đắn, sẽ tạo tác động tức thời lên hành động của bạn trong hiện tại và suy nghĩ về tiềm năng trong tương lai”.

“Ai che lưng cho bạn” – Keith Ferrazzi

1.1. TẦM QUAN TRỌNG CỦA GIAO TIẾP TRONG CÔNG VIỆC

Andrew Carnegie, ông “vua thép” của Mỹ từng nói: “Tri thức của các chuyên gia chỉ chiếm 15% trong thành công của họ, 85% còn lại phụ thuộc vào các mối quan hệ xã hội”.

“Các mối quan hệ xã hội” ấy chỉ có thể được tồn tại và phát triển thông qua giao tiếp. Chính vì vậy, có thể nói, giao tiếp là một trong những kỹ năng vô cùng quan trọng trong công việc và cuộc sống.

Đối với mỗi cá nhân trong đời sống thường nhật, giao tiếp có ý nghĩa thực tiễn rất lớn. Giao tiếp đóng vai trò rất quan trọng trong việc hình thành và phát triển nhân cách. Đồng thời, giao tiếp còn là phương tiện thể hiện nhân cách. Tâm lý của con người được hình thành và phát triển trong giao tiếp với những người xung quanh. Giao tiếp giúp chúng ta thiết lập và duy trì các mối quan hệ, từ trong gia đình, bạn bè, nhà trường đến ngoài xã hội. Giao tiếp hiệu quả giúp ta trở nên hòa nhập, vui vẻ và tự tin hơn.

Trong sự nghiệp, theo Andrew Dubrin, bất kỳ ai muốn đạt được thành công cũng phải có các mối quan hệ làm việc tốt đẹp với cấp trên, đồng nghiệp và nhân viên dưới quyền. Một cuộc khảo sát cho thấy có đến 90% các trường hợp bị sa thải là do thái độ, hành vi và quan hệ giao tiếp ứng xử không phù hợp chứ không phải do kỹ năng chuyên môn kém. Để được tăng lương, thăng chức, hoặc chuyển sang vị trí tốt hơn, bạn luôn cần sự hậu thuẫn từ người quản lý trực tiếp. Mối quan hệ tốt với đồng nghiệp cũng mang lại cho bạn sự hợp tác cần thiết để hoàn thành công việc. Ngoài ra, hiện nay, ý kiến của đồng nghiệp ngày càng được chú ý trong quá trình xét duyệt đề bạt bạn.

Kết quả điều tra độc giả của Tạp chí Kinh doanh Havard cho thấy: Các nhà quản trị sử dụng 75-80% thời gian làm việc trong ngày cho giao tiếp, có nghĩa là cứ 1 giờ làm việc thì họ dùng 45 phút cho giao tiếp (trực tiếp hoặc gián tiếp). Trong lĩnh vực kinh doanh, giao tiếp chính là hoạt động xác lập và vận hành mối quan hệ kinh doanh giữa các chủ thể nhằm thỏa mãn những nhu cầu nhất định về lợi ích. Giao tiếp hiệu quả là một phần cơ bản trong hoạt động kinh doanh.

Sau đây là những lợi ích cụ thể của giao tiếp hiệu quả trong công việc:

Giao tiếp hiệu quả tạo năng suất lao động cho một tổ chức

Nếu các cá nhân trong một tổ chức có kỹ năng giao tiếp tốt thì tổ chức ấy sẽ loại bỏ được những thắc mắc, những câu hỏi và nhầm lẫn, mà nhiều khi chính những câu hỏi và nhầm lẫn đó khiến cho các dự án bị trì hoãn, hoặc mất thời gian để các cá nhân phải làm rõ những nhiệm vụ được giao.

Nếu các cá nhân trong tổ chức có kỹ năng giao tiếp tốt, họ sẽ nhận thông điệp từ người khác theo một cách thức hiệu quả và sau đó họ có được những chỉ dẫn đúng để hoàn thành nhiệm vụ được giao. Ngược lại, nếu một cá nhân không có kỹ năng giao tiếp tốt, thông điệp của cá nhân ấy sẽ bị diễn giải sai. Giao tiếp không hiệu quả gây ra những rào cản đối với sự phát triển khả năng của người ấy cho cả nghề nghiệp và nhân cách. Khi cá nhân không hài lòng với chính mình, với công việc của họ, sẽ gây một ảnh hưởng tiêu cực đến những người xung quanh, cuối cùng làm giảm năng suất lao động của cả tổ chức.

Giao tiếp hiệu quả là nền tảng cho một *kỹ năng quản lý tốt*

Giao tiếp hiệu quả cho phép các nhà quản lý đưa ra những hướng dẫn dễ hiểu cho tập thể/nhóm của họ, làm giảm nguy cơ mắc những sai lầm do hiểu lầm hoặc hiểu sai. Một nhà lãnh đạo hiệu quả là người biết cách giao tiếp một cách rõ ràng và dễ hiểu.

Nói một cách dễ hiểu, bản chất của hoạt động quản lý là “dùng bàn tay của người khác để làm việc của mình”. Người quản lý giỏi không phải là người biết làm việc giỏi mà là người biết điều khiển người khác làm việc thay cho mình và làm theo ý mình. Muốn người khác làm thay mình và làm theo ý mình, người quản lý cần có kỹ năng giao tiếp.

Giám đốc truyền thông Andy Cook nói: “Trong thế giới kinh doanh, các doanh nghiệp luôn đấu tranh để chiếm lĩnh thị trường và tìm kiếm một mảnh đất màu mỡ. Muốn đứng trên bục vinh quang, doanh nghiệp cần xây dựng một lực lượng hùng hậu và thúc đẩy đội ngũ của mình phát triển. Yếu tố nào sẽ giúp bạn biến lý thuyết thành hiện thực? Đó chính là giao tiếp. Giao tiếp tốt mang đến cho bạn và doanh nghiệp nhiều lợi ích hơn những gì bạn tưởng.”

Để xây dựng một đội ngũ tốt đòi hỏi phải có một nhà lãnh đạo tài ba với khả năng giao tiếp “hơn người”. Bởi, người giao tiếp giỏi là người có khả năng kết nối các cá nhân, giải quyết mâu thuẫn, giúp nhân viên loại bỏ sự sợ hãi, tuyên truyền tinh thần đoàn kết và tiếp động lực thông qua ngôn ngữ trực tiếp. “Đôi khi cách diễn giải “loãng

ngẫu nhiên” có thể khiến đối tác hiểu nhầm hoặc hiểu sai lệch thông tin và thông điệp bạn muốn gửi tới. Điều này sẽ thật tệ hại”. Andy nói.

Sự đồng viên, chia sẻ của cấp trên đối với cấp dưới sẽ trở thành nguồn động lực to lớn để họ cố gắng lao động hết mình. Sự giao tiếp thông qua ngôn ngữ trực tiếp của ban quản lý với nhân viên góp phần tạo ra môi trường làm việc thân thiện và thoải mái. Điều này tác động lớn tới tâm lý làm việc của nhân viên.

Một trong những điều quan trọng mà nhà quản lý phải làm là giao tiếp hiệu quả. Người quản lý giao tiếp để khuyến khích, thúc đẩy tập thể/nhóm của mình, hiến kế cho công ty và thuyết trình trong các cuộc họp.

Nghiên cứu của trường đại học Pittsburg nhận thấy rằng nhân tố quan trọng nhất trong số các nhà quản lý là kỹ năng giao tiếp.

Giao tiếp hiệu quả giúp xây dựng tốt *mối quan hệ với khách hàng*

Nhân viên có kỹ năng giao tiếp tốt là nền tảng để khách hàng hài lòng. Kỹ năng giao tiếp tốt của các nhân viên sẽ cải thiện được cuộc trò chuyện với khách hàng và làm cho khách hàng cảm thấy như họ đang được lắng nghe và họ có giá trị. Điều này có thể giúp nhân viên và các công ty xây dựng quan hệ khách hàng khăng khít hơn.

Khi giao tiếp tốt, dịch vụ chăm sóc khách hàng được nâng cấp, khách hàng được giải quyết vấn đề một cách nhanh chóng, kịp thời. Điều này có ý nghĩa to lớn cho sự phát triển và công cuộc xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp trong lòng đối tác và khách hàng.

Sự giao tiếp của doanh nghiệp với khách hàng sẽ là điều kiện để doanh nghiệp nắm bắt tâm lý tiêu dùng của khách hàng (hoặc đối tác). Các cuộc điều tra khách hàng, các đợt tiếp thị hoặc thiết lập kênh tương tác sẽ cung cấp cho doanh nghiệp một cái nhìn sâu sắc về tâm lý khách hàng.

Sự tương tác với khách hàng là cơ sở để doanh nghiệp hiểu và nắm bắt thị trường. Khi đội ngũ quản lý có sự hiểu biết tốt nhất về thị trường và đọc được tâm lý người tiêu dùng thì các sản phẩm đến với khách hàng sẽ trở nên dễ dàng hơn.

Giao tiếp hiệu quả tạo điều kiện cho *toàn cầu hóa*

Các doanh nghiệp đang ngày càng trở nên toàn cầu hóa. Quá trình toàn cầu hóa đòi hỏi giao tiếp hiệu quả bởi vì trong nhiều trường hợp, các nhân viên sẽ không trò

chuyện hoặc tương tác trực tiếp. Như vậy, cách các nhân viên giao tiếp với nhau sẽ phải thay đổi. Doanh nghiệp toàn cầu dựa vào công nghệ để cung cấp các công cụ thông tin liên lạc, chẳng hạn như e-mail. Tuy nhiên, các nhân viên sẽ cần phải thực hành các kỹ năng giao tiếp viết hiệu quả để đồng nghiệp ở các bộ phận khác nhau trên thế giới của công ty có thể hiểu nhau và nhận nhiệm vụ được suôn sẻ.

Nói tóm lại, giao tiếp hiệu quả làm tăng lợi ích cho cá nhân và tổ chức. Đối với cá nhân, kỹ năng giao tiếp tốt góp phần giúp họ có được công việc như mong muốn cũng như thiết lập và duy trì mối quan hệ tốt đẹp với cấp trên, đồng nghiệp, khách hàng... Giao tiếp giúp hoạt động của tổ chức được thực hiện một cách có hiệu quả, tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau giữa các cá nhân và cải thiện các mối quan hệ trong tổ chức. Chính vì vậy, có nhận định cho rằng: “Chỉ có người biết cách giao tiếp tốt thì mới làm kinh doanh tốt”.

1.2. KHÁI NIỆM KỸ NĂNG GIAO TIẾP

1.2.1. Định nghĩa “Giao tiếp” và “Kỹ năng giao tiếp”

*** Giao tiếp là gì?**

Theo Martin P. Andelem (1950) “Giao tiếp là quá trình, qua đó chúng ta hiểu được người khác và làm cho người khác hiểu được chúng ta”.

Theo John B. Hoben (1954), “Giao tiếp là sự trao đổi với nhau tư duy hoặc ý tưởng bằng lời”.

Có định nghĩa khác cho rằng, giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin giữa các cá nhân thông qua một hệ thống bao gồm các ký hiệu, các dấu hiệu và hành vi. Giao tiếp cũng có thể được hiểu là hình thức biểu lộ tình cảm, trò chuyện, diễn thuyết, trao đổi thư tín, thông tin.

Trong hoạt động giao tiếp diễn ra quá trình thiết lập và phát triển các mối quan hệ giữa các cá nhân, xuất phát từ nhu cầu phối hợp hành động. Đây là hoạt động nhằm xác lập và vận hành các mối quan hệ giữa người với người trong đời sống xã hội vì những mục đích nhất định. Các mối quan hệ này có thể diễn ra giữa một người với một người, giữa một người với một nhóm, hoặc giữa các nhóm với nhau.

Như vậy, *Giao tiếp có thể hiểu là một quá trình, trong đó con người chia sẻ với nhau các ý tưởng, thông tin và cảm xúc, nhằm xác lập và vận hành các mối quan hệ trong đời sống xã hội vì những mục đích nhất định.*

*** Kỹ năng giao tiếp là gì?**

Theo Từ điển Tiếng Việt, kỹ năng là năng lực làm việc khéo léo.

Theo từ điển Oxford, kỹ năng là khả năng để làm tốt một công việc nào đó thường có được qua đào tạo hoặc kinh nghiệm. Theo đó, kỹ năng được hiểu là sự thành thạo, tinh thông về các thao tác, động tác trong quá trình hoàn thành một công việc cụ thể nào đó.

Theo Lê Văn Hồng, Lê Ngọc Lan, Nguyễn Văn Thành (2001), kỹ năng là khả năng vận dụng kiến thức để giải quyết một nhiệm vụ.

Tác giả Đặng Thành Hưng (2016) cho rằng, kỹ năng là dạng hành động tự giác, được thực hiện có kĩ thuật, dựa vào những điều kiện sinh học, tâm lí và xã hội ở cá nhân, và có kết quả nhất định đáp ứng mục tiêu hay chuẩn đã định trước. Có kĩ thuật tức là không tùy tiện, mà tuân theo trình tự, qui tắc và yêu cầu kĩ thuật.

Từ những định nghĩa về “kỹ năng” và “giao tiếp” như trên, theo chúng tôi:

- *Kỹ năng giao tiếp là khả năng vận dụng những kiến thức về giao tiếp để tạo lập và vận hành các mối quan hệ trong đời sống xã hội. Kỹ năng giao tiếp là những công cụ mà chúng ta sử dụng để loại bỏ các rào cản nhằm đạt được hiệu quả của giao tiếp.*

- *Người có kỹ năng giao tiếp tốt là người: (1) Nhận biết mau lẹ những biểu hiện bên ngoài và đoán biết tâm lý bên trong của đối tượng giao tiếp, và (2) Sử dụng các phương tiện ngôn ngữ, ngôn ngữ không lời để tạo ấn tượng ban đầu, để điều khiển và điều chỉnh quá trình giao tiếp theo mục đích đã đề ra. Cụ thể, một người có kỹ năng giao tiếp tốt thể hiện tốt ở ba nhóm kỹ năng sau:*

(1) Nhóm kỹ năng định hướng: là kỹ năng nhận biết về đối tượng giao tiếp dựa vào khả năng tri giác về những biểu hiện bề ngoài như hình thức, cử chỉ ngôn ngữ, điệu bộ, các sắc thái biểu cảm... trong khoảng thời gian, không gian giao tiếp.

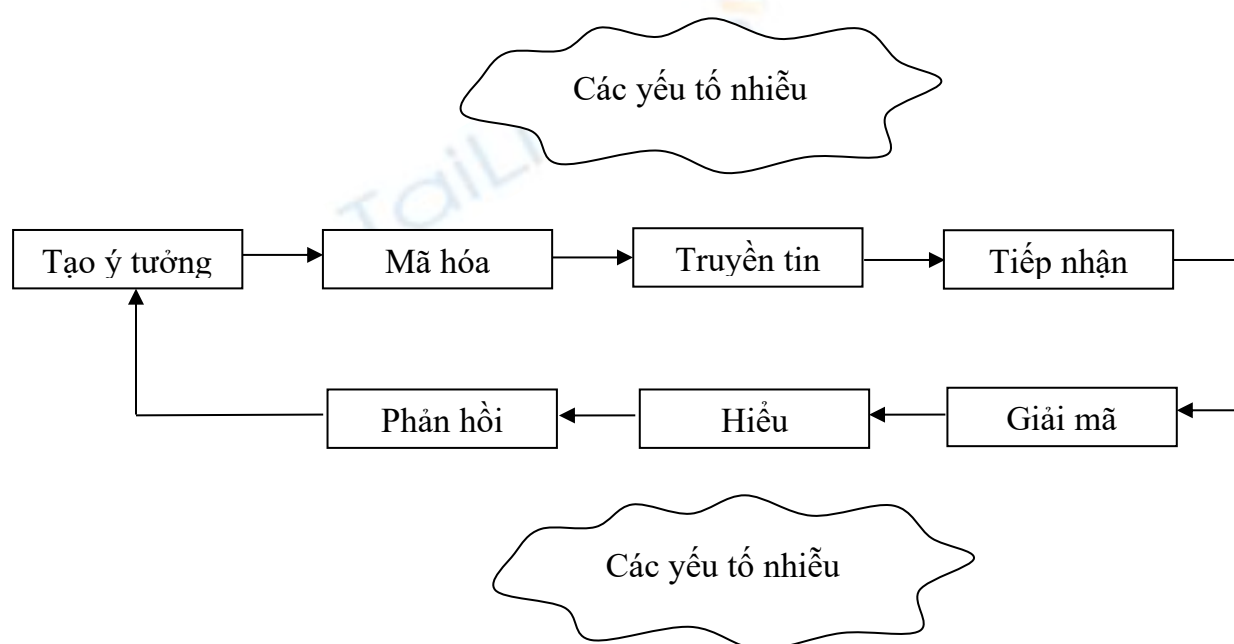
(2) Nhóm kỹ năng định vị: là kỹ năng xác định đúng vị trí của mình so với đối tượng giao tiếp, để từ đó tạo điều kiện cho đối tượng chủ động xác định vai trò của họ trong giao tiếp.

(3) Nhóm kỹ năng điều khiển: là kỹ năng sử dụng các phương tiện ngôn ngữ và ngôn ngữ không lời để điều khiển và điều chỉnh quá trình giao tiếp theo mục đích đề ra.

1.2.2. Quá trình truyền thông trong giao tiếp

Để nhận thức được những rào cản trong giao tiếp diễn ra như thế nào, chúng ta cần phân tích mô hình truyền thông trong giao tiếp.

Truyền thông trong giao tiếp là quá trình trao đổi thông tin giữa người phát và người nhận khi giao tiếp với nhau. Đó là một quá trình thông tin hai chiều mà cả hai đều là chủ thể tích cực, luôn đổi vai cho nhau. Nội dung thông tin có thể là các quan điểm, nhu cầu, sở thích, tình cảm... Quá trình đó diễn ra có hiệu quả hay không phụ thuộc vào người phát, người nhận thông tin và nhiều yếu tố khác trong quá trình truyền thông. Sơ đồ sau minh họa cho quá trình này.



Hình 1: Sơ đồ truyền thông giữa các cá nhân

Sơ đồ trên được hiểu như sau:

Quá trình truyền thông bao gồm một chuỗi các sự kiện: ý tưởng, mã hóa, truyền tải qua các phương tiện, tiếp nhận, giải mã, hiểu và phản hồi. Trong quá trình này, các yếu tố nhiễu có thể xuất hiện trong bất cứ giai đoạn nào.

Trong giao tiếp, khi một người có ý tưởng và muốn chuyển nó cho người khác thì phải mã hóa ý tưởng đó. Mã hóa là quá trình chuyển ý tưởng sang lời nói, chữ viết hay các dấu hiệu, ký hiệu và các phương tiện phi ngôn ngữ khác nhau để tạo thành thông điệp (tin). Sau đó thông điệp được phát đi bằng các kênh truyền thông như lời nói, thông báo, điện thoại, thư từ, fax....

Người nghe nhận được thông điệp bằng một số hoặc tất cả các giác quan của mình và giải mã. Giải mã là quá trình phân tích để hiểu được ý của người nói (nội dung thông điệp). Sau khi giải mã, người nhận hiểu thông điệp và cuối cùng sẽ phản hồi thông điệp đó.

Quá trình truyền thông là một quá trình tương hỗ và tuần hoàn, và sự phản hồi tạo cơ hội để sửa hoặc định hình lại thông điệp ban đầu. Người gửi có thể thêm hoặc thay đổi thông điệp ban đầu để làm sáng tỏ hơn và người nhận có thể thử lại việc giải mã để đảm bảo rằng thông điệp đã được ghi đúng là thông điệp mà người gửi có ý định muốn truyền.

Hãy phân tích ví dụ sau để rõ hơn về quá trình truyền thông theo sơ đồ trên:

Giả sử bạn muốn đề xuất với chị Lan, cấp trên của mình, rằng bạn muốn được tăng lương.

Bước 1: Hình thành ý tưởng

Bạn sắp xếp suy nghĩ của mình về vấn đề tế nhị này. Đây là giai đoạn mở đầu và cũng là giai đoạn định hình ý tưởng hoặc thông điệp trong suy nghĩ của bạn. Bạn tự nói với mình rằng: “Mình nghĩ mình sẽ xin tăng lương”.

Bước 2: Mã hóa

Ở giai đoạn này, các ý tưởng được sắp xếp thành một chuỗi các biểu tượng như từ ngữ, cử chỉ bằng tay, chuyển động của cơ thể hoặc hình vẽ. Các biểu tượng này được sắp xếp để giao tiếp với người tiếp nhận dự kiến. Bạn nói: “Chị Lan, nếu chị có thời gian, em có một vài điều muốn nói với chị”.

Bước 3: Truyền tin

Thông điệp được truyền tải bằng lời nói, chữ viết hoặc phi ngôn từ. Trong trường hợp này, bạn chọn hình thức truyền tải bằng lời nói.

Bước 4: Tiếp nhận

Người nghe tiếp nhận thông điệp. Chị Lan chỉ có thể tiếp nhận thông điệp khi cô ấy chú ý đến bạn.

Bước 5: Giải mã

Các biểu tượng do người gửi thông điệp gửi đến người tiếp nhận được giải mã. Trong trường hợp này, việc giải mã sẽ không hoàn chỉnh cho đến khi chị Lan nghe được toàn bộ thông điệp. Câu nói mở đầu: “Chị Lan, em có vài điều muốn nói với chị...” là dạng câu mà nhân viên thường sử dụng để bắt đầu một chủ đề nhạy cảm như

xin từ chức, thôi việc hay tăng lương. Do đó, chị Lan chú ý lắng nghe để có thêm thông tin.

Bước 6: Hiểu

Quá trình giải mã phải giúp người nghe hiểu thông điệp. Không có để chị Lan hiểu rằng bạn muốn tăng lương. Khi những rào cản trong giao tiếp tồn tại, việc hiểu thông điệp sẽ bị hạn chế.

Bước 7: Phản hồi

Là việc người nhận thông điệp chia sẻ những suy nghĩ, đưa ra đánh giá, hành động đối với thông điệp của người gửi. Trong trường hợp này, chị Lan có thể cân nhắc nhiều yếu tố để phản hồi theo cách đồng ý hay không đồng ý với đề xuất của bạn, kèm theo đó là những lý do tương ứng.

Bước phản hồi trong giao tiếp có hàm ý thực tiễn quan trọng. Sau khi gửi thông điệp, thông thường bạn sẽ phải theo dõi xem liệu người tiếp nhận có phản hồi không. Ngoài ra, bạn cũng phải theo dõi thông điệp của mình và đánh giá xem liệu người tiếp nhận có hiểu thông điệp này không. Theo dõi cũng đóng vai trò như một lời nhắc nhở hoặc động viên để tiến đến hành động. Giao tiếp hiệu quả liên quan nhiều hơn đến việc truyền tải thông điệp và chờ phản hồi mong đợi diễn ra.

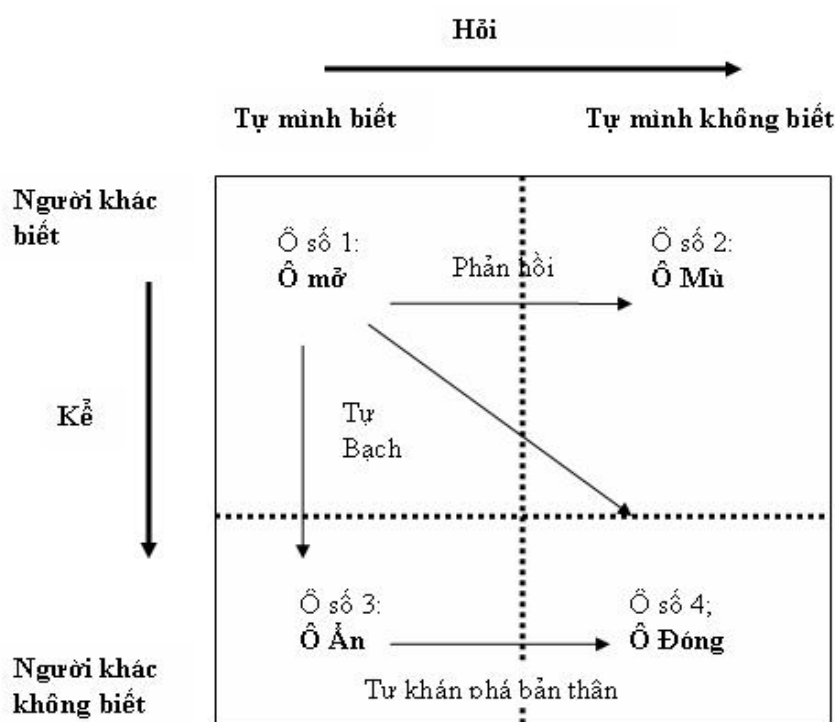
Thêm vào đó, hiệu quả của quá trình truyền thông có thể bị ảnh hưởng bởi “nhiều”. Nhiều là những yếu tố cản trở việc thông tin, nằm ở người phát, ở việc truyền đạt, hay ở người nhận. Có thể kể đến một số yếu tố nhiều thường gặp sau đây:

- Sự khác biệt về văn hóa giữa các vùng miền, giữa các dân tộc... Đây là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quá trình người nhận giải mã thông điệp.
- Môi trường truyền thông không tốt, chẳng hạn: tiếng ồn ảnh hưởng tới việc phát triển ý ở người phát và tiếp nhận thông tin ở người nhận.
- Việc mã hóa có thể bị lỗi do việc sử dụng các ký hiệu không rõ ràng, hoặc hai bên không sử dụng chung một mã ngôn ngữ, không cùng trình độ...
- Các kênh truyền thông hoạt động kém hiệu quả, như bưu điện bị ách tắc thư từ, điện thoại bị trục trặc...
- Sự không tập trung chú ý trong quá trình tiếp nhận thông tin.
- Sự nhận định vội vã, tức là khi một người mới nghe một phần thông điệp đã vội rút ra kết luận mà không chịu nghe tiếp.
- Các định kiến, thành kiến có thể gây cản trở sự hiểu biết thông tin...

1.2.3. Giao tiếp và Cửa sổ Johari

Cửa sổ Johari là một kỹ thuật được Joseph Luft và Harrington Ingham sáng tạo năm 1955 ở Mỹ để giúp chúng ta tìm hiểu tốt hơn về mối quan hệ giữa bản thân chúng ta với người khác trong quá trình giao tiếp.

Việc xây dựng cửa sổ xuất phát từ quan điểm, trong mỗi con người chúng ta đều có hai phần: phần chúng ta biết và phần chúng ta không biết. Điều này đúng cho cả chúng ta và đối tượng giao tiếp của chúng ta. Khi hai người giao tiếp với nhau, các vùng biết và không biết này giao với nhau.



Hình 2: Cửa sổ Johari

- Khu vực I - Khu vực CHUNG hay còn gọi là khu vực mở (Ô Mỡ) tương ứng với những gì mà chúng ta biết về mình và người khác cũng biết về chúng ta.

- Khu vực II - khu vực MÙ (Ô Mù) tương ứng với những gì mà chúng ta không biết được về mình, nhưng người khác lại biết về chúng ta. Có những cái mà chúng ta không biết về bản thân mình vì người khác không tự nguyện chia sẻ thông tin phản hồi hoặc không giao tiếp với chúng ta, hoặc có thể ở đó có những thông tin về hành vi thành lời hoặc không thành lời nhưng chúng ta đã không dành sự quan tâm đến chúng.

- Khu vực III - khu vực RIÊNG (Ô Ẩn) tương ứng với những gì chỉ chúng ta biết về mình còn người khác không biết. Nó có thể được coi là riêng vì trong giao tiếp chúng ta không cởi mở để bộc lộ với người khác.

- Khu vực IV - khu vực KHÔNG NHẬN BIẾT ĐƯỢC (Ô Đóng) tương ứng với những gì mà cả chúng ta lẫn người khác không biết, thông thường bao gồm lĩnh vực vô thức và tiềm thức.

Cửa sổ Johari giúp các chủ thể giao tiếp tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau. Mỗi một khu vực có thể được mở rộng hay bị thu hẹp phụ thuộc chủ yếu vào hai yếu tố trong giao tiếp, đó là sự phản hồi và tính cởi mở của chúng ta.

+ Sự phản hồi:

Sự phản hồi là xu hướng mà người khác sẵn sàng chia sẻ những suy nghĩ, những đánh giá của họ về chúng ta. Nó làm cho khu vực chung được mở rộng và khu vực mù thu hẹp lại. Nhờ sự phản hồi mà chúng ta biết được người khác hiểu mình như thế nào, hình ảnh của ta trong suy nghĩ của họ ra sao...

+ Sự cởi mở:

Trong giao tiếp, khi chúng ta sẵn sàng chia sẻ những suy nghĩ, tình cảm, lý tưởng, niềm tin, nét tính cách... của mình với người khác là chúng ta đang cởi mở với họ. Càng cởi mở thì khu vực chung của mỗi người càng được mở rộng, giúp họ hiểu biết nhau nhiều hơn và xích lại gần nhau hơn.

Cởi mở cũng là một nhu cầu. Tuy nhiên, việc cởi mở đối với nhiều người không phải dễ dàng. Có những vấn đề làm cản trở sự cởi mở như do mặc cảm, sợ bị chê cười, sợ bị coi là “dốt”, do các cơ chế tự vệ... Vì vậy, để có sự cởi mở trong giao tiếp, chúng ta cần phải hiểu biết về mình, biết chấp nhận bản thân, có niềm tin vào người khác và chủ động trong giao tiếp.

1.3. CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG ĐỜI SỐNG VÀ CÔNG VIỆC

Để có thể thiết lập và duy trì các mối quan hệ trong đời sống, đặc biệt trong lĩnh vực kinh doanh, chúng ta cần học hỏi và rèn luyện nhiều kỹ năng giao tiếp. Tuy nhiên, để biết được đó là những kỹ năng nào, chúng ta cần tìm hiểu các hình thức giao tiếp cơ bản.

Có nhiều quan điểm khác nhau về các hình thức giao tiếp. Tài liệu này tiếp cận hình thức giao tiếp theo cách hiểu là cách thể hiện, cách tiến hành hoạt động giao tiếp

nhằm đạt mục đích cụ thể. Đặc biệt, trong kinh doanh, chúng ta tiến hành hoạt động giao tiếp theo hai cách thức phổ biến: trực tiếp và gián tiếp.

- Giao tiếp trực tiếp:

Giao tiếp trực tiếp là kiểu giao tiếp “mặt đối mặt”, trong đó các đối tượng trực tiếp gặp gỡ nhau và thường dùng lời nói cũng như các tín hiệu không lời để truyền cho nhau suy nghĩ, cảm xúc, tình cảm của mình. Đây là loại hình giao tiếp có hiệu quả nhất, bởi vì với hình thức giao tiếp này, những thông tin không bằng lời đi kèm mà mọi sự hiểu lầm, thông tin thiếu chính xác sẽ được điều chỉnh kịp thời trong quá trình giao tiếp.

- Giao tiếp gián tiếp:

Giao tiếp gián tiếp là giao tiếp thông qua một phương tiện trung gian khác như thư từ, sách báo, điện thoại, truyền hình, fax v.v... Đây là hình thức giao tiếp rất phổ biến hiện nay, đặc biệt là điện thoại. Tuy nhiên, loại giao tiếp gián tiếp nhìn chung thường ít được hỗ trợ bởi các phương tiện phi ngôn ngữ, vì vậy đối tác có thể không hiểu hết những khía cạnh tế nhị của thông tin.

Trong công việc, việc kết hợp các hình thức giao tiếp khác nhau để giải quyết vấn đề thường đem đến hiệu quả tốt hơn. Chẳng hạn, gặp những vấn đề phức tạp, chúng ta nên tiến hành trao đổi thông tin dưới dạng văn bản trước, sau đó mới tiến hành thảo luận trực tiếp. Như vậy cả hai bên đều có cơ hội, thời gian để nghiên cứu các vấn đề và chuẩn bị tốt cho cuộc gặp gỡ trực tiếp.

Với hai hình thức giao tiếp nêu trên, chúng tôi nhận thấy: nhìn chung, để đạt được những mục đích giao tiếp, chúng ta cần rèn luyện các kỹ năng cơ bản sau:

(1) Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ

Trong cuộc sống hàng ngày, ngôn ngữ rất quan trọng vì nó là phương tiện giúp con người truyền tải thông điệp. Chúng ta có thể nhận thức rất rõ vai trò của kỹ năng này trong thực tế cuộc sống, đặc biệt trong công việc. Việc sử dụng ngôn ngữ (dù nói hay viết) một cách hiệu quả sẽ giúp bạn tạo được ấn tượng ban đầu tốt đẹp, thuyết phục người khác. Ngoài ra, kỹ năng này còn giúp bạn thiết lập và duy trì các mối quan hệ cũng như có cơ hội thăng tiến trong sự nghiệp... Các bạn sẽ tìm thấy những nguyên tắc cùng các hướng dẫn chi tiết và các ví dụ sinh động về kỹ năng sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp ở chương tiếp theo.

(2) Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ không lời

Ngôn ngữ không lời là phương tiện giao tiếp được sử dụng phổ biến nhất trên thế giới. Đôi khi chúng ta có thể không biết tên chính xác của những điều đó, nhưng về cơ bản, chúng ta sử dụng chúng gần như mọi lúc, mọi nơi, mọi nền văn hóa. Ngôn ngữ không lời có thể bổ sung và làm sinh động cho giao tiếp bằng lời cũng như thay thế cho ngôn ngữ khó diễn đạt. Tuy nhiên, nếu sử dụng không đúng hoàn cảnh, đúng đối tượng, chúng có thể gây “nhiều” trong giao tiếp. Khi có được kỹ năng này, việc truyền tải thông điệp của bạn cũng trở nên hiệu quả hơn. Trong chương 3, chúng tôi sẽ cung cấp những kiến thức cơ bản về ngôn ngữ không lời, giúp bạn hiểu được các nguyên tắc sử dụng và đọc hiểu ý nghĩa của ngôn ngữ không lời trong giao tiếp, và thực hành các kỹ năng quan trọng.

(3) Kỹ năng lắng nghe và phản hồi

Kỹ năng lắng nghe và phản hồi sẽ giúp bạn và đối phương hiểu nhau, từ đó có một cuộc giao tiếp thành công. Người biết lắng nghe sẽ có thêm nhiều bạn bè, đồng nghiệp, khách hàng... Lắng nghe không chỉ là cách để thể hiện sự tôn trọng của mình đối với người nói, mà còn là cách thức hiệu quả để nâng cao giá trị bản thân trong mọi cuộc giao tiếp. Bạn có thể nhận ra những rào cản của lắng nghe, áp dụng các kỹ thuật của lắng nghe tích cực, hiểu được các nguyên tắc chung khi phản hồi cũng như cách thức vận dụng một số hình thức phản hồi trong chương cuối của tập bài giảng này.

C. CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP CHƯƠNG 1

1. Phân biệt giao tiếp và kỹ năng giao tiếp.
2. Trình bày vai trò của giao tiếp hiệu quả trong công việc.
3. Trình bày sơ đồ truyền thông trong giao tiếp? Giải thích các yếu tố trong sơ đồ này.
4. Phân tích 1 ví dụ minh họa cụ thể cho sơ đồ truyền thông trong giao tiếp.
5. Trình bày những yếu tố cản trở sự truyền thông giữa các cá nhân? Từ đó bạn nên rèn luyện những phẩm chất gì để truyền thông có hiệu quả?
6. Trình bày cửa sổ giao tiếp Johari? Muốn tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau trong giao tiếp, bạn cần chú ý những vấn đề gì?
7. Liệt kê các kỹ năng giao tiếp cần rèn luyện trong công việc. Đối với bạn, kỹ năng nào cần cải thiện nhất?

8. Hãy tìm và chia sẻ về một doanh nhân thành đạt. Bạn học hỏi được những điều gì từ doanh nhân này xét dưới góc độ kỹ năng giao tiếp.

9. Đọc bài viết dưới đây và trả lời câu hỏi:

a. Cho biết quan điểm của bạn về 5 từ khóa để phát triển các mối quan hệ theo quan điểm của tác giả bài viết.

b. Một số ý kiến cho rằng, những trường hợp tương tự như câu chuyện về người bạn của tác giả “đề nghị sếp cho anh ấy được giúp đỡ - thay sếp chở hai bé đi học” chỉ là hành vi nịnh nọt, với mục đích được thăng tiến trong công việc. Dưới góc độ kỹ năng giao tiếp, bạn đánh giá như thế nào về nhận định này?

c. Chia sẻ quan điểm của bạn về bài học mà tác giả rút ra: *"Gieo quá nhiều hạt giống nhưng không dành thời gian chăm sóc, bón phân cho nó thì chẳng khác nào kết liễu một sự sống"*.

XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ - KỸ NĂNG QUAN TRỌNG TRONG THỜI ĐẠI 4.0

Chúng ta đang bước đi trong “Thời đại kết nối”, “Thời đại 4.0”. Muốn hội nhập đừng bỏ qua kỹ năng giao tiếp - xây dựng mối quan hệ - một trong top 5 kỹ năng quan trọng nhất của tương lai, theo báo cáo Lao động tương lai của Diễn đàn kinh tế thế giới năm 2017.

Nghệ thuật xây dựng mối quan hệ, cách mở rộng mối quan hệ luôn là một chủ đề có sức thu hút mạnh mẽ trong các cuộc khảo sát tại cộng đồng UEH Connected (gần 6.000 thành viên có xuất thân khác nhau từ nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ).

Xuất phát là một anh chàng nhà quê, không địa vị, không danh phận, không mối quan hệ, không du học, không trường quốc tế..., tôi may mắn được kết nối, làm việc với nhiều nhà lãnh đạo và các doanh nhân từ khắp thế giới. Đặc biệt nhận được sự tin tưởng của cộng đồng doanh nhân Pháp, Mỹ, Úc, Canada... tại Việt Nam.

Các đối tác Thái Lan, Đài Loan, Hàn Quốc, Singapore, Philippines thường xuyên tìm đến tôi mỗi khi họ muốn tham gia các chương trình xúc tiến thương mại, muốn được tư vấn mở rộng hoạt động kinh doanh tại Việt Nam thông qua kênh tư nhân.

Không ít lần tôi đã nhận được các câu hỏi, tin nhắn, email thắc mắc về cách xây dựng

network của mình. Thành thật mà nói, bí quyết của tôi rất đơn giản, tôi xây dựng tất cả tài sản vô giá của mình bằng sự chân thành.

Dưới đây là bài chia sẻ đầu tiên của tôi với cộng đồng của mình về chủ đề “How to build your network” (Cách xây dựng mối quan hệ của bạn) nhân dịp kỷ niệm 4 năm thành lập YSEALI - tổ chức mang tên Sáng kiến Thủ lĩnh trẻ Đông Nam Á mà tôi đang hoạt động với tư cách cựu thành viên.

Mối quan hệ là gì?

Nhiều bạn trẻ ngày nay có suy nghĩ rất đơn giản, họ tự tin với danh sách bạn bè toàn người nổi tiếng của mình trên Facebook, họ hãnh diện với số lượng namecard họ có được khi tham dự các sự kiện, các buổi networking.

Với tôi, mối quan hệ là có một người:

Sẵn sàng có mặt cạnh tôi chỉ sau một cuộc điện thoại.

Luôn tin tôi dù cho cả thế giới ngoài kia quay lưng với tôi.

Nghĩ đến tôi khi họ có bất kỳ cơ hội nào.

Và quan trọng nhất là nghĩ đến tôi khi họ đi đến ngõ cụt của cuộc sống.

Đơn giản mà nói, “xây dựng mối quan hệ” là biến một người lạ thành quen, rồi từ người quen thành người bạn, từ bạn bình thường thành thân thiết rồi tin tưởng và luôn nghĩ đến nhau khi muốn được chia sẻ.

Làm sao để khởi tạo mối quan hệ khi ta chưa có danh?

Nhiều người chỉ chú trọng vào các mối quan hệ ngoài xã hội, quên rằng gia đình, người thân cũng là những mối quan hệ cần được chăm sóc trước nhất. Nếu ngay cả với người thân của mình, bạn còn chưa xây dựng được mối quan hệ tốt thì có bao nhiêu người xa lạ ở ngoài kia muốn giữ sợi dây liên kết với bạn?

Trở lại với câu hỏi trên, không gì có thể thành công nếu không có sự chuẩn bị.

Trước khi gửi lời mời kết bạn trên mạng xã hội, bạn có gửi tin nhắn làm quen, đề cập đến lý do muốn kết nối hay không?

Trước khi tham dự sự kiện, bạn có tìm hiểu về những người bạn sẽ tiếp xúc hay không?

Trước khi kết nối cùng một nhân vật nào đó, bạn có biết họ là ai, sở thích của họ là gì, họ quan tâm đến vấn đề gì, nghề nghiệp hay lĩnh vực họ đang công tác là gì hay không?

Ai trong chúng ta cũng yêu thích được quan tâm, được ghi nhớ, muốn nhận được