

Lời cảm ơn

Đối với một sinh viên năm cuối, khi được làm khoá luận tốt nghiệp là một điều vinh dự, nhưng để có thể hoàn thành khoá luận, đòi hỏi sự cố gắng rất lớn của bản thân mà quan trọng hơn, đó là sự chỉ bảo của các thầy cô hướng dẫn, sự giúp đỡ, động viên của bạn bè, người thân.

Trong quá trình làm khoá luận, em đã nhận được sự hướng dẫn rất tận tình của Tiến sỹ Nguyễn Ngọc Khánh - người thầy luôn dành thời gian chỉ bảo cho em những kiến thức cần thiết, những tài liệu tham khảo liên quan đến đề tài tốt nghiệp. Em xin trân trọng bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc của em đối với sự giúp đỡ quý báu đó của thầy!

Em cũng xin được tỏ lòng biết ơn của mình đến các thầy cô giáo trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng đã dày công giảng dạy, tạo cho em một môi trường văn hóa - giáo dục lành mạnh!

Xin gửi tới những người thân yêu lòng biết ơn chân thành nhất, vì luôn ở bên động viên, giúp đỡ em hoàn thành khoá luận!

Và em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới các anh chị trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á đã tạo điều kiện thuận lợi nhất cho em hoàn thành khoá luận này!

Tuy nhiên, những kiến thức và kinh nghiệm thực tế của em còn nhiều hạn chế, khoá luận không tránh khỏi những thiếu sót.

Em rất mong nhận được sự góp ý của các quý thầy cô giáo!

Sinh viên

Lê Thị Hiền

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài.....	5
2. Mục đích nghiên cứu.....	7
3. Nhiệm vụ nghiên cứu	7
4. Phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu	7
5. Ý nghĩa nghiên cứu	7
6. Phương pháp nghiên cứu.....	9
7. Khóa luận bao gồm các phần	9
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ GIAO TIẾP ỨNG XỬ	10
1.1. Giao tiếp	10
1.1.1. Khái niệm về giao tiếp.....	10
1.1.2. Quá trình giao tiếp	12
1.1.3. Phân loại giao tiếp	13
1.1.4. Tầm quan trọng của giao tiếp	15
1.1.5. Các phương tiện giao tiếp.....	16
1.1.6. Một số điều chú ý khi giao tiếp	21
1.1.7. Nguyên nhân giao tiếp kém hiệu quả	23
1.2 ứng xử.....	24
1.2.1. Khái niệm về ứng xử	24
1.2.2. Nguyên tắc ứng xử:	24
1.2.3. Một số cách ứng xử:	26
1.2.4. Những điều nên tránh trong giao tiếp ứng xử:	31
1.2.5. Các đặc trưng giao tiếp ứng xử cơ bản của người Việt Nam	32
1.3. Hoạt động giao tiếp ứng xử trong kinh doanh lễ hành	36
1.3.1 Khái niệm về lễ hành và kinh doanh lễ hành.....	36
1.3.2 Vai trò của giao tiếp ứng xử trong kinh doanh lễ hành.....	37
1.3.3. Nguyên tắc giao tiếp trong kinh doanh lễ hành	38
1.3.4. Những nét chung của giao tiếp ứng xử trong kinh doanh lễ hành	42

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI XUYÊN Á.....	47
2.1. Giới thiệu chung về công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương mại Xuyên Á..	47
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của công ty.....	47
2.1.2. Cơ cấu - bộ máy tổ chức.....	48
2.1.3. Thị trường đang khai thác và thị trường mục tiêu.....	51
2.1.4. Vị trí của đơn vị trên thị trường.....	52
2.1.5. Hoạt động của đơn vị.....	55
2.2. Tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á	59
2.2.1. Hoạt động hướng dẫn du lịch và hướng dẫn viên du lịch	59
2.2.2. Điều kiện cần và đủ của hướng dẫn viên.....	65
2.2.3. Thực trạng giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên với khách.....	97
CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI XUYÊN Á	107
3.1. Phương hướng, nhiệm vụ và mục tiêu phát triển của công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.....	107
3.2. Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên tại công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á	108
3.2.1. Về tuyển chọn đội ngũ lao động.....	109
3.2.2. Về đào tạo bồi dưỡng lao động.....	115
3.2.3. Nâng cao đạo đức nghề nghiệp cho nhân viên trong doanh nghiệp:.....	117
3.2.4. Đánh giá kết quả lao động và trả công cho nhân viên trong doanh nghiệp:	118
3.2.5. Cải thiện điều kiện lao động và nâng cao chất lượng môi trường làm việc trong doanh nghiệp du lịch.....	118

3.2.6. Hoàn thiện chế độ đãi ngộ, đánh giá và khen thưởng người lao động	120
3.2.7. Hoàn thiện hệ thống nội qui và tăng cường kỷ luật lao động.....	123
3.2.8. Đoàn kết là sức mạnh tạo nên thành công:	124
3.2.9. Xây dựng chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch trong doanh nghiệp	125
3.2.10. Tìm hiểu mong muốn của khách hàng, xin ý kiến khách hàng: .	125
3.2.11. Đối với chính bản thân nhân viên - hướng dẫn viên trong công ty	126
3.3. Khuyến nghị với sở văn hóa thành phố Hải Phòng	133
KẾT LUẬN	135

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Giao tiếp ứng xử có từ khi loài người hình thành, do nhu cầu của cuộc sống mà con người phải trao đổi, liên kết với nhau trong công việc và nhu cầu hàng ngày như: săn bắn, hái lượm, ăn ở và chống thiên tai... Cùng với thời gian, giao tiếp và ứng xử ngày càng phát triển và trở thành nhu cầu không thể thiếu trong cuộc sống của mỗi con người.

Giao tiếp là sự thể hiện các mối quan hệ giữa người với người trong xã hội. Dù là ai: một nguyên thủ quốc gia, một nhà ngoại giao tài ba, một nhà khoa học lỗi lạc, hay người công nhân trong xưởng máy, người nông dân trên cánh đồng, người chiến sĩ nơi hải đảo của tổ quốc hay người nội trợ đảm đang trong gia đình, người sinh viên mệt mỏi nơi giảng đường đại học... Dù là ai đi chăng nữa chúng ta cũng luôn giao tiếp với thế giới xung quanh để hoàn thành chức trách của mình.

Giao tiếp ứng xử thực sự có vai trò quan trọng trong mọi mặt đời sống xã hội. Thực tế cho thấy, nhờ vào khả năng giao tiếp ứng xử mà rất nhiều người thành công trong cuộc sống và công việc. Trong môi trường kinh doanh đầy biến động như ngày nay cùng với những sóng gió và thử thách của thời kỳ hội nhập, các doanh nghiệp trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng cần nhanh chóng nắm bắt được sự thay đổi của thị trường để thích ứng phát triển, đồng thời nắm bắt được những cơ hội mới để có thể vươn tới tầm cao hơn nữa. Để làm được điều đó, đòi hỏi các nhân viên trong doanh nghiệp lữ hành phải có hoạt động giao tiếp ứng xử mang bản sắc riêng, độc đáo của doanh nghiệp mình mà vẫn phải phù hợp với xu thế chung của thời đại và nhất là phù hợp với các giá trị truyền thống của mỗi quốc gia, dân tộc.

Du lịch là ngành kinh tế mang tính liên ngành và đa dạng, biểu hiện ở sản phẩm du lịch phần lớn là phi vật chất và dịch vụ, quá trình lao động mang nặng tính tiếp xúc. Bởi vậy, kết quả hoạt động kinh doanh phụ thuộc rất lớn vào khả năng giao tiếp ứng xử của các nhân viên trong công ty, giữa lãnh đạo với nhân viên, giữa các đồng nghiệp trong công ty với nhau, nhất là giữa hướng dẫn viên du lịch với khách du lịch. Hướng dẫn viên là người đại diện cho tổ chức kinh doanh dịch vụ và trở thành cầu nối giữa khách du lịch và tổ chức kinh doanh du lịch, đồng thời là người thông tin và quảng bá cho uy tín thương hiệu, hình ảnh của du lịch Việt nam, của địa phương, cho các chương trình du lịch được thiết kế, cho sản phẩm du lịch. Vì thế mà giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên là vô cùng cần thiết, có thể coi đó là một trong những công cụ quan trọng nhất trong công việc của người làm hướng dẫn cho khách du lịch. Đây vừa là nhu cầu đòi hỏi khách quan, cũng vừa là sự lựa chọn thích ứng để công ty đứng vững, tồn tại và phát triển trong điều kiện mới.

Trong xu thế phát triển như ngày nay, đi du lịch trở thành nhu cầu tất yếu của mỗi con người khi có thời gian rảnh rỗi. Đối với nhiều quốc gia, du lịch là ngành kinh tế mang lại lợi nhuận khổng lồ và có thể vực dậy nền kinh tế yếu kém. Ở Việt Nam, du lịch được xác định là một ngành kinh tế mũi nhọn, đem lại nguồn doanh thu lớn cho đất nước, được Đảng và Nhà nước quan tâm, tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy ngành “Công nghiệp không khói” này ngày càng phát triển, nên với sự phát triển mạnh mẽ, sự ra đời của hàng loạt các công ty thương mại và du lịch với sản phẩm đặc trưng là các chương trình du lịch tương đối giống nhau, thì cái khác biệt duy nhất còn lại chính là cách ứng xử, giao tiếp có văn hóa thể hiện trong mọi hoạt động kinh doanh của công ty, đặc biệt là khi giao tiếp với khách du lịch. Đây là cái có thể giúp ta phân biệt được công ty du lịch này với công ty du lịch khác, góp phần tạo nên thương hiệu trong mắt khách hàng.

Chính vì vậy ta có thể khẳng định: Giao tiếp ứng xử góp phần quan trọng trong việc phát triển công ty, trong cạnh tranh, chiếm lĩnh và mở rộng thị trường.

Xuất phát từ tầm quan trọng, tính thực tế của đề tài và sự tâm đắc của bản thân, em đã chọn đề tài: "*Giải pháp nhằm nâng cao hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên với khách du lịch trong công ty Cổ Phần Du Lịch Và Thương Mại Xuyên Á*" là đề tài khóa luận của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Hệ thống hóa lý luận về văn hóa ứng xử trong hoạt động kinh doanh lữ hành.

Tìm hiểu thực tế hoạt động giao tiếp ứng xử của các hướng dẫn viên với khách du lịch trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.

Đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần vào việc nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên du lịch tại công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.

3. Nhiệm vụ nghiên cứu

Tìm hiểu những tri thức về giao tiếp ứng xử trong xã hội nói chung và trong công ty du lịch nói riêng.

Tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên du lịch với khách du lịch tại công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương mại Xuyên Á.

4. Phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên du lịch với khách du lịch tại công ty Cổ phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.

5. Ý nghĩa nghiên cứu

Xây dựng phong cách ứng xử có khoa học để từ đó có thể vận dụng một cách có hiệu quả nhất trong công việc của hướng dẫn viên nói chung và

Giải pháp nhằm nâng cao hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên với khách du lịch trong Công ty Cổ Phần Du Lịch & Thương Mại Xuyên Á

hướng dẫn viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á nói riêng khi làm việc với khách du lịch.

6. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu.
- Phương pháp quan sát.
- Phương pháp điều tra.
- Phương pháp phỏng vấn.

7. Khóa luận bao gồm các phần

- Phần mở đầu
- Phần nội dung gồm 3 chương:

Chương I: Cơ sở lý luận chung về giao tiếp

Chương II: Thực trạng giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.

Chương III: Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.

- Phần kết luận
- Tài liệu tham khảo
- Phụ lục

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ GIAO TIẾP ỨNG XỬ

1.1. Giao tiếp

1.1.1. Khái niệm về giao tiếp

Trong quan hệ giữa người với người một lời nói, một cử chỉ có thể biến thành tiền bạc, có thể gây nên những ấn tượng tốt, tạo ra sự tin cậy, sự hiệp tác và cũng có thể phá vỡ các mối quan hệ, làm mất lòng nhau, làm tổn hại đến sức khỏe và sự sáng tạo của con người. Phương ngôn Việt Nam có câu: "Nói ngọt thì lọt đến xương"; "Miếng ngon nhớ lâu lời đau nhớ đời". Các mối quan hệ xã hội luôn luôn là yếu tố góp phần tạo dựng lên nhân cách con người, bởi vì bản chất con người là tổng hòa các mối quan hệ xã hội. Giao tiếp vừa là nhân tố hình thành và phát triển nhân cách, vừa là phương tiện thể hiện nhân cách. Hoạt động kinh doanh du lịch phần lớn là hoạt động giao tiếp giữa con người với nhau, chất lượng sản phẩm du lịch như thế nào là tùy thuộc vào văn hóa giao tiếp ở mỗi cá nhân cụ thể.

Giao tiếp với mọi người là một nghệ thuật mà không phải ai cũng nắm bắt được. Bất kỳ ai cũng phải học điều đó" (I.C Vapilic)

Con người luôn sống trong một xã hội nhất định. Trong quá trình sống và làm việc, con người có rất nhiều nhu cầu cần được thỏa mãn, trong đó có các nhu cầu: trao đổi thông tin, trao đổi kinh nghiệm với mọi người xung quanh; chia sẻ những tâm tư, tình cảm, niềm vui, nỗi buồn với người khác; hợp tác giúp đỡ những người xung quanh và mong mọi người giúp đỡ mỗi khi gặp khó khăn, hoạn nạn... Tất cả những yêu cầu tâm lý xã hội đó có thể thỏa mãn thông qua giao tiếp.

Giao tiếp là hoạt động trao đổi thông tin nhận biết và tác động lẫn nhau trong quan hệ người - người để đạt được mục đích nhất định.

Giao tiếp ứng xử là hoạt động gắn liền với tồn tại của con người.

Đã có nhiều công trình nghiên cứu về giao tiếp ứng xử trên nhiều khía cạnh và đưa ra các khái niệm khác nhau.

Chẳng hạn như tác giả Phạm Vũ Dũng trong cuốn văn hóa: “Giao tiếp là một quá trình trao đổi và tiếp xúc giữa con người với bản thân, với xã hội với thiên nhiên, với gia đình... trực tiếp và gián tiếp, thông qua các công cụ như tiếng nói, ngôn ngữ, hành vi, tâm lý... nhằm tạo nên những quan hệ, những tri thức, những hiểu biết trong các lĩnh vực khác nhau của đời sống loài người, của cộng đồng, nhóm xã hội và cá nhân con người”.

PTS Vũ Thị Phượng và ông Dương Quang Huy trong cuốn Giao tiếp kinh doanh lại nhấn mạnh về phương tiện và biểu hiện trong giao tiếp: “Giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin giữa các cá nhân thông qua một hệ thống bao gồm các kí hiệu, các dấu hiệu hành vi. Giao tiếp cũng có thể hiểu là các hình thức biểu hiện tình cảm, trò chuyện diễn thuyết, trao đổi thư tín thông tin”.

Theo PGS. TS Đỗ Văn Phúc trong cuốn "Tâm lý trong kinh doanh": Giao tiếp là sự quan hệ giữa người với người trong cuộc sống và trong hoạt động liên quan tới nhiều người”.

Còn có rất nhiều các khái niệm về giao tiếp của nhiều tác giả khác nhau, nhưng nhìn chung các khái niệm đều có các nét tương đồng để đi đến một kết luận: “Giao tiếp là quá trình trao đổi, tiếp xúc giữa con người với con người thông qua các công cụ giao tiếp như lời nói chữ viết, cử chỉ... nhằm đạt được mục đích nhất định”.

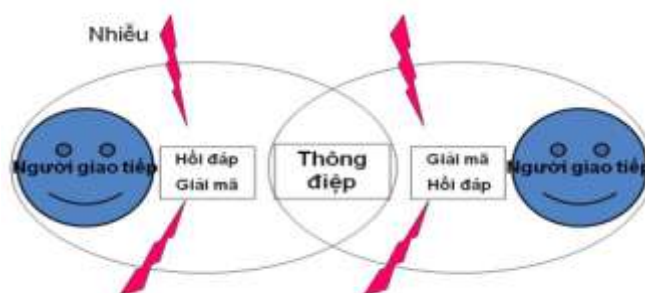
Trải qua thời gian, những cái hay cái đẹp trong giao tiếp được giữ lại và lưu truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác và trở thành văn hóa giao tiếp.

"Văn hóa giao tiếp là toàn bộ những giao tiếp ở các lĩnh vực khác nhau trong xã hội đạt đến trình độ nhất định của cái đẹp, cái tốt, cái thật, phù hợp với tiêu chuẩn định hướng về văn hóa".

1.1.2. Quá trình giao tiếp



Sơ đồ giao tiếp hội thoại



Quá trình giao tiếp bao gồm các thành phần:

Quá trình giao tiếp không đơn thuần là một hệ thống phát và thu, truyền và nhận thông tin một cách máy móc, mà là sự trao đổi công việc giữa hai chủ thể tích cực, hai con người, hai nhân cách trong hoàn cảnh giao tiếp cụ thể, thông qua các phương tiện giao tiếp như: ngôn ngữ nói, viết, cử chỉ, phương tiện, công cụ kỹ thuật...

Muốn giao tiếp, muốn thực hiện được quá trình trao đổi thông tin giữa hai chủ thể thì phải sử dụng chung một hệ thống tín hiệu, được mã hoá bởi người gửi (bộ phát) và giải mã bởi người nhận (bộ thu).

Tính chất của thông tin không chỉ là thông báo thuần túy, mà trong giao tiếp thông tin phải tác động đến tâm lý người nhận, làm thế nào để thay đổi hành vi. Điều đó nói lên hiệu quả của giao tiếp. (Tâm lý - Đại Học Y Hà Nội)

Người gửi (bộ phát): Người này gửi thông tin tới người khác hay còn gọi là nguồn.

Ý tưởng: Thông tin mà người gửi cần truyền tải. Có thể là các thông tin liên quan đến kinh tế, chính trị, sức khỏe, giải trí,...

Mã hóa: Thông tin được biến thành lời nói, chữ viết hay kí hiệu khác

Kênh: Là các đường liên lạc dẫn và tiếp nhận thông tin như là các giác quan: thính giác, thị giác, khứu giác....

Giải mã: Người nhận phân tích, xử lý và hiểu những thông tin mà người gửi gửi cho.

Người nhận (bộ thu): Là người nhận thông điệp mà người khác gửi cho (còn gọi là thính giả, hoặc người nghe).

Cản trở nhiễu: Là yếu tố cản trở việc trao đổi thông tin, làm hiểu không đúng nghĩa của thông tin. Có các cản trở vật lý như: tiếng ồn, trang thiết bị không đạt yêu cầu; cản trở về xã hội như: không tương đồng về kinh tế, chính trị, tín ngưỡng...; cản trở tâm lý: nhút nhát, thiếu kỹ năng giao tiếp, ác cảm....

Hồi đáp: Là các thông tin đáp lại của người nhận tới người gửi

1.1.3. Phân loại giao tiếp

Giao tiếp rất phong phú, đa dạng. Có nhiều cách phân loại dựa trên các tiêu chuẩn khác nhau:

- Theo tính chất tiếp xúc:

Giao tiếp trực tiếp: Là loại giao tiếp thông dụng nhất trong mọi hoạt động của con người. Các đối tượng giao tiếp gặp gỡ nhau thông qua ngôn ngữ nói và biểu cảm để giao tiếp. Trong đời sống sinh hoạt, giao tiếp trực tiếp được gọi là hội thoại hoặc đàm thoại trực tiếp. Giao tiếp thường diễn ra dưới hai hình thức: *đối thoại* - giao tiếp giữa hai người và *độc thoại* - chỉ có một

người, các đối tượng khác ngồi nghe. Trong giao tiếp trực tiếp, nhiều phương tiện sử dụng truyền tin như ngôn ngữ nói, điệu bộ, cử chỉ, ánh mắt... hỗ trợ cho chủ thể và đối tượng giao tiếp hiểu biết nhau một cách chính xác.

Giao tiếp gián tiếp: Là hình thức giao tiếp con người tiếp xúc với nhau phải thông qua một đối tượng trung gian khác nhau như: thư từ, điện thoại, fax...

- Theo số người tham dự trong giao tiếp

Giao tiếp song phương: là giao tiếp trong đó có 2 người tiếp xúc với nhau.

Giao tiếp nhóm: là giao tiếp mà trong đó một nhóm người trao đổi, bàn bạc với nhau để đi đến thống nhất về một vấn đề nào đó...

- Theo mục đích giao tiếp

Giao tiếp chính thức: là hình thức giao tiếp có sự ấn định theo pháp luật, theo một quá trình được các tổ chức thừa nhận như hội họp, học tập...

Giao tiếp chính thức tiến hành theo những nghi thức nhất định, được chuẩn mực xã hội hoặc pháp luật hướng dẫn. Trong loại giao tiếp này, ngôn ngữ nói và viết đều được yêu cầu mạch lạc, rõ ràng, khúc chiết.

Giao tiếp không chính thức: là hình thức giao tiếp không có sự quy định nào cả, mang nặng tính chất cá nhân, không bị ràng buộc về thời gian không gian, thường mang tính thân tình, nội dung giao tiếp mang tính riêng tư, giữ kín.

- Theo tính chất các hoạt động của con người: giao tiếp này mang màu sắc nghề nghiệp như: giao tiếp sư phạm, giao tiếp kinh doanh, giao tiếp khách sạn...

- Theo khoảng cách

Giao tiếp ngoại giao: có tính chất xã giao, thông thường khoảng cách giữa hai đối tượng là 1,2 - 4m. Khoảng cách này nói lên mối quan hệ bình thường, không thân quen, không thù ghét.

Giao tiếp thân mật: khoảng cách từ 0,5 - 1,2m, thể hiện mối quan hệ bạn bè.

Giao tiếp thân thiết đảm thắm: khoảng cách từ 0,03m đến liền kề, thể hiện sự quý mến, thương yêu như quan hệ vợ chồng, cha mẹ với con cái, anh em ruột thịt.

1.1.4. Tầm quan trọng của giao tiếp

"Sự thành công của một con người chỉ có 15% dựa vào kỹ thuật chuyên ngành, còn 85% phải dựa vào những quan hệ giao tiếp và tài ứng xử của người ấy" (Kinixki).

Giao tiếp có tầm quan trọng đặc biệt. Trong cuộc sống hàng ngày, ở mọi nơi, mọi tổ chức, người ta luôn tiến hành giao tiếp dưới các hình thức như hướng dẫn, thông báo, thuyết phục động viên, đề nghị tư vấn, đàm phán... nhằm mục đích:

- Thăm hỏi: chúng ta thường chào nhau, thăm hỏi nhau để duy trì các mối quan hệ thân thiết giữa các bên.

- Trao đổi thông tin cho những vấn đề mà một trong hai bên chưa biết. Quá trình này diễn ra cho tới khi hai bên có lượng thông tin cần truyền ngang nhau thì hoạt động giao tiếp kết thúc.

- Động viên, thuyết phục nhau hướng về một mục đích, một nhận thức, một thỏa thuận chung.

- Tạo sự tin nhiệm, tin tưởng của người khác đối với mình và ngược lại.

- Phá vỡ hoặc chấm dứt hợp đồng giữa các bên.

Như vậy, người ta giao tiếp với cấp trên (lãnh đạo), cấp dưới (nhân viên), đối tác (nhà cung cấp khách hàng), bạn bè, người thân.... để truyền thông tin và ý tưởng đến người giao tiếp, để họ hiểu và thực hiện mục tiêu chung. Nếu không có giao tiếp thì cuộc sống cũng như mọi hoạt động trong kinh doanh không thể tiếp diễn. Khi làm việc từ hai người trở lên, nếu không có giao tiếp thì sẽ không thể hiểu được nhau, không thể phối hợp hành động cùng nhau và sẽ không được kết quả như mong muốn. Giao tiếp góp phần đảm bảo cho cuộc sống cũng như công việc của mọi người diễn ra được liên

tục, nhịp nhàng và hiệu quả nhất. Giao tiếp tốt là nền tảng để tạo dựng, giữ gìn và vun đắp cho mối quan hệ được tốt đẹp. Chính vì vậy bản thân mỗi người đều phải không ngừng học hỏi, rèn luyện kỹ năng giao tiếp của mình.

1.1.5. Các phương tiện giao tiếp

Phương tiện giao tiếp là tất cả các yếu tố mà con người sử dụng trao đổi thông tin, thể hiện thái độ, tình cảm, mối quan hệ và những biểu hiện tâm trạng khác trong quá trình giao tiếp.

Có thể chia các phương tiện giao tiếp thành hai nhóm chính: ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

- Giao tiếp bằng hình thức ngôn ngữ:

Ngôn ngữ: là phương tiện để biểu đạt ý nghĩ của mỗi người. Khi bạn muốn nói chuyện hoặc trao đổi thông tin với một ai đó thì bạn phải sử dụng ngôn ngữ để truyền tải những thông điệp mà bạn muốn bày tỏ. Ngôn ngữ là một công cụ giao tiếp mà chúng ta luôn sử dụng nó hàng ngày.

Đặc điểm chung: là phương tiện chỉ có ở người, là sản phẩm văn hóa xã hội. Ngôn ngữ là công cụ cơ bản của giao tiếp xã hội. Nhờ ngôn ngữ người ta có thể trao đổi với nhau mọi loại thông tin như diễn tả hành động, sự vật, sự việc, trạng thái, tình cảm, mong muốn, suy nghĩ...

Tính chất: Ngôn ngữ có tính tổng hợp tượng trưng, có thể truyền đi bất cứ đâu, thể hiện sự phát triển văn minh, tiến bộ xã hội.

Có hai loại ngôn ngữ: ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viết:

Ngôn ngữ nói: Được sử dụng phổ biến trong giao tiếp xã hội, nó ra đời trong quá trình phát triển cá thể, đơn giản, tiện lợi, dùng ở bất cứ hoàn cảnh nào, ngôn ngữ nói đem lại hiệu quả cao và tốc độ xảy ra nhanh, đồng thời nhận được sự phản hồi tức khắc. Người ta có thể hiểu được tâm trạng của người nói thông qua giọng nói, cách nhấn giọng, uồn giọng và ngữ điệu. Vì vậy, giao tiếp cần chú ý cách lên giọng, xuống giọng, cách nhấn giọng, ngắt ngừng, các âm luật, tiết tấu, thanh điệu, đồng thời phải nói sao cho có hồn,

phải truyền tải được tình cảm của mình trong đó. Ngôn ngữ nói thường được rút gọn, rất cụ thể và sinh động, nhờ có hoàn cảnh giao tiếp và những cử chỉ điệu bộ, nét mặt, giọng nói hỗ trợ.

Khi giao tiếp bằng ngôn ngữ nói cần tuân thủ các nguyên tắc:

Chính xác rõ ràng ngắn gọn; Cần tránh dùng các từ, các câu, các cấu trúc có thể hiểu đa nghĩa, làm cho đối tác giao tiếp hiểu lầm. Trong những cách diễn đạt cùng một vấn đề thì nên chọn cách diễn đạt đúng nghĩa, đúng ý nhưng ngắn gọn nhất, tránh dùng những từ, câu, cấu trúc thừa. Bên cạnh đó, cần cẩn trọng trong việc chọn từ ngữ, cách diễn đạt, sao cho thể hiện được ý muốn của mình, đồng thời làm cho đối tượng giao tiếp không mất lòng.

Âm điệu của lời nói: vừa phải, dễ nghe, không cao giọng quá, nói to quá hoặc nói nhỏ quá...

Khi nói chuyện, nên tập trung vào chủ đề đang thảo luận, tránh đề tư tưởng bị phân tán dẫn đến không hiểu nội dung câu chuyện.

Khi đối tượng giao tiếp đang nói thì ta nên lắng nghe, tuyệt đối tránh ngắt lời hoặc cướp lời của người nói khi họ chưa nói hết ý của họ.

Trong khi giao tiếp nên tránh "Thao thao bất tuyệt" mà không chú ý đến thái độ của đối tượng giao tiếp. Hoặc đưa ra nhiều câu hỏi cùng một lúc khiến người khác không kịp trả lời.

Khi nói về một chủ đề nào đó, nếu ta không được rõ, thì lúc này nên lắng nghe chứ không nên "nói bừa", nghĩa là phải đảm bảo sự thành thật và chính xác trong lời nói của mình.

Không nên bảo thủ chỉ coi trọng ý kiến của mình mà không tôn trọng ý kiến của người khác

Ngôn ngữ viết: Giao tiếp bằng ngôn ngữ không chỉ giới hạn ở giao tiếp bằng lời nói, mà còn giao tiếp thông qua chữ viết. Ngôn ngữ viết ra đời muộn hơn ngôn ngữ nói, tác động của ngôn ngữ viết không bằng âm vị mà bằng tự vị, hệ thống kí hiệu tượng trưng của ngôn ngữ. Ngôn ngữ viết hoàn toàn phụ

thuộc vào ý nghĩa nhu cầu, tình cảm và trình độ nhận thức của chủ thể giao tiếp. Để cho đối tượng giao tiếp hiểu được, đòi hỏi ngôn ngữ viết phải tuân theo các qui tắc nghiêm ngặt về ngữ pháp, tu từ và phải viết sao cho mạch lạc, rõ ràng, dễ hiểu. Bài viết thường được chủ thể giao tiếp có ý thức lựa chọn từ, ý, do vậy bài viết thường dài dòng, trau chuốt. Giao tiếp bằng ngôn ngữ viết bao gồm đối thoại như: thư từ, fax và độc thoại trong viết như: sách báo, phim, ảnh, ti vi...

Giao tiếp bằng hình thức nói hay viết đều có những ưu, nhược điểm riêng và sẽ phát huy được tác dụng tốt nếu được sử dụng trong những hoàn cảnh cụ thể.

- Giao tiếp phi ngôn ngữ:

Nếu lời nói, chữ viết là phương tiện giao tiếp cực kỳ quan trọng trong đời sống xã hội, thì giao tiếp phi ngôn ngữ cũng có ý nghĩa quan trọng không kém. Mỗi ánh mắt, nụ cười, cử chỉ hành động... đều có ý nghĩa của nó. Giao tiếp phi ngôn ngữ là phương tiện giao tiếp giúp nhiều người giao tiếp hiểu được nhau. Một nghiên cứu cho thấy rằng, trong giao tiếp thông qua hình thức nói, thì tác động của từ ngữ chỉ chiếm 30 - 40 %, phần còn lại là tác động của giao tiếp phi ngôn ngữ, bao gồm: nét mặt, ánh mắt, nụ cười, cử chỉ, hành động, trang phục, không gian giao tiếp. Giao tiếp phi ngôn ngữ phản ánh chân thật, đầy đủ các mối quan hệ, do đó không chỉ giúp người ta hiểu được nhau, mà còn giúp người ta hiểu được các mối quan hệ, giúp con người sống đẹp hơn, có ý nghĩa hơn. Dưới đây là một số hình thức giao tiếp phi ngôn ngữ:

Nét mặt: Trong giao tiếp, thông qua nét mặt của đôi tác giao tiếp ta có thể hiểu được thái độ, cảm xúc, thậm chí hiểu được suy nghĩ, cá tính của họ. Người ta vui, buồn, ngạc nhiên hay tức giận... tất cả đều thể hiện qua nét mặt. "Nét mặt chính là tấm gương phản chiếu tâm hồn của mỗi người". Phán đoán được người khác thông qua nét mặt của họ sẽ giúp chúng ta chủ động hơn trong giao tiếp. Những biểu hiện trên nét mặt qua đi rất nhanh, do đó khi giao

tiếp chúng ta phải luôn theo dõi sự biến động trên gương mặt của đối tác, đồng thời phải chú ý đến nét mặt, cử chỉ của bản thân mình sao cho phù hợp với hoàn cảnh, để có thể đạt được hiệu quả giao tiếp như mong muốn.

Nụ cười: Trong giao tiếp người ta có thể dùng nụ cười để biểu lộ cảm xúc, thái độ của mình. Có rất nhiều kiểu cười: cười vui, cười tươi, cười sáng khoái, cười mỉa mai, cười nhạt, cười khả ố... Con người có bao cá tính, trạng thái, tình cảm nhất định, chính vì vậy khi giao tiếp cần chú ý quan sát nụ cười của đối tác giao tiếp để phán đoán được cảm xúc thật sự của họ, đồng thời phải biết sử dụng nụ cười đúng lúc, đúng chỗ để gây thiện cảm với đối tác, tạo bầu giao tiếp thoải mái, thân mật, đem lại hiệu quả giao tiếp cao.

Ánh mắt: "Đôi mắt là cửa sổ tâm hồn". Ánh mắt phản ánh tâm trạng, cảm xúc, ước muốn... của con người. Qua ánh mắt của đối tác giao tiếp ta biết được họ vui hay buồn, quan tâm nhiều hay ít đến vấn đề bàn bạc, họ có tôn trọng bạn hay không, họ đồng tình hay phản đối ý kiến của bạn... Ánh mắt còn phản đối tính cách của con người. Do đó trong giao tiếp cần đặc biệt quan tâm đến ánh mắt.

Dáng vẻ: trong giao tiếp nhiều khi không phải nhìn kỹ nét mặt mà chỉ cần quan sát dáng vẻ của đối tác ta cũng có thể hiểu được trạng thái tâm lý của họ. Ví dụ như: khi vui vẻ họ đi lại nhanh nhẹn, tung tăng; khi buồn rầu đầu cúi thấp, lặng im không nói; khi hồi hận chân tay bứt rứt; khi hạ quyết tâm miệng mím, tay nắm chặt; khi hoan nghênh mở rộng hai tay, hai vai; khi không vừa ý lắc mạnh đầu; khi trầm tư chấp tay sau lưng hoặc xoay cầm bóp chân...

Vẻ bên ngoài bao gồm y phục, giày dép, trang điểm trang sức cá nhân, kiểu tóc và mùi... Ngạn ngữ có câu: "Người đẹp vì lụa". Nếu trong giao tiếp chúng ta biết cách ăn mặc, phù hợp thì sẽ đạt được hiệu quả cao. Ăn mặc đẹp, nét mặt tươi tắn, trang điểm vừa phải, quần áo lịch sự gọn gàng, sạch sẽ, phù hợp với hoàn cảnh giao tiếp, ăn mặc đẹp làm cho đối tác giao tiếp cảm thấy tôn trọng và ngưỡng mộ chúng ta, tạo cho chúng ta một khuôn mặt khả ái, thu hút được đối tác, khiến người ta hài lòng. Ngược lại, ăn mặc lôi thôi, lếch

thếch, đầu óc bù xù sẽ làm cho đối tác cảm thấy thất vọng, chán ngán, thậm chí khinh rẻ chúng ta, điều đó sẽ đem lại nhiều bất lợi trong giao tiếp.

Cần lưu ý: Vẻ đẹp bề ngoài đã quan trọng nhưng vẻ đẹp bên trong (tâm hồn, kiến thức, tình cảm, đạo đức...) còn quan trọng hơn nhiều. Do đó cần có sự thống nhất hài hòa giữa trang phục bên ngoài với vẻ đẹp bên trong, làm được như vậy chúng ta mới có thể thu hút được lòng ngưỡng mộ thực sự bền lâu của mọi người và trang phục đẹp mới phát huy được hiệu quả.

Khoảng cách: Khoảng cách trong giao tiếp thể hiện mối quan hệ thân sơ, giới tính, vị trí vai trò và văn hóa những người tiến hành giao tiếp. thông thường người ta xích lại gần nhau mà người ta thấy yêu thích, gần gũi và tránh xa những đối tác gây ra cảm giác xa lạ, sợ hãi.

Những biểu hiện có tác dụng tích cực trong giao tiếp không dùng ngôn ngữ:

Khi nói chuyện hoặc trao đổi một vấn đề nào đó thì phải quay mặt về hướng của đối tượng giao tiếp, ở tư thế ngang tầm có thể cùng đứng hoặc cùng ngồi, tránh ở tư thế cao hơn hoặc thấp hơn nhiều so với đối tượng của mình.

Nét mặt luôn thể hiện sự niềm nở, biểu hiện sự quan tâm tới lời nói của đối tượng, tùy theo nội dung câu chuyện mà thể hiện sự lo lắng, đồng cảm hoặc vui vẻ...

Trong khi giao tiếp, bạn nên nhìn vào mắt duy trì ánh mắt với đối tượng giao tiếp.

Có những biểu hiện tán đồng hoặc thể hiện sự lắng nghe như: gật đầu, cười...

Nên hạn chế những hành động sau vì những hành động này không có tác dụng tích cực tới cuộc nói chuyện:

- Không nhìn vào đối tượng giao tiếp.
- Nét mặt cau có, chau mày...
- Mắt nhìn đi nơi khác trong khi đối tượng đang nói.

- Có những hành động thể hiện không quan tâm tới lời nói của đối tượng như: đọc sách, báo, tài liệu, luôn liếc mắt nhìn đồng hồ hoặc làm một việc riêng nào đó...

- Nét mặt thể hiện sự bồn chồn, nóng lòng có vẻ như đang vội vàng đi đâu đó, không chú ý tới đối tượng mình đang nói gì...

- Để việc giao tiếp đạt hiệu quả, để đối tượng giao tiếp cảm thấy được tôn trọng, để bản thân mình và đối tượng hiểu rõ hơn về các thông tin cùng trao đổi thì ta cần chú ý lắng nghe và có sự phản hồi.

Lắng nghe: Lắng nghe là khả năng đón nhận và hiểu những thông điệp mà đối tượng muốn nói. Hãy tỏ ra là mình đang chú ý tới người nói bằng cách gật đầu hay phản ứng đáp lại bằng những câu ngắn gọn thể hiện sự chăm chú của bạn như: ừ, à, thế à, vậy ư... Đừng ngắt lời người nói khi mình đang nghe. Hãy lắng nghe và sẵn sàng tiếp thu chủ đề, không nên chỉ trích phê phán.

Phản hồi: Có nghĩa là sử dụng những từ ngữ của mình để nhắc lại nội dung câu chuyện mà đối tượng đang nói bằng những câu tóm tắt ngắn gọn. Mục đích là: Để mình hiểu rõ và chính xác về những thông tin mà đối tượng đưa ra, tránh hiểu nhầm như kiểu "Ông nói gà, bà nói vịt".

Đôi khi chúng ta nghĩ là chúng ta hiểu được người nói nhưng thường là chúng ta lại không hiểu. Trong trường hợp đó, hãy sử dụng kỹ năng này để giúp ta hiểu hơn về những thông điệp mà người nói đang đề cập.

1.1.6. Một số điều chú ý khi giao tiếp

Để kết quả của việc giao tiếp như mong đợi thì chúng ta phải có các kỹ năng giao tiếp. Bên cạnh việc sử dụng các kỹ năng trong giao tiếp thì chúng ta cần phải chú ý đến một số điểm sau:

Tùy từng đối tượng, hoàn cảnh giao tiếp mà bạn có cách ứng xử linh hoạt, phù hợp.

Khi giao tiếp, điều không thể thiếu được đó là sự tự tin: tự tin về bản thân và tự tin về lời nói của mình. Đừng nên tỏ ra quá rụt rè, thiếu tự tin... Điều đó không có lợi cho việc giao tiếp của bạn.

Nếu có cuộc gặp mặt hay một cuộc hẹn trước với một ai đó thì bạn nên chuẩn bị cho mình một tâm lý thoải mái, sẵn sàng và có thể chuẩn bị trước chủ đề mà chúng ta sẽ trao đổi. Như vậy sẽ mang đến cho bạn sự tự tin, chủ động trong lần giao tiếp đó.

Một yếu tố tuy nhỏ nhưng có tác dụng rất lớn đến hiệu quả giao tiếp của chúng ta đó là trang phục. Bạn nên chú ý đến cách ăn mặc của mình, không nên ăn mặc quá kệch cỡm, hở hang hay quá luộm thuộm, bởi dù bạn có nói hay đến đâu thì qua vẻ không lịch sự của bạn cũng đã khiến người khác mất cảm tình ngay từ giây phút đầu tiên.

Không phải lúc nào chúng ta và đối tượng giao tiếp cũng có cùng quan điểm về một vấn đề nào đó. Mỗi người một suy nghĩ, trước một vấn đề mỗi người sẽ có cách nhìn nhận khác nhau. Vì vậy Không nên có phản ứng gay gắt ngay từ đầu. Mà nên dành thời gian để suy nghĩ về điều đã nói và hiểu cảm giác của người nói trước khi đáp lại. Hãy đợi đến khi chúng ta có đủ thông tin để tránh đưa ra những giả thuyết sai.

Không nên chỉ trích hay phê phán. Quan điểm của mỗi người còn phụ thuộc vào rất nhiều các yếu tố như: nhận thức, trình độ hiểu biết, tính cách...của mỗi người. Vì vậy, chẳng có gì phải căng thẳng nếu ai đó không đồng quan điểm với mình. Nếu quan điểm của mình là tích cực thì cũng không nên chỉ trích hay phê phán, xem thường, chế nhạo suy nghĩ, quan điểm của người khác. Hãy trao đổi dần dần sẽ có lúc bạn và người đó sẽ hiểu nhau hơn.

Không nên chung chung. Không nên nói một cách chung chung mà nên nói cụ thể, tập trung vào chủ đề đang thảo luận. Không chuyển chủ đề cho tới khi giải quyết xong

Sử dụng các câu bắt đầu bằng đại từ “tôi”. Những câu bắt đầu bằng đại từ “tôi” có thể giúp chúng ta diễn tả được cảm giác, thái độ, mong muốn của mình. Sử dụng các thông điệp “tôi” sẽ giúp bạn tránh người khác có cảm giác

bạn đang tấn công họ. Ví dụ, nói “Tôi cảm thấy không được hài lòng...” sẽ có tác dụng tích cực hơn là nói: “Bạn làm tôi không được hài lòng...” Hoặc “Tôi nghĩ rằng, nên làm theo cách này sẽ có hiệu quả hơn...” sẽ có tác dụng tích cực hơn là nói “Bạn hãy làm theo phương án này...” Với cách sử dụng câu “tôi” cho phép bạn thể hiện cảm giác của mình mà không có sự chỉ trích trực tiếp vào người khác.

1.1.7. Nguyên nhân giao tiếp kém hiệu quả

Nếu ta liệt kê ra thì có rất nhiều ... Tuy nhiên chúng ta chỉ cần chỉ ra được các điểm sau:

Suy diễn sai: suy diễn sai sự việc luôn là nguyên nhân hàng đầu của mọi sự thất bại trong giao tiếp ...

Nhầm lẫn nghĩa của từ: sự bất đồng về ngôn ngữ là hậu quả của vấn đề này ... nhìn sâu hơn ta nhận thấy một sự thất bại trong quá trình giải mã thông tin của người nhận điều đó đã là thay đổi hành vi của người nhận không như mong muốn của người truyền đạt thông tin muốn gửi gắm.

Nhận thức khác nhau: nhận thức khác nhau đã tạo ra khoảng cách trong sự giao tiếp. Sự nhận thức của 2 chủ thể càng giống nhau bao nhiêu càng tạo ra sự hiệu quả trong giao tiếp bấy nhiêu .

Thời gian không hợp: thời gian là một vũ khí có hiệu quả nhất trong giao tiếp, không phải cứ lúc nào việc giao tiếp cũng có thể tiến hành một cách xuôi sẻ... mà cũng cần có nhiều yếu tố là động cơ để quá trình giao tiếp diễn ra một cách tốt đẹp. Trong đó thời gian là vũ khí lợi hại nhất .Khi đứng trước một người đang buồn đau bởi sự ra đi của một ai đó mà lại kể cho họ một câu chuyện đùa cợt là một sự vô duyên .Khi đứng trước một con người đang bức tức thì mọi chuyện không muốn giải quyết, mọi thông tin truyền đạt đến để cho họ biết cũng bằng thừa .

Quá tải thông tin: đầu óc chúng ta có hàng triệu hàng tỉ các nơron thần kinh, nhưng chẳng phải nơron nào cũng sẵn sàng phục tùng chúng ta. quá

trình thu nhận thông tin của chúng ta là không giới hạn nhưng bị giới hạn về nhịp độ, tốc độ và cường độ thông tin đến. Người ta đã thấy rằng học sinh chỉ nhớ được 48% nội dung buổi học sau 1h và chỉ 28% sau 2 ngày. Như vậy là trong não chúng ta luôn thường trực sự quên. Khi phải tiếp nhận và tiếp thu thông tin có cùng độ lớn, não bộ sẵn sàng dập tắt thông tin trước đó ưu tiếp thông tin tiếp theo. Khi neuron phải hoạt động liên tục chúng cũng biết mệt mỏi và cũng có quá trình sơ cứng trước việc phải tiếp nhận liên tục các kích thích quá nhiều Quá tải thông tin không tạo ra điểm nhấn cần thiết trong não bộ trong khoảng thời gian nhất định. Khiến thất bại trong giao tiếp là điều tất yếu .

1.2 ứng xử

1.2.1. Khái niệm về ứng xử

Từ lâu, vấn đề ứng xử trong quan hệ người - người trong xã hội được nhiều nhà tâm lí học quan tâm. Để có được thành công trong quan hệ người - người, các nhà tâm lý học cho rằng mỗi chúng ta cần phải có sự khéo léo ứng xử.

Trong cuốn "Tâm lý học ứng xử" của tác giả Lê Thị Bùng nêu lên định nghĩa về ứng xử: “Ứng xử là phản ứng của con người đối với sự tác động của người khác đến mình trong một tình huống cụ thể nhất định. Nó thể hiện ở chỗ con người không chủ động trong giao tiếp mà chủ động trong phản ứng có sự lựa chọn, có tính toán, thể hiện qua thái độ, hành vi, cử chỉ, cách nói năng - tùy thuộc vào tri thức, kinh nghiệm và nhân cách của mỗi người nhằm đạt kết quả giao tiếp cao nhất”.

Ứng xử, giao tiếp là hành động không thể thiếu trong cuộc sống hằng ngày, rất quan trọng vì nó sẽ quyết định thành công hay thất bại trong công việc, cũng như thông qua đó, sẽ đánh giá một phần về phẩm chất của con người.

1.2.2. Nguyên tắc ứng xử:

Hãy tiếp cận với con người ở góc độ không tốt, không xấu:

Không có ai là người hoàn toàn xấu cả. Khi đánh giá con người cụ thể chúng ta thường bị những cách nhìn tĩnh tại, xơ cứng, bị định kiến che lấp, ít

khi tách ra được dù chỉ là tương đối đầy đủ những ưu điểm, nhược điểm của họ và lại càng không xác định được giới hạn, hoàn cảnh, diễn biến có thể có của những ưu điểm và nhược điểm đó. Con người cũng dễ bị chi phối bởi qui luật cảm xúc "Yêu nên tốt, ghét nên xấu". Kết quả là dễ mắc sai lầm trong giao tiếp. Do vậy, nguyên tắc đầu tiên trong nghệ thuật ứng xử là hãy tiếp cận với con người ở góc độ không tốt, không xấu.

Ở nguyên tắc này, mỗi người có thể tự tìm cho mình một cách ứng xử thành công, ta tạm chia thành các bước sau:

Bước 1: Hãy thừa nhận (chấp nhận).

Bước 2: Biết lắng nghe ý kiến, tìm ra chỗ mạnh, chỗ yếu của người. Thấy cái mạnh, lợi thế của ta (cái ta có mà người không có).

Bước 3: Tạo ra sự đồng cảm, gây niềm tin (hiểu biết lẫn nhau, gây sự tin tưởng).

Bước 4: Tìm điểm chung, mỗi bên đều thấy được cái lợi, cái vui và cách cộng tác, tương lai của sự cộng tác đó.

Bước 5: Tạo dư luận ủng hộ, xây dựng mối quan hệ thân tình.

Lường mọi điều, tính đến mọi khả năng với nhiều phương án:

Nếu trong mỗi con người đều có những giá trị dương (+), những đức tính tốt, những mặt mạnh, những ưu điểm... và có cả những giá trị âm (-), những tính xấu, những mặt yếu, những khuyết điểm... thì với người này có thể tới 90 dương, có 10 âm hoặc ở người khác có thể đạt 99 dương chỉ có 1 âm. Vấn đề là ở chỗ cần phải biết nhìn ra "dấu cộng" trong cả khối "dấu trừ" và phát hiện kịp thời "dấu trừ" trong "vô khối dấu cộng" để có thể dự đoán được tác động có hại của mặt trái "dấu trừ" mà khởi thủy của nó chỉ là một chấm nhỏ rất mờ nhạt trong cả khối "dấu cộng".

Điều quan trọng hơn trong phép ứng xử là tìm ra những chất xúc tác để kích thích phản ứng đổi dấu tích cực xảy ra theo hướng 1 (+) trở thành n (+) và n (-) giảm xuống còn 1 (-).

Nắm bắt nghệ thuật theo nhu cầu:

Điều khó nhất trong giao tiếp ứng xử là đối tượng thờ ơ, không có nhu cầu. Bạn sẽ ứng xử như thế nào khi đối tượng không muốn nói chuyện, không muốn nghe bạn can ngăn, không muốn hợp tác với bạn v.v...

- Hãy gợi trí tò mò hoặc cho họ thấy cái lợi, cái vui mà bạn đang có, còn người ấy đang thiếu, đang cần.

- Chỉ cho họ, bằng cách nào đó, thấy tia hy vọng vào kết quả, gây thiện cảm, tạo sự tin tưởng.

- Giao trách nhiệm một cách công khai, tạo ra tình huống chỉ có tiến chứ không có lùi, ràng buộc bằng những sợi dây vô hình về quan hệ nào đó đã được hình thành.

- Gây niềm say mê, tìm được ý nghĩa trong cuộc sống, công việc đang tiến hành.

- Cùng cố niềm tin, thuyết phục về một kết cục tốt đẹp.

- Phải tạo ra sự an toàn, biết cách chống đỡ dư luận, tạo dư luận mới ủng hộ.

- Tính đến nhiều phương án, chọn phương án hợp với mình nhất, có thể tạo ra những vấp ngã nhỏ để luyện tập bản lĩnh, chủ động đề phòng tính tự kiêu. Trong những trường hợp cụ thể đòi hỏi mọi người phải biết ứng biến và điều quan trọng hơn là hãy tìm cho được sơ đồ đi tới thành công riêng của mình.

1.2.3. Một số cách ứng xử:

Thủ thuật "ném đá thăm đường":

Có lẽ trước tiên nên bắt đầu vào đề từ cùng một hứng thú. Chẳng hạn, có thể từ một bức tranh, một bản nhạc, một ca khúc mới được mọi người yêu thích, hay một bộ phim mới, một quyển sách mới, một một quân áo mới... những cái đối phương biết rõ và có phản ứng tích cực. Hoặc có thể từ một điểm chung nào đó về học tập, việc làm... Bắt đầu từ những câu chuyện không quan trọng lắm để làm mất đi sự căng thẳng và ngăn cách giữa hai người và

qua đó bạn có thể hiểu thêm về người bạn mà ta muốn gần gũi (những sở thích, thói quen, cá tính...) có một sơ đồ giao tiếp sau đây:

Giai đoạn trước khi giao tiếp:

- Xác định mục đích, làm quen đối tượng và gây ấn tượng tốt
- Đánh giá đối tượng, hoàn cảnh:
Sở thích, thói quen, cá tính.
Thời gian, không gian cuộc gặp.
- Lựa chọn phương án ứng xử:
Làm quen cho hợp lý, tế nhị.
Ngôn ngữ, cử chỉ dễ cảm mến.
Văn phong gần gũi, không quá trịnh trọng nhưng cũng không suồng sã.
Tính trước những tình huống bất ngờ có thể xảy ra để ứng xử nhanh.

Giai đoạn giao tiếp:

- *Nên:*

Phá bầu không khí xa lạ bằng việc hỏi han hoặc những câu nói đùa.
Tìm chủ đề chung, ít chạm đến quan điểm cá nhân
Nói ít về mình. Chú ý quan sát cử chỉ, điệu bộ, nét mặt của đối phương
Giới hạn cuộc giao tiếp trong phạm vi vừa đủ, dừng đúng lúc
Nêu ra những câu hỏi thăm dò, chủ động gợi chuyện.
Tự tin.

- *Không nên:*

Vội vã đi vào vấn đề chính.
Đặt những câu hỏi liên quan nhiều đến cá nhân.
Nói nhiều về mình, độc bầu tâm sự, nói thẳng về mình khi đối phương đặt
Những câu hỏi thăm dò.
Chuyện lan man, kéo dài cuộc giao tiếp.
Khích bác hoặc công kích nói xấu một ai đó.
Rụt rè, lảng tránh, ấp úng.

Tình huống cần đối đáp mềm mỏng, ý nghĩa sâu xa:

Dân gian có câu:

*"Lời nói chẳng mất tiền mua
Lựa lời mà nói cho vừa lòng nhau"*

Đối với nhiều ý kiến phê bình, phản đối của đối phương, không nên đáp lại bằng những lời nói hằn học, nặng nề mà nhiều khi nên dùng lời nói nhẹ nhàng nhưng chứa đựng những ý nghĩa sâu xa.

Tình huống phải chuyển bại thành thắng:

Trong cuộc sống đời thường, nhiều khi ta bị đẩy vào tình huống bất lợi, có nguy cơ thất bại, lúc đó đòi hỏi phải bình tĩnh, suy nghĩ ngay đến những hậu quả xấu nhất có thể xảy ra (chuẩn bị tâm thế sẵn sàng chấp nhận). Tìm xem có cách gì để hạn chế mức thấp nhất những tác hại (ví dụ: điều gì đã đẩy ta vào tình thế bất lợi, có cách nào tạo được kế hoãn binh có vẻ ít liên quan, nhưng nếu được "địch thủ" sẵn sàng chấp nhận thì chính điều có vẻ không liên quan đó có thể thay đổi tình thế...).

Tình huống dùng hài hước:

"Khi bạn nổi cáu ta hãy đùa lại một câu"

(Laphôngten).

Hài hước là một nhân tố cực kỳ quan trọng trong ngôn ngữ giao tiếp. Đó là "chiếc van an toàn" cho mọi cuộc xung đột, là chìa khóa để mở "cánh cửa lòng". Lời đối đáp khôn ngoan, thông minh, dùng ngôn ngữ hài hước để phê phán thường mang lại hiệu quả lớn hơn nhiều. Bởi thế khi kể một câu chuyện cười hoặc một lời đối đáp có nội dung, cách nói hài hước thường làm cho không khí vui nhộn, điều tiết được tình cảm, nhắc khéo người khác mà không làm họ bức mình. Tất nhiên cũng không nên lạm dụng nó.

Quy luật phổ biến của truyện hài hước là mở đầu dẫn dắt và hình thành làm cho người ta nghi vấn. Người kể nên có ngữ điệu bình thường, sau đó tăng thêm tình tiết nghi hoặc và giải quyết bất ngờ.

Tình huống phải đi thẳng vào vấn đề khi cần thiết:

Trong cuộc sống có trường hợp không thể quanh co, bóng gió, tế nhị mà phải bày tỏ quan điểm, thái độ của mình một cách thẳng thắn, kiên quyết. Lúc đó phải đi thẳng vào thẳng nội dung chính của vấn đề để biểu hiện ý chí và lòng tin ở bản thân. Đối với những vấn đề then chốt không nên tỏ ra quá cân nhắc, đắn đo làm cho người nghe cảm thấy thiếu tin tưởng, do dự. Tất nhiên để nói bằng cách này cần phải suy nghĩ, cân nhắc thật kỹ càng.

Tình huống nói ẩn ý bằng ngụ ngôn:

Trong giao tiếp, khi cảm thấy khó thuyết phục người khác bằng lý lẽ trực tiếp hoặc cảm thấy dễ bị phản ứng, không tiện nói thẳng ra, thì người ta thường dùng phương pháp ẩn ý bằng ngụ ngôn. Tức là chọn những câu chuyện ngụ ngôn có nội dung ẩn ý bên trong phù hợp với mục đích khuyên răn, thuyết phục của mình để kể cho đối phương nghe.

Cái lợi của phương pháp này là người nghe phải suy nghĩ mới hiểu hết cái ẩn ý bên trong đó. Bản thân câu chuyện sẽ đưa ra những lời khuyên sâu sắc chứ không phải người kể chuyện, do đó không có lý do để nổi khùng, tự ái hoặc mặc cảm.

Tuy nhiên để dùng phương pháp này có hiệu quả, người dùng phương pháp này phải am hiểu câu chuyện phù hợp với trình độ người nghe, nếu người nghe không hiểu gì cả, sẽ không có tác dụng.

Tình huống phản bác khéo những yêu cầu vô lý ở người khác:

Cũng có lúc bạn gặp những người khăng khăng đưa ra cho bạn những đòi hỏi vô lý không thể thực hiện được. Trước những tình huống đó nhiều khi ta không thể bác bỏ thẳng thừng vì chạm lòng tự ái hoặc người không thỏa mãn với ta rồi tiếp tục quấy rối nữa và cách đó cũng chưa làm cho người tự nhận thấy được những đòi hỏi của họ là vô lý.

Vậy ta sẽ xử lý thế nào trong trường hợp đó? Tốt nhất là hãy thừa nhận đã, sau đó khéo léo chỉ ra sự vô lý hoặc điều không thể thực hiện được. Cũng

có thể cảnh tỉnh người đó bằng việc chỉ ra những điều bất lợi, sự nguy hiểm nếu người đó cứ giữ nguyên ý kiến, nhắm mắt hành động. Chú ý ngôn ngữ không nên gay gắt nhưng tỏ ra cương quyết.

Tình huống thừa nhận trước để chuyển hướng sau:

Nếu khi bạn không đồng ý với ý kiến của đối phương thì bạn sẽ xử sự như thế nào? Việc thuyết phục để đối phương nghe theo mình, có nghĩa là chấp nhận ý kiến của mình cũng đòi hỏi phải có một nghệ thuật nhất định.

Bạn không nên phản đối và phê phán các ý kiến của đối phương. Bạn hãy tiếp thu ý kiến của họ, biểu thị thái độ đồng cảm ở mức độ nào đó để có thể làm giảm được sự cứng nhắc của đối phương, khiến họ bằng lòng nghe ý kiến của bạn. Song phải nắm vững nguyên tắc không được tỏ thái độ của mình ngang bằng với đối phương để tiếp sau đó dùng lời mà chuyển hướng, thay đổi cách nhìn nhận của đối phương, làm họ bằng lòng tiếp thu ý kiến của bạn.

Tình huống cần bạn đồng minh:

Khi tranh luận trước nhiều người cần thể hiện quan điểm, bạn nên chú ý đầy đủ đến thái độ của những người xung quanh, cần động viên được nhiều người nghe và ủng hộ quan điểm của mình. Nếu người nghe ủng hộ ta, đồng tình với quan điểm của ta đang trình bày, sẽ tạo thành một sức mạnh to lớn, một sức ép tinh thần làm đối phương không phản kích lại được.

Chẳng hạn khi đang xếp hàng có người chen ngang, bạn lợi dụng thái độ của số đông mọi người xung quanh để gạt người đó ra khỏi hàng là hợp lý nhất.

Tình huống không nhượng bộ khi mình có lý trong tranh luận:

Trong quan hệ giữa người với người, tranh luận là một điều hết sức bình thường và không thể tránh được. Không có tranh luận, điều phải trái không được phân định. Không thể coi tranh luận là một thói xấu mà hạn chế nó. Song tranh luận có thể dẫn đến sự không thoải mái hoặc đôi khi xung đột. Tranh luận có phương pháp sẽ đem lại kết quả tốt là điều chúng ta cần chú ý học hỏi. *Một là*, khi tranh luận nên có thái độ thật công bằng, đừng làm tổn

thương đến lòng tự ái của người kia. Sự phê phán, bình phẩm người khác không thể quá một giới hạn nhất định, nếu không có thể làm tăng thêm mâu thuẫn vốn có. *Hai là*, giọng nói phải mềm mỏng, thật lòng. Trong tranh luận phải tỏ ra tôn trọng nhau, làm sao cho người cùng tranh luận tin rằng tranh luận thật là có ích. Trong tranh luận nhiều khi người thắng không hẳn đã là nhiều lý lẽ biết hùng biện, mà có thể là người có thái độ đúng mực và chân thực nhất. *Ba là*, tranh luận phải có mục đích rõ ràng. Tranh luận nên xoay quanh những điều cần giải quyết.

Tình huống cần thuyết phục bằng hành động:

*"Mọi lý thuyết đều màu xám
Còn cây đời mãi mãi xanh tươi*

(Got)

Trong giao tiếp, khi cảm thấy khó thuyết phục người khác nghe ý kiến của mình bằng lời nói, bạn có thể dùng hành động để thuyết phục. Thuyết phục bằng hành động thường hiệu quả lớn nhất. Thông qua việc làm, hành động cụ thể, ta có thể làm cho đối phương thay đổi cách nghĩ, tình cảm, thái độ, chấp nhận ý kiến của ta.

1.2.4. Những điều nên tránh trong giao tiếp ứng xử:

1. Nói nửa chừng rồi dừng lại hoặc cướp lời người đang nói, làm nhiều thứ tự hoặc luồng suy nghĩ của người đó.
2. Không nói rõ và giải thích đầy đủ làm người nghe cảm thấy đột ngột, khó hiểu đề tài nói chuyện của bạn. Không nên đưa những trọng tâm, những khái quát làm người tiếp chuyện khó theo dõi mạch chuyện.
3. Nói sai đề tài, không quan tâm đến điều mình nói.
4. Nói thao thao bất tuyệt, không ngừng nêu các câu hỏi làm người tiếp chuyện có cảm giác mình yêu cầu hơi nhiều quá.
5. Không trả lời thẳng vào câu hỏi mà người khác nêu ra, quanh co, dài dòng, gây nên cảm giác không trung thực cho người hỏi.
6. Tự cho rằng mọi điều mình đều biết cả.

7. Làm ra vẻ hiểu biết sâu rộng.
8. Phát triển câu chuyện không tập trung vào chủ đề chính làm cho người tiếp chuyện cảm thấy nhàm chán.
9. Ngắt bỏ hứng thú nói chuyện của người khác để ép người đó phải chuyển sang nói về đề tài mà bạn thích.
10. Thì thào với một vài người trong đám đông.
11. Dùng ngôn ngữ quá bóng bẩy.
12. Chêm những câu tiếng nước ngoài trong câu nói của mình một cách tùy tiện.
13. Đột ngột cao giọng.
14. Dùng những lời quá suông sã với mức độ quan hệ.
15. Dùng những từ đệm không cần thiết.
16. Nói với giọng khích bác, chạm vào lòng tự ái của người.

1.2.5. Các đặc trưng giao tiếp ứng xử cơ bản của người Việt Nam

Trong giao tiếp bản chất của con người được bộc lộ. Trước hết xét về thái độ đối với giao tiếp, có thể thấy đặc điểm của người Việt Nam vừa thích giao tiếp lại vừa rụt rè.

Người Việt Nam nông nghiệp sống phụ thuộc vào nhau và rất coi trọng vào việc giữ gìn các mối quan hệ tốt với các thành viên trong cộng đồng, chính tính cộng đồng này là nguyên nhân khiến người Việt Nam đặc biệt việc coi trọng việc giao tiếp, do vậy họ rất thích giao tiếp. Việc giao tiếp này thể hiện chủ yếu ở hai góc độ:

Từ góc độ chủ thể giao tiếp, thì người Việt Nam có tính thích thăm viếng. Thăm viếng không còn là nhu cầu công việc như ở phương Tây mà là biểu hiện của tình cảm, tình nghĩa, có tác dụng thắt chặt thêm mối quan hệ.

Với đối tượng giao tiếp, thì người Việt Nam có tính hiếu khách: "Khách đến nhà chẳng gà thì gỏi", bởi lẽ "Đói năm không ai đói bữa".

Đồng thời với việc thích giao tiếp, người Việt Nam lại rất rụt rè. Sự tồn tại đồng thời của hai tính cách trái ngược nhau này bắt nguồn từ hai thuộc tính

cơ bản của làng xã Việt Nam là tính cộng đồng và tính tự trị: khi đang ở trong phạm vi cộng đồng quen thuộc, nơi tính cộng đồng ngự trị thì người Việt Nam tỏ ra xởi lởi, thích giao tiếp. Còn khi ở ngoài cộng đồng, trước những người xa lạ, nơi tính tự trị phát huy tác dụng, thì người Việt Nam tỏ ra rụt rè. Hai tính cách tưởng như trái ngược nhau ấy không hề mâu thuẫn với nhau vì chúng bộc lộ trong những môi trường khác nhau, chúng chính là hai mặt của cùng một bản chất. Là biểu hiện cho cách ứng xử linh hoạt của người Việt Nam.

Xét về quan hệ giao tiếp, văn hóa nông nghiệp với đặc điểm trọng tình đã dẫn người Việt Nam người Việt Nam tới chỗ lấy tình cảm làm nguyên tắc ứng xử: “Yêu nhau yêu cả đường đi, ghét nhau ghét tông ty họ hàng”; “Yêu nhau sáu bỏ làm ba, ghét nhau cau sáu bỏ ra làm mười”; “Yêu nhau chín bỏ làm mười”.

Người Việt Nam sống có lí nhưng vẫn thiên về cái tình hơn: "Một bồ cái lý không bằng một tí cái tình.". Người Việt Nam còn coi trọng tình cảm hơn mọi thứ ở đời. Ai giúp mình một chút đều phải nhớ ơn, ai bảo ban mình một chút đều tôn nên làm thầy.

Với đối tượng giao tiếp, người Việt Nam có thói quen ưa tìm hiểu, quan sát, đánh giá. Do tính cộng đồng, người Việt Nam tự thấy có trách nhiệm quan tâm đến người khác, mà muốn quan tâm đến người khác thì phải hiểu rõ được hoàn cảnh của họ. Mặt khác, do lối sống trọng tình cảm, mỗi cặp giao tiếp có những cách xưng hô riêng: “Tùy mặt gửi lời, tùy người gửi của”; “Chọn mặt gửi vàng”. Khi không được lựa chọn thì người Việt dùng chiến lược thích ứng một cách linh hoạt: “Ở bầu thì tròn, ở ống thì dài”; “Đi với bụi mặc áo cà sa, đi với ma mặc áo giấy”.

Dưới góc độ giao tiếp, người Việt trọng danh dự: “Tốt danh hơn lành áo”; “Đói cho sạch rách cho thơm”; “Trâu chết để da, người ta chết để tiếng”. Danh dự gắn với năng lực giao tiếp: Lời hay nói ra để lại dấu vết, tạo thành tiếng tăm, lời dở truyền đến tai nhiều người, tạo nên tai tiếng.

Chính vì coi trọng danh dự nên người Việt Nam mắc bệnh sĩ diện: "Ồ đời muôn sự của chung, hơn nhau một tiếng anh hùng mà thôi"; "Đem chuông đi đấm nước người, không kêu cũng đấm ba hồi lấy danh"; "Một quan tiền công không bằng một đồng tiền thưởng"; "Một miếng giữa làng, bằng một sàng xó bếp". Lối sống danh dự dẫn đến cơ chế tin đồn, tạo nên dư luận như một vũ khí bậc nhất của cộng đồng để duy trì sự ổn định của làng xã. Người Việt nam sợ dư luận tới mức họ chỉ dám lựa theo dư luận mà sống chứ không ai dám dấn lên dư luận mà đi theo ý mình.

Về cách thức giao tiếp, Người Việt nam ưa sự ý tứ, tế nhị và trọng sự hòa thuận.

Tình tế khiến người Việt Nam có thói quen giao tiếp "Vòng vo tam quốc", không bao giờ mở đầu trực tiếp, đi thẳng vào vấn đề như người phương Tây. Truyền thống của người Việt Nam khi bắt đầu giao tiếp là phải "Vấn xá cầu điền", hỏi thăm nhà cửa ruộng vườn. Cũng để đưa đẩy tạo không khí là truyền thống "Miếng trầu là đầu câu chuyện".

Lối giao tiếp vòng vo kết hợp với nhu cầu tìm hiểu về đối tượng giao tiếp tạo ra ở người Việt Nam thói quen chào hỏi, chào đi liền với hỏi: Bác đi đâu đấy, cụ đi đâu đấy? Hỏi ở đây là một thói quen, hỏi mà không cần nghe trả lời và hoàn toàn hài lòng với những câu trả lời: tôi đi đằng này một tí hoặc trả lời bằng câu hỏi lại: Cụ đang làm gì đấy? hay Vâng! bác đi đâu đấy?

Lối giao tiếp ưa tế nhị, ý tứ là sản phẩm của lối sống trọng tình và lối tư duy trong các mối quan hệ. Nó tạo nên thói quen dẫn đo cân nhắc kỹ càng khi nói năng: "Ăn có nhai, nói có nghĩ"; "Chó ba năm mới nằm, người ba năm mới nói"; "Biết thì thưa thốt không biết thì dựa cột mà nghe"; "Người khôn ăn nói nửa chừng, để cho người dại nửa mừng nửa lo"... Chính sự dẫn đo này khiến người Việt Nam có nhược điểm là thiếu quyết đoán. Để tránh được phải quyết đoán, và đồng thời giữ được sự hòa thuận, không làm mất lòng ai, người Việt rất hay cười. Nụ cười là một bộ phận quan trọng trong thói quen

giao tiếp của người Việt. Người ta có thể gặp nụ cười Việt Nam vào cả những lúc ít chờ đợi nhất.

Tâm lý hòa thuận khiến người Việt Nam luôn chủ trương nhường nhịn: “Một sự nhịn là chín sự lành”; “Chồng giận thì vợ bớt lời, cơm sôi bớt lửa biết đời nào khê”...

Người Việt có hệ thống nghi thức lời nói rất phong phú:

Đó là sự hệ thống trong cách xưng hô. Trong khi các ngôn ngữ phương Tây và Trung Hoa chỉ sử dụng các đại từ nhân xưng thì tiếng Việt còn sử dụng một lượng lớn các danh từ chỉ quan hệ họ hàng để xưng hô, và những danh từ thân tộc này có xu hướng lấn át các đại từ nhân xưng. Hệ thống xưng hô này có các đặc điểm: *thứ nhất*, có tính thân mật hóa (trọng tình cảm), coi mọi người trong cộng đồng như họ hàng của mình. *Thứ hai*, có tính chất cộng đồng hóa cao- trong hệ thống này, không có những từ xưng hô chung chung mà phụ thuộc vào tuổi tác, địa vị xã hội, thời gian, không gian giao tiếp cụ thể: “Chú khi ni, mi khi khác”. Cùng là hai người, nhưng cách xưng hô đồng thời tổng hợp được hai quan hệ khác nhau: chú - con; ông - con; bác - em; anh-tôi... Lối gọi nhau bằng tên con, cháu, tên chồng; bằng thứ tự sinh (Cả, Hai, Ba, Tư). Thứ ba thể hiện tính tôn ti kỹ lưỡng: người Việt Nam xưng hô theo nguyên tắc xưng hô tôn nghĩa là gọi mình thì khiêm nhường còn đối tượng giao tiếp thì tôn kính. Cùng một cặp giao tiếp nhưng cũng có khi cả hai đều cùng xưng hô là em và cùng gọi nhau là chị. Việc đề cao, tôn trọng lẫn nhau dẫn tới tục kiêng tên riêng: xưa kia chỉ gọi đến tên riêng khi chửi nhau; đặt tên con không được trùng với tên của những người bề trên trong gia đình, gia tộc cũng như ngoài xã hội. Vì vậy người Việt Nam có tục “Nhập gia vấn húy”.

Nghi thức trong cách nói lịch sự cũng rất phong phú. Do truyền thống tình cảm và linh hoạt nên người Việt Nam không có một từ cảm ơn, xin lỗi chung cho mọi trường hợp như ở phương Tây. Với mỗi trường hợp có thể có một cách cảm ơn, xin lỗi khác nhau: Con xin chú (cảm ơn khi nhận được

quà), Chị chu đáo quá (cảm ơn khi được quan tâm), Bác bày vẽ quá (cảm ơn khi được đón tiếp), Cháu được như ngày hôm nay là nhờ cô đấy (cảm ơn khi được giúp đỡ)...

Văn hóa nông nghiệp ưa ổn định, sống chú trọng đến không gian, nên người Việt nam phân biệt kỹ các lời chào theo quan hệ xã hội và sắc thái tình cảm. Trong khi đó, văn hóa phương Tây ưa hoạt động lại phân biệt kỹ các lời chào gặp mặt, chào chia tay, chào buổi sáng, buổi trưa, buổi chiều, buổi tối....

1.3. Hoạt động giao tiếp ứng xử trong kinh doanh lễ hành

Hàng ngày, chúng ta phải giao tiếp với bạn bè, người thân, đồng nghiệp.... Trong những hoàn cảnh, tình huống khác nhau, vì mục đích có thể là trao đổi thông tin, lĩnh hội, tiếp thu kiến thức, các mối quan hệ trong kinh doanh. Trong quá trình giao tiếp này, lời nói, cử chỉ có thể tạo ra một ấn tượng đẹp, một sự tin cậy, một sự cảm xúc, nhưng cũng có thể làm mất lòng nhau, làm tổn thương tới đối tượng, tới đàm phán, ký kết một hợp đồng trong kinh doanh.

Giao tiếp trong kinh doanh là một vấn đề có ý nghĩa thực tiễn rất lớn, bởi giao tiếp đóng một vai trò rất quan trọng trong hình thành tính cách con người, là điều kiện để thực hiện các hoạt động trong sản xuất kinh doanh, là sự hết lòng của các đồng sự tạo ra bầu không khí đoàn kết, cởi mở là điều quan trọng trong công tác quản trị nhân sự.

Sự thành công của chúng ta phụ thuộc rất nhiều vào khả năng giao tiếp của bản thân, bởi giao tiếp là khả năng, kỹ xảo, là nghệ thuật.

1.3.1 Khái niệm về lễ hành và kinh doanh lễ hành

Lễ hành là việc xây dựng, bán, tổ chức thực hiện một phần hoặc toàn bộ chương trình du cho khách du lịch.

Kinh doanh lễ hành nội địa: là việc xây dựng, bán, và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch cho khách du lịch nội địa và phải có đủ các điều kiện.

Kinh doanh lữ hành quốc tế: là việc xây dựng, bán, và tổ chức thực hiện các chương trình du lịch cho khách du lịch quốc tế và phải có đủ các điều kiện.

Khái niệm về doanh nghiệp lữ hành: là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở ổn định, được đăng ký kinh doanh theo qui định của pháp luật nhằm mục đích lợi nhuận thông qua việc tổ chức, thực hiện và bán chương trình du lịch cho khách du lịch. Ngoài ra doanh nghiệp lữ hành còn có thể tiến hành các hoạt động trung gian bán sản phẩm của các nhà cung cấp dịch vụ hoặc thực hiện các hoạt động kinh doanh tổng hợp khác đảm bảo phục vụ các nhu cầu du lịch của khách từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng.

1.3.2 Vai trò của giao tiếp ứng xử trong kinh doanh lữ hành

Giao tiếp ứng xử trong kinh doanh có thể được hiểu là: tất cả các cố gắng trực tiếp hay gián tiếp, thông qua hiểu biết, nghệ thuật và hành vi ứng xử áp dụng các biện pháp tiếp cận thúc đẩy, thuyết phục khách hàng và đối tác nhằm đạt được mục đích kinh doanh trong sự kết hợp hài hòa các lợi ích.

Từ đây chúng tôi muốn nói đến vai trò của văn hóa kinh doanh - không chỉ là sự giao lưu, ứng xử trực tiếp với các đối tác và khách hàng mà còn là sự thúc đẩy tiềm năng, tự thân và tự giác xuyên suốt trong quá trình sản xuất kinh doanh.

Ngày nay, trước sự phát triển như vũ bão về mọi mặt của đời sống xã hội thì vai trò của giao tiếp ứng xử càng đặc biệt quan trọng. Đó là nhân tố không thể thiếu, là chìa khóa thành công đối với mỗi người, mỗi doanh nghiệp.

Trong giai đoạn hiện nay, con người ngày càng có những bước tiến vĩ đại thông qua những phát minh nhằm thay thế sức lao động chân tay của con người. Do vậy con người có nhiều thời gian rảnh rỗi hơn, họ bắt đầu quan tâm đến việc đi du lịch, vui chơi, giải trí. Cũng bởi vậy, mà nhiều doanh nghiệp lữ hành liên tiếp mọc lên và sự tồn tại của các doanh nghiệp này là nhờ vào thương hiệu, chất lượng phục vụ, khả năng cung ứng làm thỏa mãn nhu cầu của khách.

Một doanh nghiệp lễ hành có thể làm hài lòng khách về nhiều mặt, nhưng thái độ ân cần thờ ơ, không nhiệt tình thì chắc chắn khách sẽ không hài lòng.

Hơn nữa, thái độ phục vụ ân cần chu đáo, lịch sự của người phục vụ cũng là một hình thức quảng cáo hiệu quả, bởi khách sẽ đánh giá về doanh nghiệp qua sự hài lòng của mình.

Như vậy, giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách là một điều vô cùng quan trọng. Điều đó ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng và uy tín của doanh nghiệp.

1.3.3. Nguyên tắc giao tiếp trong kinh doanh lễ hành

Không có nguyên tắc giao tiếp nào bất biến, mà phải tùy vào từng trường hợp. Trong phần dưới đây là một số nguyên tắc “Đặc nhân tâm thường dùng trong giao tiếp kinh doanh lễ hành”:

Lắng nghe

Lắng nghe ý kiến của người khác, điều này giúp chúng ta cải thiện dịch vụ... của chúng ta trong tương lai.

Mọi người thường có ấn tượng không tốt với những ai chỉ biết giải quyết các lời phàn nàn mà không thực sự lắng nghe những gì họ nói.

Khi bạn thực sự lắng nghe du khách, một cảm giác thoải mái, dễ chịu sẽ xuất hiện trong lòng mỗi du khách - bởi vì sự lắng nghe chân thành là khá hiếm hoi, thậm chí ngay cả khi bạn ở nhà và ở giữa những người thân.

Lắng nghe tạo cho khách thấy bạn tôn trọng, đánh giá cao họ và quan tâm đến họ.

Xin nhắc lại tên của ông/bà và đề nghị cho biết vấn đề. Câu nói này cho thấy, bạn không lắng nghe, đồng thời chọc tức thêm người vốn đã có chuyện không hài lòng.

Nhớ tên khách hàng

Xưng tên cá nhân là một trong những âm thanh ngọt ngào nhất mà khách hàng muốn được nghe từ bạn.

Việc xưng hô bằng tên riêng trong cuộc nói chuyện với khách sẽ cho thấy bạn nhìn nhận họ với tư cách một cá nhân nói riêng chứ không phải đối tượng khách chung chung, qua đó thể hiện sự tôn trọng của bạn với khách.

Hãy dùng tên riêng của họ khi bạn nói lời chào hỏi, cảm ơn, tạm biệt.. để làm cho bầu không khí trở nên nhẹ nhàng, thân thiện hơn.

Tuy nhiên, bạn đừng sử dụng tên riêng của khách hàng một cách quá thường xuyên, bởi vì nó có thể khiến khách hàng khó chịu, hãy sử dụng vào lúc đầu và lúc kết thúc cuộc hội thoại.

Nụ cười từ trái tim của bạn.

Duy trì dịch vụ du khách với nụ cười trên khuôn mặt dường như là cái gì đó hơi rập khuôn. Tuy nhiên nếu bạn muốn khách yêu thích dịch vụ của bạn, hãy thực hiện nó với một nụ cười chân thật.

Một nụ cười chân thật sẽ khiến du khách cảm thấy họ được chào đón, an tâm hơn và để lại trong lòng khách hàng một cảm giác nồng ấm.

Nụ cười có tác dụng to lớn như vậy, nhưng cười phải đúng lúc.

Hãy cho khách hàng biết, họ là người quan trọng

Họ biết rằng công ty bạn có rất nhiều khách hàng khác nhau, nhưng họ chỉ thực sự yêu quý nó nếu bạn khiến họ cảm thấy mình thực sự quan trọng với bạn.

Hỏi khách về những lời khuyên, khách nào cũng có sẵn những ý kiến cá nhân về cung cách làm việc của bạn và công ty bạn, và nếu họ được hỏi vào thời điểm thích hợp theo những cách thích hợp, đồng thời họ cảm thấy rằng bạn thực sự quan tâm đến câu trả lời, khách hàng sẽ đưa cho bạn lời khuyên đó.

Không nên tỏ ra sẵn sàng tranh luận, cướp lời, khẳng định hơn thiệt với khách hàng khi xảy ra những điều phàn nàn của khách. Việc cần thiết, và là nhiệm vụ của bạn là phải lắng nghe, cảm ơn và tìm cách khắc phục thiếu sót ngay sau đó nếu có thể.

Coi trọng ý kiến của khách hàng, đừng bao giờ nói họ lầm lẫn.

Hãy để cho họ nói thoả thích những cái mà họ muốn nói.

Tôn trọng khách hàng

"Tôi có thể giúp gì cho ông?" chứ không phải "ông muốn gì".

Luôn cười nói thật tâm chứ không đón khách bằng thái độ lạnh nhạt.

Giải đáp đầy đủ thắc mắc, khiếu nại của họ chứ không phải làm lơ.

Hãy luôn luôn phải giữ thể diện cho khách hàng.

Không phân biệt đối xử với khách hàng.

Quan tâm thực sự đến khách hàng.

Em/cháu... có thể giúp gì cho anh/chú...? Bạn muốn mang lại niềm vui cho khách hàng, chứ không phải bạn cho khách hàng một cái gì đó"

Việc này đi ngược lại chính sách của chúng tôi". Khách hàng không muốn giao dịch với những người quan liêu, cứng nhắc, nên người phục vụ cần nhã nhặn tìm hướng giải quyết linh hoạt trong chừng mực có thể. Hãy nhớ: "đừng để khách hàng thất vọng".

Đó không phải là công việc của tôi. Trong trường hợp này, nên nói: "Tôi biết người có thể giúp ông/bà giải quyết vấn đề này. Tôi sẽ giới thiệu ông/bà với người đó".

"Tôi chỉ làm việc ở đây thôi". Câu nói này đã cho biết nhân viên đó không có lòng nhiệt tình, hăng hái, quan tâm tới khách và nhân viên không sẵn lòng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

81% khách hàng từ bỏ nếu họ cảm thấy rằng đối phương không có thiện chí giúp đỡ hoặc không chú ý đến nhu cầu của khách hàng.

Giúp đỡ khách hàng nhiệt tình.

"Hãy để tôi giúp bạn một tay". Dù chỉ là giúp đỡ khách mang hàng ra xe hay đơn giản là mở cửa giúp người đang mang hàng nặng trên tay thì một thông điệp rõ ràng đó là bạn sẵn sàng giúp đỡ họ và ấn tượng này sẽ hằn sâu vào tâm trí khách hàng. Và tất nhiên, nó sẽ khiến họ quay trở lại với bạn vào lần sau.

Thông tin cho khách các dịch vụ khác mà khách quan tâm nếu bạn có thể.

Kiên định quan điểm

Không nên giở chiêu nào che chiêu ấy mà cần phải học cách nói lời của chính mình.

Nhưng cũng không được phản bác quan điểm của người khác mà đề xuất các phương án giải quyết hợp lý.

Đừng thích tranh biện

Cần bình tĩnh nói, tránh biến cuộc nói chuyện thành cuộc thi hùng biện.

Hiểu rõ thông điệp của người nói

Hãy nhớ rằng những gì người khác nói và những gì chúng ta nghe có thể hoàn toàn khác nhau. Mọi sự chất lọc, giả định, phê phán cũng như tin tưởng mang màu sắc cá nhân của chúng ta có thể sẽ bóp méo những gì chúng ta nghe được.

Bạn nên gọi lại hoặc tổng hợp lại những gì người khác nói để chắc chắn mình đang hiểu được vấn đề. Hãy nhắc lại những gì bạn cho rằng mình đang nghe được và hỏi "Tôi có hiểu đúng bạn không nhỉ?" Nếu bạn thấy mình bị động chạm bởi những gì người khác vừa nói thì hãy nói như vậy, sau đó hãy hỏi thêm để hiểu rõ vấn đề: "Có thể tôi không hiểu đúng ý bạn và đã cảm thấy bị xúc phạm bởi điều bạn vừa nói. Tôi cho rằng những gì bạn vừa nói có nghĩa là XXX; có đúng ý bạn là như vậy không?"

Khuyến người khác

Đừng đưa ra lời khuyên trừ phi người ta hỏi bạn. Điều này có thể sẽ rất khó thực hiện, nhất là khi chúng ta thấy rõ rằng ý tưởng của mình sẽ có lợi cho người đó.

Thay vì nói "Bạn nên làm thế này", bạn nên sử dụng một số cách nói khác thể hiện rõ sự tôn trọng của mình, ví dụ như "một cách khá khả thi là.." hoặc "có một cách đã giúp tôi trong trường hợp tương tự như thế này là X. Nếu bạn nghĩ nó sẽ giúp ích được cho bạn thì tôi rất vui lòng chia sẻ với bạn điều đó".

Hãy cố hiểu người khác

Bạn hãy tìm ra một điểm tương đồng thay vì chỉ chăm chăm vào sự khác biệt giữa bạn và người khác.

Điều gì có thể khiến cả hai người cùng thích thú, ví dụ như việc gỡ rối một vấn đề nào đó? Một cách để bắt đầu khám phá ra điểm tương đồng chính là việc chia sẻ các dự định thầm kín của mình, ví dụ như bạn có thể nói: "Dự định của tôi khi chia sẻ với bạn về điều này chính là để giúp bạn thành công trong dự án này".

1.3.4. Những nét chung của giao tiếp ứng xử trong kinh doanh lễ hành

Giao tiếp của nhân viên trong quá trình đón tiếp khách

Theo một nhà tâm lý học doanh nghiệp thì cái thiện cảm đầu tiên mà mình gây ra được nơi lòng người đó là chìa khóa thành công của mình sau này. Ấn tượng ban đầu là vô cùng quan trọng, chỉ một sơ suất nhỏ nào đó cũng đủ làm cho khách mất cảm tình, ngược lại hiểu biết tâm lý khách, giao tiếp khéo léo sẽ làm hài lòng khách ngay từ phút đầu gặp gỡ.

Khi đón tiếp khách, nhân viên phục vụ phải thể hiện được phép lịch sự trong giao tiếp, đó là những tiêu chuẩn để đánh giá phong cách giao tiếp của chủ thể. Phép lịch sự trong giao tiếp được thể hiện thông qua trang phục, cách chào hỏi, tư thế giao tiếp và ngôn ngữ khi giao tiếp.

Đón tiếp khách là một trong những chuẩn mực của phép lịch sự trong giao tiếp. Đón tiếp khách làm cho khách không thấy bối cảnh xa lạ, làm cho họ có cảm tưởng rằng mình đang đứng ở giữa những người thân thuộc.

Các thao tác khi đón tiếp khách:

Đi ngay tới chỗ khách mời chào họ trước. Tùy thuộc vào hoàn cảnh, vào đối tượng mà có cách chào phù hợp.

Ân cần, niềm nở với tất cả các khách.

Giữ nụ cười hồn nhiên, thành thật, làm cho khách thấy được tầm quan trọng của họ.

Lời chào hỏi rõ ràng, ngắn gọn, êm ái, ngọt ngào.

Nếu bắt tay khách thì phải nắm tay một cách chắc chắn, bắt tay bình tĩnh, lâu vừa phải, mắt nhìn vào mặt khách.

Nếu cần thiết gọi tên thì phải gọi đầy đủ.

Sau khi chào hỏi họ xong phải đón chờ xem ý khách thế nào.

Nếu khách chỉ xem qua cho biết, thì đừng sẵn đón quá làm họ e ngại.

Nếu đang phục vụ, có khách mới vào, xin lỗi tạm dừng một phút, đến chào khách bảo họ đợi một chút. Lưu ý phải nhanh chóng quay lại phục vụ người khách trước đó.

Đối với hướng dẫn viên, đón khách là một nhiệm vụ quan trọng. Hầu hết khách du lịch lần đầu gặp gỡ, tiếp xúc với hướng dẫn viên một cách trực tiếp. Ấn tượng của buổi gặp gỡ đầu tiên và làm quen này có ý nghĩa quan trọng đối với khách du lịch. Nó ảnh hưởng sâu sắc tới mối quan hệ giữa đoàn khách và hướng dẫn viên trong suốt chuyến đi. Vì lẽ đó hướng dẫn viên luôn thận trọng, linh hoạt trong ứng xử với đoàn khách. Có trường hợp khách du lịch chỉ biết đến công ty du lịch thông qua người đại diện duy nhất trong suốt chuyến đi là hướng dẫn viên của công ty đó.

Khi đón tiếp khách hướng dẫn viên cần có thái độ trang trọng, thân tình, lịch thiệp từ giọng nói đến gương mặt, ánh mắt, nụ cười biểu cảm, không đi đứng hấp tấp vội vàng, các cử chỉ cần chính xác, từ tốn.

Giao tiếp của nhân viên trong quá trình phục vụ khách

Giai đoạn này phản ánh mối quan hệ để thống nhất hành động nhằm kết thúc sự phục vụ. Đây là giai đoạn nhằm chuyển giao sản phẩm từ lĩnh vực sản xuất sang tiêu dùng du lịch.

Kinh doanh lễ hành là một trong những hoạt động chính của ngành du lịch và thực hiện những nhiệm vụ quan trọng của ngành. Kinh doanh lễ hành làm thỏa mãn nhu cầu tham quan, nghỉ ngơi một cách tích cực cho số đông khách. Hàng hóa dịch vụ trong hoạt động kinh doanh lễ hành không chỉ thuần

túy là những hàng hóa mang tính thương mại, mà bán hàng đòi hỏi phải có nghệ thuật giao tiếp khéo léo, thông minh để có thể hiểu và khai thác tâm lý khách hàng. Việc phục vụ tốt khách trong giai đoạn này sẽ thiết lập được quan hệ bền vững giữa khách với doanh nghiệp, tạo được ấn tượng tốt đẹp lâu dài cho khách và tạo được nguồn khách tiềm năng cho doanh nghiệp.

Khách du lịch bao gồm nhiều đối tượng, họ đa dạng phong phú về độ tuổi, nghề nghiệp, dân tộc. Đặc biệt họ có những thói quen, sở thích và phong tục tập quán khác nhau. Có những người khách dễ tính, nhưng cũng những người khách khó tính. Tuy nhiên dù là ai đi nữa thì họ cũng đều mong muốn mua được những sản phẩm, dịch vụ tốt nhất, phù hợp với mong đợi mà đồng tiền họ đã bỏ ra. Để làm tốt được điều đó đòi hỏi nhân viên trong doanh nghiệp phải có thái độ cư xử khéo léo, cởi mở, tôn trọng khách.

Bên cạnh đó nhân viên cần phải nắm chắc được các kỹ năng, nghiệp vụ cơ bản trong giao tiếp sau:

- Người phục vụ phải khơi dậy được nhu cầu và hướng dẫn nhu cầu của khách ở cấp độ khát vọng.
- Khi phục vụ luôn giữ nụ cười hồn nhiên và thái độ khéo léo, cởi mở với những câu hỏi mang tính khơi gợi, kích thích tính tò mò vốn có ở mỗi con người.
- Âm lượng, nhịp điệu nói, từ ngữ và cách diễn đạt khi trao đổi với khách du lịch cũng tạo cho việc kết thúc sự phục vụ một cách tốt đẹp.
- Giới thiệu minh họa dịch vụ và hàng hóa.
- Sau khi đã nắm bắt được nhu cầu của khách người phục vụ cần giới thiệu sản phẩm, dịch vụ mà khách mong muốn. Lúc này người phục vụ cần thể hiện sự quan tâm, chú ý của mình tới khách làm cho khách nhận thấy mình đang được quan tâm, tôn trọng, đứng trước mình là một người phục vụ chuyên nghiệp, có cảm tình.

Hoạt động chủ yếu của kinh doanh lữ hành là hoạt động hướng dẫn du lịch mà hướng dẫn viên là người đại diện cho doanh nghiệp tiếp xúc trực tiếp

với khách và là người chịu trách nhiệm về chất lượng sản phẩm du lịch, bởi thế người hướng dẫn viên cần có một kỹ năng ứng xử khéo léo hơn bất kỳ ai hết. Trong quá trình phục vụ khách, người phục vụ phải có được sự mềm dẻo, linh hoạt theo mọi tình huống, sự mềm dẻo, linh hoạt phải đảm bảo sự thỏa mãn nhu cầu của khách, làm cho khách cảm thấy mình là thượng đế. Trong quá trình chuyển giao sản phẩm tới tay khách tiêu dùng, nhân viên phục vụ cần chú ý chất lượng phục vụ theo đúng yêu cầu của khách. Trong quá trình phục vụ khách có thể xảy ra một số sai sót, làm khách không vui và họ phàn nàn về kỹ năng phục vụ của nhân viên. Khi gặp những tình huống này người phục vụ cần phải bình tĩnh, lắng nghe khách nói, xin lỗi khách và tỏ ra rất thông cảm với khách, đưa ra hướng giải quyết phù hợp một cách nhanh nhất, và đừng quên cảm ơn khách đã đóng góp ý kiến. Dù ở trong bất cứ tình huống nào chúng ta cũng phải bình tĩnh, kiềm chế, điều chỉnh hành vi và cảm xúc của mình. Tránh thể hiện sự vui quá hay thất vọng, tuyệt đối không được tranh luận với khách.

Khi phục vụ khách đòi hỏi nhân viên phải có lòng yêu nghề. Bởi chỉ xuất phát từ cái tâm chân thành thì thái độ và cử chỉ phục vụ mới nhiệt tình, chu đáo mà không gượng gạo, giả dối. Mỗi vùng dân tộc, quốc gia đều có những phong tục, tập quán, những lễ nghi, kiêng kỵ khác nhau. Chính vì vậy chúng ta phải có những hiểu biết nhất định để tránh làm mất lòng khách. Khi giao tiếp với khách người phục vụ phải luôn thể hiện nét đẹp văn hóa giao tiếp của dân tộc.

Giao tiếp của nhân viên trong quá trình phục vụ khách tiền khách

Hầu hết các lĩnh vực kinh doanh khi bán hàng xong là kết thúc, nhưng đối với hoạt động kinh doanh du lịch thì đó mới là bắt đầu. Trong suốt quá trình đón tiếp và phục vụ khách, nhân viên phục vụ đã hoàn thành tốt nhiệm vụ, nhưng nếu ở giai đoạn tiền khách mà nhân viên có thái độ thiếu khéo léo

thì sẽ làm cho khách có ấn tượng không tốt về doanh nghiệp và khả năng quay trở lại doanh nghiệp là rất thấp.

Thông tin truyền miệng qua người tiêu dùng có sức lan tỏa rất nhanh theo cấp lũy thừa, đồng thời sự đánh giá về sản phẩm luôn được coi là khách quan và trung thực, bởi vậy điều đó có sức thuyết phục trực tiếp những người mua hàng khác so với quảng cáo của công ty. Mượn lời của khách hàng nói những lời hay ý đẹp về công ty, về sản phẩm là rất hiệu quả. Không một hình thức quảng cáo nào có hiệu quả hơn chính sự quảng cáo của khách hàng. Mỗi người khách hài lòng về chất lượng phục vụ, dịch vụ của doanh nghiệp sẽ là một nhà quảng cáo miễn phí cho doanh nghiệp. Họ sẽ giới thiệu cho bạn bè người thân về doanh nghiệp.

Trong quá trình tiếp khách người phục vụ cần phải chú ý: luôn thể hiện sự ân cần, niềm nở, nồng hậu, nói lời cảm ơn với khách.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI XUYÊN Á

2.1. Giới thiệu chung về công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương mại Xuyên Á

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của công ty

Tại Việt Nam, kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh lữ hành nói riêng còn tương đối mới mẻ. Ngành du lịch Việt Nam thực sự có cơ hội phát triển trong những năm cuối thập niên 90 của thế kỷ 20. Cùng với sự đổi mới của đất nước, ngành du lịch đã có những thành công bước đầu để chính tỏ nó là một ngành kinh tế tổng hợp quan trọng. So với một số quốc gia trong khu vực và thế giới Việt Nam có đủ các điều kiện chung và riêng, có lợi thế so sánh để phát triển du lịch.

Tại Hải Phòng, trên nhu cầu phát triển chung của kinh tế và xã hội, nhu cầu đi du lịch của con người ngày càng tăng lên, do sự thay đổi về số lượng và cơ cấu dân số, mức sống, chi phí cho chuyến đi hợp lý, do sự tiến bộ của công nghệ, đặc biệt là sự tiến bộ của giao thông vận tải và thông tin, mối quan hệ quốc tế được cải thiện. Để đáp ứng nhu cầu chung của xã hội. Trên cơ sở, có cung và có cầu, rất nhiều các công ty lữ hành đã được thành lập, trong đó có công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á, được thành lập năm 2005. Thời gian đầu thành lập, cơ cấu tổ chức hết sức đơn giản, hạn hẹp về phạm vi hoạt động, chủ yếu trên địa bàn Hải Phòng. Đến nay nội dung hoạt động của doanh nghiệp ngày càng được mở rộng, phong phú, tính năng động cao, thay đổi nhanh chóng theo sự phát triển của cung và cầu du lịch. Từ chỗ chỉ đơn giản là cung cấp các dịch vụ đơn lẻ cho khách trong quá trình thực hiện chuyến đi đến chỗ liên kết các sản phẩm của các nhà cung cấp khác nhau thành sản phẩm nguyên chiếc để cung cấp cho khách trong suốt quá trình thực hiện chuyến đi của họ với mức giá gộp đã định trước. Doanh nghiệp luôn chủ

động trong kinh doanh, tạo ra lợi thế cạnh tranh như: ưu tiên vào việc đầu tư cho các phương tiện vận chuyển, tăng cường giới thiệu sản phẩm, mang sản phẩm đến tay khách hàng, phát hiện ra nhu cầu của khách trong hoạt động di chuyển, mở rộng vốn đầu tư, thiết lập mối quan hệ với nhà sản xuất để đảm bảo nơi ăn chốn ở cho khách tại các điểm đến du lịch, định hướng vào một nhóm khách hàng chính, khai thác thị trường tại chỗ, đầu tư cho quảng cáo, đặt văn phòng đại diện, tìm ra các điểm mới.

Sau 6 năm hình thành và phát triển, dưới sự biến động của nền kinh tế thị trường cũng như sự cạnh tranh khốc liệt của các doanh nghiệp trong và ngoài thành phố, công ty vẫn đứng vững và ngày càng phát triển, khẳng định được thương hiệu trong niềm tin của khách hàng.

2.1.2. Cơ cấu - bộ máy tổ chức

Ban đầu công ty có 5 thành viên, đó là những người sáng lập ra công ty. Bộ máy tổ chức còn sơ sài chưa mang tính chuyên nghiệp. Đến nay, sau 6 năm hình thành và phát triển, số thành viên của công ty không ngừng tăng lên theo từng năm, được chia thành nhiều bộ phận, phòng ban, dần mang tính chuyên nghiệp hóa.

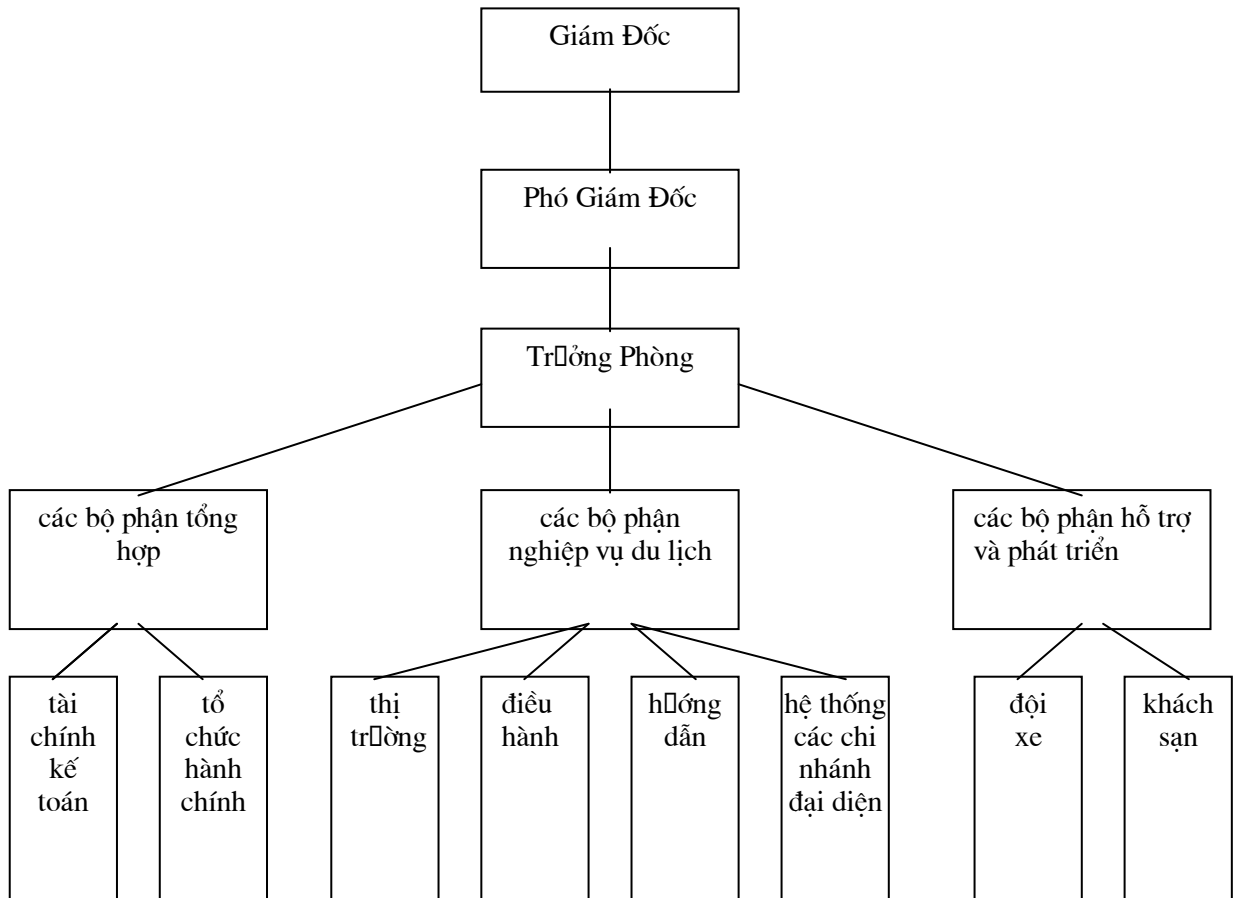
Xuyên Á có một cơ cấu tổ chức hết sức khoa học, các cán bộ đầu ngành, cùng các nhân viên giàu kinh nghiệm có trình độ cao đẳng trở lên, có tinh thần và tác phong làm việc chuyên nghiệp. Với phong cách quản lý: thứ cấp phân quyền, tất cả hoạt động như một cỗ máy.

Đứng đầu là giám đốc, tiếp đến là phó giám đốc và trưởng phòng.

Dưới trưởng phòng có các phòng: thị trường, quốc tế, nội địa, bán vé máy bay...

Về quy mô: do sự chi phối của một số các yếu tố như phạm vi địa lý, khả năng tài chính, nhân lực của doanh nghiệp, các yếu tố thuộc về môi trường kinh doanh, tiến bộ khoa học kỹ thuật ... nên cơ cấu tổ chức của Xuyên Á có quy mô trung bình, vừa phải.

Sơ đồ:



Giám đốc: ông Trần Tuấn Thanh chịu trách nhiệm về toàn bộ tình hình hoạt động của doanh nghiệp Xuyên Á, đồng thời điều hành và giám sát các bộ phận, đưa ra chính sách của doanh nghiệp về quan hệ ngoại giao.

Phó giám đốc: ông Nguyễn Đức Hải chịu trách nhiệm về nội bộ, giúp đỡ giám đốc giám sát mọi tình hình trong công ty, và là người trực tiếp giám sát phòng bán vé máy bay của công ty.

Trưởng phòng: ông Nguyễn Mạnh Cường chịu trách nhiệm giám sát mọi hoạt động của các bộ phận bên dưới. Có trách nhiệm trong việc tuyển dụng nhân viên, bao gồm cả tuyển dụng và lựa chọn, cũng như các chương trình đào tạo, định hướng đào tạo mối quan hệ giữa các nhân viên, quan hệ lao động và phát triển nguồn nhân lực.

Bộ phận nghiệp vụ lữ hành: là bộ phận quan trọng nhất của doanh nghiệp, bao gồm ba bộ phận thành phần: thị trường hay còn gọi là marketing, điều hành và hướng dẫn.

Phòng thị trường: là chiếc cầu nối và hợp nhất mong muốn của người tiêu dùng trên thị trường mục tiêu với các nguồn lực bên trong doanh nghiệp. Phòng thị trường có các nhiệm vụ sau:

Chịu trách nhiệm về xúc tiến thương mại, quảng cáo và đối ngoại, tìm kiếm thị trường nguồn khách cho công ty...

Nghiên cứu và dự đoán về thị trường, tham gia vào việc định giá chương trình, lập kế hoạch kinh doanh. Nắm vững các thông tin và lập hồ sơ thông tin về đối thủ cạnh tranh các phương diện như sản phẩm, chính sách giá cả và chương trình kinh doanh. Dự trữ về số lượng khách ở từng thời kỳ cụ thể...

Phát triển và giữ vững mối quan hệ với các đối tác như các công ty đại diện ở nước ngoài, các công ty hàng không, các đơn vị kinh doanh khác có quan hệ thu chi, chuyên khoản với công ty.

Tập hợp các tư liệu liên quan đến khách trong thời gian khách đến công ty và đưa vào hồ sơ lưu trữ.

Xác định thị trường mũi nhọn, lên kế hoạch kinh doanh, đề xuất với lãnh đạo các chính sách cụ thể, các chương trình chiến lược và khuyến mãi trong các thời điểm cụ thể.

Phòng điều hành: Tổ chức điều hành, xử lý các tình huống, xử lý các mối quan hệ với nhà cung cấp, với khách du lịch. Phòng điều hành là cầu nối giữa doanh nghiệp và các nhà cung cấp dịch vụ hàng hoá du lịch.

Lập kế hoạch và triển khai các công việc liên quan đến việc thực hiện các chương trình du lịch, đảm bảo yêu cầu về thời gian chất lượng.

Theo dõi quá trình thực hiện các chương trình du lịch.

Phòng hướng dẫn: có nhiệm vụ thực hiện các chương trình du lịch. Xử lý các tình huống xảy ra trong khi thực hiện chương trình du lịch. Là đại diện trực tiếp của doanh nghiệp trong quá trình tiếp xúc với khách và bạn hàng, các nhà cung cấp. Tiến hành các hoạt động quảng cáo, tiếp thị thông qua hướng dẫn viên.

Bộ phận tổng hợp gồm: phòng tài chính kế toán, tổ chức hành chính.

Phòng tài chính kế toán: có nhiệm vụ theo dõi toàn bộ các hoạt động tài chính của công ty như: nhận tiền mặt, chuyển khoản ngân hàng, chi trả tiền lương, lưu trữ các số liệu, kiểm toán, tuân thủ các quy định về tài chính. Theo dõi tình hình sử dụng vốn, tài sản của doanh nghiệp. Thực hiện chế độ báo cáo định kỳ, kịp thời phản ánh những thay đổi với cấp trên.

Phòng tổ chức hành chính: có vai trò quản trị nhân lực và văn phòng của công ty.

Bộ phận hỗ trợ và phát triển gồm: đội xe, khách sạn, kinh doanh khác (đại lý bán vé máy bay, làm hộ chiếu visa, cho thuê xe, tư vấn du học). Đây là bộ phận tạo ra nguồn lực để phát triển của doanh nghiệp. Bộ phận này vừa chủ động bảo đảm các dịch vụ đầu vào, vừa đảm bảo mở rộng phạm vi lĩnh vực kinh doanh, đa dạng hoá sản phẩm của doanh nghiệp.

Chi nhánh, đại diện

Các văn phòng đại diện được đặt tại một số địa bàn như: Hải Dương, Thái Bình, Quảng Ninh... Là đầu mối tổ chức thu hút khách, thực hiện các hoạt động xúc tiến cho doanh nghiệp tại địa bàn đặt chi nhánh, thu thập thông tin, báo cáo kịp thời mọi thay đổi cho cấp trên của doanh nghiệp.

2.1.3. Thị trường đang khai thác và thị trường mục tiêu

Với bất kỳ một đơn vị kinh doanh lẻ hành nào đều đặt thị trường lên hàng đầu, thị trường có khai thác tốt thì đơn vị mới thu hút được khách hàng, đóng góp doanh thu hàng năm cho công ty và làm cho doanh nghiệp đứng vững.

Đối với thị trường Hải Phòng, hiện nay rất nhiều doanh nghiệp lẻ hành đang tập trung khai thác, nhưng có sự chia tách giữa các thành phần khách

hàng. Chẳng hạn: công ty du lịch Hồng Nhật tập trung vào khai thác đối tượng khách là học sinh, sinh viên, giáo viên; công ty du lịch HP tour tập trung vào đối tượng khách đi du lịch quốc tế;... Còn đối với công ty cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á thì đối tượng khách du lịch là tương đối đa dạng: như học sinh, sinh viên, công nhân viên chức, khối văn phòng ủy ban, khối khu công nghiệp.

Hiện nay, thị trường chính là Hải Phòng và các tỉnh lân cận như: Quảng Ninh, Thái Bình, Hải Dương. Trong năm 2010 ban lãnh đạo công ty đã đề xuất phòng thị trường mở rộng thêm đối tượng khách hàng mục tiêu sang các tỉnh lân cận có tiềm năng như: Hưng Yên, Nam Định, Bắc Ninh. Chiến lược lâu dài của công ty còn vươn tới các tỉnh thành xa hơn như: Thành phố Hồ Chí Minh, Khánh Hòa, Lâm Đồng trên phương thức hợp đồng vận chuyển khách du lịch, ghép tour.

2.1.4. Vị trí của đơn vị trên thị trường

Những thuận lợi

Hải Phòng là thành phố phát triển năng động với nhiều nhà máy, xí nghiệp, nhiều khu công nghiệp, nhiều đơn vị hành chính. Bên cạnh đó, đời sống của con người ngày càng được nâng cao, nhu cầu đi du lịch của con người tương đối lớn, nên công ty có lượng khách tiềm năng rất lớn.

Xuyên Á là một trong những doanh nghiệp lớn hành lớn tại Hải Phòng, công ty có một hệ thống cơ sở vật chất khá đầy đủ và tiện nghi, có độ ngũ cán bộ nhân viên giàu kinh nghiệm, có chuyên môn, nhiệt tình, đồng thời các nhân viên trong doanh nghiệp đều xây dựng được tinh thần đoàn kết cao. Chính điều này là cơ sở cho việc triển khai và thực hiện những kế hoạch cũng như các chiến lược của công ty một cách nhanh chóng và đồng bộ. Tên tuổi và thương hiệu của doanh nghiệp có vị trí nhất định trên thị trường, giá cả cũng cạnh tranh hơn.

Xuyên Á luôn làm tốt công tác thị trường. Từ việc nghiên cứu thị trường, xây dựng chương trình, chào bán, đón tiếp khách, bảo hành, xử lý phàn nàn,

khieu nại... đều làm vừa lòng khách, bởi vậy Xuyên Á đã xây dựng được lòng trung thành của khách với nhãn hiệu sản phẩm, tiến tới mở rộng thị phần.

Phương tiện vận chuyển được mua mới, đầu tư nâng cấp đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Là doanh nghiệp có chỗ đứng trên thị trường thị du lịch nên công ty có lượng khách truyền thống dồi dào.

Trước đây khách đi du lịch một cách tự phát, đơn lẻ nhưng nay xu hướng đi du lịch trọn gói được khách lựa chọn nhiều hơn.

Có mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp như khách sạn Media, khách sạn Xanh, khách sạn Thương mại Vinh.... Các hãng bán vé máy bay, các đối tác nước ngoài làm Land tour. Các nhà cung cấp của công ty đều có khả năng đa dạng hoá sản phẩm.

Chất lượng sản phẩm ngày càng nâng cao, được đổi mới, tìm ra nhiều tuyến điểm mới phù hợp với từng đối tượng khách hàng.

Với số lượng lớn về nhân viên nên Xuyên Á luôn chủ động về nguồn nhân lực lớn hơn so với các công ty khác tại Hải Phòng.

Xây dựng tốt các chiến lược kinh doanh như chiến lược phân biệt sản phẩm, tạo ra sự khác biệt với đối thủ cạnh tranh, xây dựng lòng trung thành với công ty. Ví dụ: tặng mũ, áo, tranh ảnh, cốc có lôgô của công ty...

Bên cạnh đó doanh nghiệp luôn được sự quan tâm, giúp đỡ của các ban ngành, thành phố, Tổng cục du lịch và sở du lịch

Hiện nay, Hải Phòng đã thực hiện chính sách mở cửa nhằm khuyến khích đầu tư của nhà nước, nhờ vậy mà Xuyên Á đã thu hút được một số lượng khách lớn.

Khó khăn

Nhu cầu, đòi hỏi của khách du lịch ngày càng tăng cao, nhưng họ lại mong muốn có một mức giá thấp, trong khi các nhà cung cấp lại gây sức ép lớn về giá cả đối với doanh nghiệp. Đặc biệt, khi nhà cung cấp có khả năng đa dạng hoá sản phẩm hoặc các nhà cung cấp liên kết mạnh mẽ với nhau.

Các phương tiện vận chuyển mặc dù đã được đầu tư, nâng cấp nhưng vẫn không thể đáp ứng được nhu cầu của du khách. Đặc biệt, vào thời kỳ cao điểm số lượng xe không thể đáp ứng được toàn bộ nhu cầu của khách nên công ty phải thường xuyên thuê mượn phương tiện vận chuyển từ bên ngoài.

Hải Phòng có hơn 100 doanh nghiệp, nên thường xuyên xảy ra tình trạng tranh giành khách của nhau bằng nhiều hình thức như nói xấu, phá giá thị trường... Điều đó làm mất lòng tin của khách, gây tư tưởng “Vơ đũa cả nắm”, doanh nghiệp nào cũng như nhau.

Nhiều công ty lập lên với đội ngũ hướng dẫn viên mới ra trường, vì quá nóng vội, chưa hiểu hết chương trình, giá cả dẫn đến tình trạng phá giá thị trường tạo ra sự so sánh lớn cho khách hàng. Bên cạnh đó, sự ra đời của hàng loạt các công ty sẽ gây tình trạng phân chia thị trường, phân chia nguồn cung cấp và các hoạt động khuyến mại...

Một trong những đặc trưng cơ bản của sản phẩm du lịch là tính dễ dàng sao chép, bắt chước nên sản phẩm thường không có sự phân biệt hoá, nếu có thì chỉ trong một thời gian ngắn.

Đội ngũ nhân viên giàu kinh nghiệm, nhưng cần được thường xuyên bồi dưỡng, tiếp cận với những thay đổi cho phù hợp với yêu cầu phát triển hiện nay.

Mặc dù các chiến lược kinh doanh được làm tốt nhưng vẫn có một số hạn chế cụ thể, chẳng hạn: khi áp dụng chính sách hạ giá thành, chắc chắn sẽ hạ thấp chất lượng sản phẩm.

Công ty chưa có văn phòng đại diện tại nước ngoài. Vì vậy việc quảng bá, phổ biến về công ty tới khách nước ngoài còn hạn chế. Việc quảng bá hình ảnh của công ty hiện nay chỉ chủ yếu thông qua website của công ty và việc du khách về thông tin cho nhau nên lượng thông tin không được cập nhật hàng ngày.

2.1.5. Hoạt động của đơn vị

Hoạt động marketing

Tổ chức Du lịch thế giới năm 1998 đã nhận định rằng: “Chìa khoá dẫn đến thành công của các doanh nghiệp lữ hành nằm ở việc nhanh chóng nắm bắt được những nhu cầu của khách hàng và đem đến cho khách hàng tiềm năng như những thông tin đầy đủ, chính xác, độc đáo và cập nhật”. Nhận rõ được điều đó nên Xuyên Á đã và đang xây dựng phòng thị trường có chuyên môn nghiên cứu về tình hình của khách. Phòng thị trường đang cố gắng thực hiện các hoạt động quảng bá một thông điệp đến với nhóm đối tượng quảng bá dựa trên nhiều công cụ như: tờ rơi, tập gấp, báo trí, áp phích, thư điện tử... Không chỉ hạn hẹp với những hình thức trên mà còn mở rộng quảng bá dưới hình thức website, email. Thông qua đây, doanh nghiệp lữ hành có thể xây dựng và giới thiệu đầy đủ thông tin về doanh nghiệp, hệ thống sản phẩm của doanh nghiệp. Internet cho phép Xuyên Á không cần tới các đại lý mà vấn đề dàng quảng bá sản phẩm du lịch của mình một cách trực tiếp tới khách hàng, và có thể giảm được một phần chi phí hoa hồng cho các đại lý lữ hành.

Hoạt động xây dựng và bán chương trình

Do thị trường không ổn định và có dung lượng không lớn nên Xuyên Á thường xây dựng chương trình du lịch kết hợp. Đây là chương trình mà Xuyên Á chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng chương trình du lịch nhưng không ấn định ngày thực hiện. Khi khách tìm đến với công ty, trên cơ sở các chương trình có sẵn, hai bên tiến hành thoả thuận và sau đó thực hiện chương trình.

Bên cạnh chương trình du lịch kết hợp, Xuyên Á còn xây dựng chương trình bị động, là loại chương trình mà khách tự tìm đến với doanh nghiệp, đề ra các yêu cầu và nguyện vọng của họ. Trên cơ sở đó doanh nghiệp xây dựng chương trình. Hai bên tiến hành thoả thuận và thực hiện khi đã đạt được sự nhất trí của hai bên.

Xuyên Á cũng xây dựng các chương trình du lịch chủ động, là loại chương trình mà Xuyên Á chủ động nghiên cứu thị trường, xây dựng các chương trình du lịch, ấn định ngày thực hiện, sau đó mới tổ chức bán và thực hiện chương trình.

Hiện nay, Xuyên Á chủ yếu xây dựng chương trình du lịch trọn gói, chương trình này bao gồm hầu hết các thành phần dịch vụ vận chuyển, hướng dẫn viên, tham quan, hướng dẫn, giải trí ăn uống...Giá trọn gói của tất cả các dịch vụ chi phí thường thấp hơn so với dịch vụ cùng loại của các chương trình du lịch khác.

Xuyên Á thường tổ chức các chương trình du lịch với mục đích văn hoá, lịch sử, phong tục tập quán, tôn giáo tín ngưỡng.

Hoạt động hướng dẫn, thực hiện chương trình

Hoạt động hướng dẫn du lịch là hoạt động của các tổ chức kinh doanh du lịch, thông qua hướng dẫn viên và những người có liên quan để đón tiếp phục vụ, hướng dẫn khách du lịch đã được thỏa thuận và giúp đỡ khách giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện chuyến du lịch.

Hoạt động này cung cấp cho khách du lịch những kiến thức, các thông tin cần thiết và khác nhau, liên quan đến mục đích của chuyến du lịch, loại hình du lịch mà khách lựa chọn. Đây là hoạt động phức tạp gồm nhiều mặt như: cung cấp các thông tin cho quản cáo, tiếp thị du lịch, đón tiếp và phục vụ khách; giới thiệu các đối tượng tham quan du lịch trong chuyến đi; phục vụ khách về các dịch vụ lưu trú, ăn uống, vận chuyển, mua sắm, giải trí, y tế... Những vấn đề phát sinh trước, trong và sau chuyến du lịch của khách.

Phần lớn hoạt động hướng dẫn du lịch được thực hiện bởi các hướng dẫn viên. Chất lượng phục vụ hướng dẫn cho khách phụ thuộc chủ yếu vào khả năng nghiệp vụ, tri thức, phẩm hạnh của hướng dẫn viên du lịch.

Hướng dẫn du lịch là một hoạt động gồm nhiều công việc phức tạp, kể từ khi chuẩn bị đón tiếp khách đến khi tiễn khách.

Trước hết là việc tổ chức đón và tiễn khách du lịch, sắp xếp nơi nghỉ ngơi lưu trú và ăn uống cho khách, tổ chức các chuyến tham quan du lịch đến những nơi có tài nguyên du lịch được khai thác, sắp xếp các chương trình vui chơi giải trí, mua sắm cho khách du lịch.

Hoạt động cung cấp thông tin cũng là một hoạt động bắt buộc nhằm giúp khách có những hiểu biết cần thiết về các qui định về xuất nhập cảnh, các thủ tục tập quán, các qui chế về hoạt động tham quan, chương trình an ninh cho đến những thông tin về đất nước, con người, cảnh quan, các giá trị văn hóa - lịch sử, kinh tế - xã hội, các đối tượng tham quan... theo mục đích chuyến đi của khách đã được thỏa thuận hay phát sinh trong chuyến du lịch. Hoạt động này được coi là hoạt động chủ yếu nhất của hướng dẫn du lịch.

Hoạt động theo dõi, kiểm tra việc phục vụ khách du lịch của các cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, gồm cả dịch vụ cơ bản lẫn dịch vụ bổ sung. Việc kiểm tra sẽ đảm bảo cho khách được phục vụ đúng, đủ cả về số lượng và chất lượng, chủng loại các dịch vụ như đã mua. Khách du lịch sẽ yên tâm và thoải mái hơn khi có sự theo dõi kiểm tra của hướng dẫn viên du lịch.

Ngoài ra, hoạt động hướng dẫn còn thực hiện việc làm cầu nối giữa các cơ sở kinh doanh du lịch với khách du lịch nhằm cung cấp các dịch vụ đúng sở thích, tâm lý, đồng thời phù hợp với khả năng chi trả của khách. Trong những điều kiện nhất định hoạt động hướng dẫn du lịch trở thành động lực cho các hoạt động kinh doanh dịch vụ khác phục vụ khách du lịch.

Một số hoạt động thông thường có thể hoặc không nhất thiết nằm trong phạm vi hướng dẫn du lịch, không trở thành nhiệm vụ bắt buộc của hướng dẫn viên như: thanh toán, đổi tiền, đặt chỗ, quảng cáo... Tuy vậy hoạt động này nếu được thực hiện hay phối hợp thực hiện một cách đồng bộ, nhanh chóng do hướng dẫn viên hay các bộ phận chức năng của tổ chức kinh doanh du lịch đảm nhiệm thì hoạt động hướng dẫn sẽ chu đáo và hiệu quả hơn.

Các hoạt động khác

Để giành thế chủ động kinh doanh trên thị trường du lịch, đồng thời tạo ra khoản doanh thu nhất định cho công ty, Xuyên Á không chỉ đơn thuần thực hiện các hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ như xây dựng, thực hiện tour tuyến... mà Xuyên Á còn tổ chức thực hiện các hoạt động khác như: mở đại lý bán vé máy bay trong nước và quốc tế, làm hộ chiếu, visa, cho thuê xe ô tô, kinh doanh nhà hàng, khách sạn, tư vấn du học. Khả năng tự cung tự cấp đã tạo cho Xuyên Á những cơ hội để thu hút một lượng lớn khách hàng mà không phải công ty lữ hành nào cũng làm được.

Các hoạt động sẽ triển khai

Trong thời gian sắp tới Xuyên Á sẽ triển khai một số các hoạt động cụ thể nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, thu hút khách hàng, và đạt được hiệu quả kinh doanh một cách tối ưu như:

Mở rộng thị trường: bao gồm mở thêm các tour tuyến mới, hướng tới các đối tượng khách mới, ở các địa bàn mới.

Mở rộng văn phòng tại các tỉnh: Nam Định, Bắc Ninh, Hải Dương, Hưng yên.

Liên kết với các doanh nghiệp lữ hành trong và ngoài nước để tiện cho việc đón và vận chuyển khách.

Liên kết với các khách sạn 4 và 5 sao trong và ngoài nước để phục vụ cho các đối tượng khách có khả năng chi trả cao.

Tuyển chọn và bồi dưỡng nghiệp vụ cho nhân viên nhằm nâng cao tính nghiệp vụ cho nhân viên.

Liên kết với các trung tâm đào tạo nhằm tuyển chọn được nhân viên có năng lực, chuyên môn nghiệp vụ, phục vụ khách một cách tốt nhất.

2.2. Tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á

2.2.1. Hoạt động hướng dẫn du lịch và hướng dẫn viên du lịch

Hoạt động hướng dẫn du lịch

Hướng dẫn du lịch là hoạt động của các tổ chức kinh doanh du lịch, thông qua các hướng dẫn viên và những người có liên quan để đón tiếp, phục vụ, hướng dẫn khách du lịch thực hiện các dịch vụ theo các chương trình được thỏa thuận và giúp đỡ khách giải quyết những vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện chuyến du lịch.

Khái niệm trên đã chỉ rõ những hoạt động chủ yếu của hướng dẫn du lịch mà vai trò quan trọng nhất là của hướng dẫn viên, những người thay mặt cho tổ chức kinh doanh. Các hoạt động hướng dẫn du lịch gồm:

Tổ chức đón và tiễn khách du lịch, sắp xếp nơi nghỉ ngơi lưu trú và ăn uống cho khách, tổ chức chuyến tham quan du lịch đến những nơi có tài nguyên du lịch được khai thác, sắp xếp các chương trình vui chơi, giải trí, mua sắm cho khách du lịch.

Hoạt động cung cấp thông tin, nhằm giúp khách có được những hiểu biết cần thiết về các quy định xuất nhập cảnh, các thủ tục, tập quán, các quy chế về hoạt động tham quan, chương trình an ninh cho đến những thông tin về đất nước con người, cảnh quan, các giá trị văn hóa lịch sử, kinh tế - xã hội, các đối tượng tham quan ... theo mục đích chuyến du lịch của khách đã được thỏa thuận hay phát sinh trong chuyến đi.

Hoạt động theo dõi, kiểm tra việc phục vụ khách du lịch, gồm cả dịch vụ cơ bản lẫn dịch vụ bổ sung.

Hoạt động hướng dẫn còn thực hiện việc làm cầu nối giữa các cơ sở kinh doanh du lịch với khách du lịch nhằm cung cấp những dịch vụ đúng với sở thích, tâm lý, của khách. Trong những điều kiện nhất định hoạt động hướng dẫn du lịch trở thành động lực kinh doanh dịch vụ khác phục vụ khách du lịch.

Một số hoạt động thông thường có thể hoặc không nhất thiết nằm trong phạm vi hướng dẫn du lịch, không trở thành nhiệm vụ bắt buộc của hướng dẫn viên như thanh toán, đổi tiền, đặt chỗ...

Hướng dẫn viên du lịch

Đã có nhiều định nghĩa, nhiều khái niệm về hướng dẫn viên du lịch được đưa ra. Trải qua thực tế tồn tại và phát triển của ngành du lịch, khái niệm đó ngày càng hoàn thiện và chính xác hơn phù hợp với thực tế và bản chất công việc hướng dẫn du lịch.

Năm 1994, tổng cục du lịch Việt Nam đưa ra khái niệm hướng dẫn viên du lịch như sau:

" Hướng dẫn viên du lịch là cán bộ chuyên môn làm việc cho các doanh nghiệp lữ hành (bao gồm cả các doanh nghiệp du lịch khác có chức năng kinh doanh lữ hành) thực hiện nhiệm vụ hướng dẫn du lịch khách tham quan theo chương trình đã được kí kết".

Trường đại học British Columbia của Canada đưa ra khái niệm được nhiều người chấp nhận:

"Hướng dẫn viên du lịch là các cá nhân làm việc trên các tuyến du lịch trực tiếp đi kèm hoặc di chuyển cùng với các cá nhân hoặc các đoàn khách theo một chương trình du lịch nhằm đảm bảo việc thực hiện lịch trình theo đúng kế hoạch, thuyết minh cho khách về các điểm du lịch đồng thời tạo ra những ấn tượng tích cực cho khách du lịch",

Năm 1997, các tác giả Việt Nam đã đưa ra khái niệm:

"Hướng dẫn viên du lịch là một người nào đó hướng dẫn một nhóm người nào đó thực hiện chuyến tham quan trong một thời gian nhất định".

Những khái niệm trên đây phản ánh nội dung công việc của một hướng dẫn viên du lịch. Tuy nhiên chúng chưa phản ánh đầy đủ khái niệm hướng dẫn viên du lịch và chưa phân biệt được với những hướng dẫn viên khác hay

người giới thiệu tại địa điểm du lịch đơn thuần mà không phải là hướng dẫn viên du lịch thực sự.

Vì vậy, khái niệm hướng dẫn viên du lịch cần được hiểu như sau:

"Hướng dẫn viên du lịch (tour Guide) là người thực hiện hướng dẫn khách du lịch trong chuyến tham quan du lịch hay tại các điểm du lịch nhằm đáp ứng những nhu cầu được thỏa mãn của khách trong thời gian nhất định và thay mặt tổ chức kinh doanh du lịch giải quyết những phát sinh trong chuyến du lịch với phạm vi và khả năng của mình".

Phân loại hướng dẫn viên

Hướng dẫn viên chuyên nghiệp (Tour Guide) là người hướng dẫn đoàn khách thực hiện chương trình tham quan du lịch được thỏa thuận của tổ chức kinh doanh du lịch, được cấp thẻ hành nghề.

Hướng dẫn viên tại điểm (On-site Guide) là người hướng dẫn khách du lịch thực hiện chuyến tham quan trong một vài giờ nhất định tại những điểm du lịch cụ thể.

Hướng dẫn viên thành phố (City Guide) là người hướng dẫn khách du lịch thực hiện chuyến tham quan tác phẩm, thường là trên các phương tiện di động như: xe buýt, tắc xi, xích lô... Hướng dẫn viên có nhiệm vụ giới thiệu, bình luận cho khách nghe những đối tượng tham quan nổi bật của thành phố và bình luận về chúng, đồng thời trả lời các câu hỏi, giải thích cho khách những hiện tượng lạ trên lộ trình trong thành phố.

Hướng dẫn viên không chuyên (Step-on Guide) là các cộng tác viên du lịch mà cá tổ chức kinh doanh du lịch thuê theo hợp đồng để hướng dẫn cho khách du lịch. Họ thường được thuê theo mùa vụ du lịch hoặc làm tự do ở những điểm hoặc tuyến nhất định hay được thuê cho giới thiệu cho những đoàn khách có nhu cầu du lịch nghiên cứu chuyên sâu về một lĩnh vực nào đó.

Hướng dẫn viên suốt tuyến: là những hướng dẫn viên chuyên nghiệp có nhiệm vụ hướng dẫn khách du lịch từ lúc đón khách đến lúc tiễn khách. Họ thường là người của các tổ chức kinh doanh du lịch.

Hướng dẫn viên địa phương: là hướng dẫn viên tại các điểm du lịch nào đó làm nhiệm vụ hướng dẫn khách du lịch ở điểm du lịch hay ở thành phố chứ không theo đoàn khách trong suốt tuyến du lịch.

Vai trò của hướng dẫn viên

Hoạt động hướng dẫn du lịch là hoạt động dịch vụ đặc trưng của dịch vụ du lịch và có vị trí quan trọng trong kinh doanh du lịch. Song, hoạt động hướng dẫn du lịch chủ yếu là hoạt động của hướng dẫn viên. Hiệu quả của hoạt động hướng dẫn phụ thuộc rất lớn vào chất lượng công việc của hướng dẫn viên. Do đó, hướng dẫn viên du lịch luôn giữ vai trò là người đại diện của tổ chức kinh doanh du lịch thực hiện hợp đồng với khách du lịch theo tour mà khách đã mua. Đồng thời, trong nghề nghiệp, hướng dẫn du lịch là một nghề phức tạp và nặng nhọc theo ý nghĩa nhất định. Vì vậy hướng dẫn viên là người đảm nhận phần việc quan trọng nhất, phức tạp nhất và đòi hỏi tính nghiệp vụ cao nhất trong toàn bộ hoạt động hướng dẫn du lịch.

"Là hướng dẫn viên du lịch nghĩa là phải đảm nhận nhiều vai trò cùng lúc trong chuyến du lịch, trong quá trình hoạt động nghề nghiệp"

Vai trò của người phục vụ

Đây là vai trò đầu tiên và quan trọng nhất của hướng dẫn viên du lịch. Hướng dẫn viên phải thực hiện đúng và tốt thỏa thuận mà khách du lịch là đối tượng phục vụ. Trong kinh doanh nói chung và kinh doanh du lịch nói riêng, khách hàng luôn được coi là "thượng đế", là "ân nhân"... Hơn nữa, vai trò người phục vụ còn thể hiện trong giao tiếp, ứng xử với khách, trong việc tổ chức các hoạt động vui chơi, thư giãn, trong thời gian rảnh rỗi của chương trình du lịch. Biết lắng nghe, chu đáo và thân tình, cởi mở cũng là thể hiện vai trò người phục vụ của hướng dẫn viên du lịch. Từ lúc đón khách, trong suốt

hành trình du lịch đến lúc tiễn khách hướng dẫn viên cần phải thể hiện vai trò này như người thân của khách. Câu nói: "Đến như khách về như bạn bè" trước hết từ vai trò này mà hướng dẫn viên có vai trò quan trọng nhất. Cũng chỉ có hướng dẫn viên du lịch mới làm cho chất lượng chương trình du lịch tốt hay không, được đánh giá cao hay không, có để lại ấn tượng trong lòng khách hay không. Vì vậy, vai trò người phục vụ là quan trọng nhất. Cũng có thể hiểu một cách đơn giản rằng khách du lịch trả tiền là để được phục vụ như họ đáng được hưởng.

Vai trò marketing viên không chuyên

Hướng dẫn viên có điều kiện giới thiệu, quảng bá về tuyến điểm du lịch, về tài nguyên du lịch, tiềm năng du lịch, cũng như về những đối tượng tham quan kỳ thú, hấp dẫn ở các địa phương và ở khắp đất nước cho khách du lịch. Họ cũng có điều kiện giới thiệu về các đặc sản ở nhiều vùng miền với khách. Cũng trong vị thế nghề nghiệp của mình hướng dẫn viên du lịch có thể tìm và nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu, tập quán văn hóa của đoàn khách, các thị trường khách khác nhau trong quá trình phục vụ để phản hồi lại cho các cơ sở dịch vụ du lịch. Các cơ sở này có thể cung ứng các dịch vụ hợp với nhu cầu, thị hiếu của khách hơn và từ đó hiệu quả kinh doanh cao hơn và chất lượng sản phẩm du lịch cũng cao hơn. Vai trò marketing viên không chuyên cũng chính tỏ năng lực nghề nghiệp của hướng dẫn viên du lịch, góp phần gắn kết giữa doanh nghiệp lữ hành với các đối tác là cơ sở dịch vụ du lịch, cộng đồng dân cư địa phương có điểm đến du lịch.

Vai trò sứ giả

Hướng dẫn viên là người thay mặt cho đất nước, dân tộc, thay mặt cho ngành du lịch, cho địa phương, cho cộng đồng, cho doanh nghiệp... để đón tiếp, phục vụ và tiễn khách. Sự ngỡ ngàng, rụt rè khi đến du lịch một đất nước xa lạ của khách sẽ qua đi khi hướng dẫn viên thể hiện tốt vai trò này. Từ trang phục, trang điểm phong cách, đức tính cũng như năng lực của hướng dẫn viên

đều được khách cảm nhận theo cách của mình và họ hiểu được phần nào về đất nước con người, địa phương... qua hình ảnh của người hướng dẫn viên du lịch. Do đó để thực hiện tốt vai trò này, hướng dẫn viên phải rèn luyện để vừa thể hiện được cá tính, kỹ năng nghiệp vụ thuần thực, vừa thể hiện được bản sắc dân tộc một cách tự nhiên thông qua hoạt động nghề nghiệp của mình. Ấn tượng mà hướng dẫn viên có được từ khách du lịch sẽ là một trong yếu tố quan trọng để khách quyết định việc có quay trở lại đất nước này hay không. Nói chung vừa khéo léo, tế nhị, chân thực, vừa ân cần, vừa có sự hiểu biết về tập quán văn hóa của khách và biết vận dụng trong hành nghề, hướng dẫn viên du lịch thực sự có vai trò sứ giả, vai trò đầy kiêu hãnh và vẻ vang.

Vai trò người bảo vệ an ninh quốc gia, an toàn du lịch

Hướng dẫn viên không chỉ giới thiệu, quảng bá, phục vụ khách theo chương trình du lịch đã định sẵn mà phải phải luôn có ý thức trách nhiệm trước đất nước, trước quê hương và trước khách du lịch. Khách đến du lịch luôn mang theo những dự cảm và mong muốn tốt lành, mong có chuyến du lịch tuyệt vời, đầy ấn tượng và thân thiện. Song đôi khi khách lợi dụng danh nghĩa du lịch để thực hiện các hoạt động phi pháp gây tổn hại đến an ninh quốc gia hoặc an toàn du lịch. Chính vì vậy, hướng dẫn viên du lịch rất thân thiện, nhiệt tình nhưng cũng có trách nhiệm đảm bảo an toàn cho du khách và cho hoạt động du lịch nói chung, đồng thời nâng cao cảnh giác, ngăn ngừa và có biện pháp thích hợp trong phạm vi và khả năng của mình chống các hoạt động phi pháp, không phù hợp với khách du lịch. Vai trò này cần được thể hiện một cách khôn khéo, tế nhị trong kỹ năng nghiệp vụ của hướng dẫn viên du lịch nhằm tạo cho đoàn khách những ấn tượng không hay trong chuyến du lịch, nhưng khi cần vẫn phải cương quyết và phối hợp có hiệu quả với các cơ quan chức năng.

Như vậy, hướng dẫn viên có vai trò to lớn trong kinh doanh du lịch nói chung, trong hoạt động hướng dẫn nói chung. Để trở thành hướng dẫn viên

giỏi, ngoài khả năng nghiệp vụ, phẩm chất, hướng dẫn viên phải thực hiện tốt các vai trò của mình, xứng đáng là người bạn đường tin mền và linh hồn của đoàn khách du lịch. Đó cũng là những yêu cầu để hình thành các tố chất cần có của hướng dẫn viên du lịch chuyên nghiệp.

Có thể nói, hướng dẫn viên du lịch giữ vai trò không thể thiếu trong hoạt động hướng dẫn của các tổ chức kinh doanh du lịch. Để hoàn thành nhiệm vụ của mình, hướng dẫn viên du lịch phải là những người giỏi nghiệp vụ, có đủ yếu tố mà nghề nghiệp đòi hỏi.

2.2.2. Điều kiện cần và đủ của hướng dẫn viên

2.2.2.1 Các kiến thức về giao tiếp ứng xử cần có

Giao tiếp ứng xử với khách du lịch theo các tiêu chí phân loại du khách.

Khách du lịch ở những độ tuổi, giới tính, tôn giáo, hoàn cảnh sống khác nhau... thì sẽ có những nhu cầu, sở thích khác nhau. Người làm du lịch, đặc biệt là hướng dẫn viên cần phải hiểu từ những đặc điểm của những vị khách mà mình phục vụ, có như vậy mới có thể làm tốt công việc của mình.

Phân loại khách theo lứa tuổi và giới tính

Du khách là phụ nữ

Trong việc đi du lịch, giữa nam và nữ rõ ràng có sự khác nhau do yếu tố sinh lý và truyền thống xã hội quy định.

Phụ nữ về mặt sinh lý là người có độ nhạy cảm hơn nam giới. Họ đa cảm và tinh tế, tế nhị hơn nam giới. Trong khi đi du lịch phụ nữ thường biểu lộ mấy nét tâm lí sau đây: sành ăn hơn nam giới, tính toán tiền nong, thành thạo và nhanh trong mua hàng hay đi tham quan, họ kỹ tính hay đòi hỏi cẩn kẽ, sạch sẽ, gọn gàng, hễ không vừa ý là phàn nàn, góp ý ngay.

Hướng dẫn viên đối với khách du lịch là phụ nữ cần có cử chỉ lịch thiệp, nhẹ nhàng, biết quan tâm chia sẻ với họ.

Du khách là nam

Thường hay xông pha, bạo dạn hay có tính mạo hiểm trong du lịch. Nói chung nam tính tình cởi mở, dễ tính, tiêu, mua bán rộng rãi. Họ thích ăn của lạ, dùng đồ sang, tốt và đôi khi cũng hay đùa, thử thách với người phục vụ. Với du khách là nam, hướng dẫn viên du lịch đặc biệt là nữ hướng dẫn viên không bao giờ được nổi nóng với họ, biết giúp đỡ tư vấn cho họ mỗi khi họ mua hàng, mua đồ lưu niệm...

Phân loại khách theo lứa tuổi:

Du khách là người cao tuổi

Là nhóm người đặc biệt đi du lịch để an dưỡng. Họ thích yên tĩnh, chuyện trò nhỏ nhẹ. Đa số không thích giao tiếp ồn ào. Có một số khách nói chuyện vui vẻ, họ hay đánh giá. Ưu thế của du lịch nghiêng về giá trị thực tế, tính tiện dụng, thái độ phục vụ hơn là điều thuộc về hình thức. Người cao tuổi hay quên những điều chỉ dẫn của hướng dẫn viên du lịch, của khách sạn, nên chúng ta phải thường xuyên giúp đỡ và nhắc nhở khéo léo kịp thời.

Du khách là trẻ em (học sinh phổ thông)

Các em có thể đi du lịch theo bố mẹ, dưới sự hướng dẫn của các thầy cô giáo... Dù là hình thức nào chúng ta cũng cần hết sức quan tâm đến các em vì các em có mấy đặc điểm tâm lý sau: tính tình hiếu động, liêu lĩnh, mải chơi, nên hay vi phạm nội quy, hay quên lời dặn dò, vô ý thức chưa chín muồi, hay có tính tò mò, hiếu kỳ và bướng bỉnh, vì vậy hay đi xa, bơi xa nên dễ bị lạc đường, dễ ngã vì leo trèo... Các em hay cố tình bắt chước người lớn, ăn tiêu không biết tính toán.

Khi phục vụ đối tượng này, hướng dẫn viên du lịch cần có những chuẩn bị, những biện pháp và phương tiện phòng ngừa tai nạn cho trẻ em khi các em phạm sai lầm, cần nhắc nhở nhỏ nhẹ, giải thích sao cho các em thông hiểu.

Giao tiếp ứng xử với khách theo sở thích khách du lịch

Sở thích là khả năng lựa chọn phổ biến của con người, trước một đối tượng nào đó trong các lĩnh vực của cuộc sống mà đối tượng có sức lôi cuốn sự tập trung chú ý, điều khiển sự suy nghĩ và thúc đẩy con người hành động.

Sở thích đóng vai trò quan trọng trong hoạt động du lịch của con người. Trước hết sở thích tạo ra khát vọng đi tìm hiểu đối tượng, từ đó điều chỉnh hành vi của mình theo một hướng xác định.

Nếu động cơ đi du lịch là để nghỉ ngơi, giải trí phục hồi tâm sinh lý thì sở thích của khách thường là:

Thích đi theo các chuyến bao trọn, đến những nơi du lịch nổi tiếng.

Thích đi theo nhóm, thích sự yên tĩnh thơ mộng ở nơi du lịch.

Thích những sinh hoạt vui chơi thông thường như tắm nắng, vui đùa trên cát, lướt ván.

Thích phương tiện giao thông có tốc độ cao.

Thích thăm viếng bạn bè, người thân quen ở nơi du lịch.

Thích có nhiều dịch vụ ăn nghỉ, giải trí, nhiều cửa hàng, dịch vụ, quay phim, chụp ảnh.

Thích giao tiếp với các khách du lịch khác.

Thích mọi việc đã được sắp đặt sẵn.

Chất lượng các dịch vụ đã được quốc tế hóa.

Nếu đi du lịch với mục đích là công vụ, hội nghị thì sở thích của loại này thường là:

Phòng ngủ có chất lượng cao, có điều kiện phục vụ cho thể loại du lịch công vụ: nơi hội họp, hệ thống thông tin, in ấn, nơi để xe... Tính chính xác trong phục vụ: lịch sự và chu tất.

Nếu đi du lịch để khám phá, tìm hiểu thì có sở thích là:

Thích phưu lưu mạo hiểm; thích tới những nơi xa xôi; thích tìm tòi cái mới lạ; thích hòa mình vào nền văn hóa địa phương; đi lại nhiều, thích mua các mặt hàng lưu niệm độc đáo; thích sử dụng các yếu tố địa phương.

Nếu đi du lịch với mục đích chữa bệnh: thích được phục vụ ân cần, chu đáo; thích được động viên an ủi; có nhiều dịch vụ phục vụ cho việc chữa bệnh.

Giao tiếp ứng xử theo tâm trạng khách du lịch

Khách đi du lịch với tâm trạng dương tính: biểu hiện của loại khách này là hào hứng, thoải mái, sẵn sàng bước vào cuộc nghỉ ngơi, giải trí; thể hiện là người nhanh nhẹn, dễ dàng vượt qua những trở ngại ban đầu, cởi mở, nhiệt thành dễ hòa mình và thích ứng với điều kiện mới, thích nói chuyện, dễ thừa nhận và hài lòng với người phục vụ. Với tâm trạng như vậy họ tỏ ra dễ dàng trong tiêu dùng không tính toán chi li và biểu hiện sự cò kè, mặc cả quá đáng.

Khách du lịch có tâm trạng âm tính: biểu hiện của loại khách này là nét mặt buồn bã, u sầu, lo lắng, mệt mỏi các cử chỉ như vậy mang tính gò bó, miễn cưỡng, đần đờ. Với tâm trạng như vậy loại khách này tỏ ra rất khó khăn chấp nhận trong việc tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ du lịch.

Khách du lịch trong tình trạng "strees": Con người rơi vào tình trạng này có thể hoạt động của họ trở nên tốt hơn so với tâm trạng bình thường, hoặc cũng có thể hoạt động trở nên xấu đi.

Đối với người hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh du lịch một mặt cần nhanh chóng nắm bắt, đoán biết được tâm trạng của khách. Vì tâm trạng của khách chi phối toàn bộ hành vi của họ trong một thời gian khá dài. Mặt khác phải biết được yếu tố mà nó ảnh hưởng tới sự hình thành và phát triển tâm trạng của du khách.

Nhóm nhân tố chủ quan: sức khỏe, vị trí và vai trò của cá nhân trong nhóm, khí chất, tính cách, độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp văn hóa, tôn giáo, tình trạng gia đình, thu nhập.

Nhóm nhân tố khách quan

Giữa hai nhóm nhân tố nói trên thì nhóm nhân tố chủ quan đóng vai trò quyết định trong sự hình thành tâm trạng ban đầu của khách du lịch mà các nhà kinh doanh du lịch không thể kiểm soát và điều chỉnh được, nhóm nhân tố khách quan có thể làm cho tâm trạng ban đầu của khách phát triển theo hướng dương tính hoặc là phá vỡ nó, làm cho nó đối cực (âm tính).

Môi trường tự nhiên: phong cảnh, khí hậu, nguồn nước, bãi tắm, thực-động vật có ảnh hưởng tốt đến tâm trạng du khách.

Những giá trị văn hóa, lịch sử: các di vật khảo cổ, các tượng đài văn hóa, lịch sử, các địa danh gắn liền với những chiến công hiển hách, với tên tuổi các vĩ nhân, các công trình kiến trúc, các thành tựu kinh tế kỹ thuật sẽ gây nên sự thích thú, kích thích tính tò mò trong du khách, "kéo" khách du lịch xích lại gần với lịch sử văn hóa và kinh tế của nơi du lịch tạo ra trong họ những ấn tượng mạnh và sâu sắc.

Nếp sống văn hóa, truyền thống, phong tục tập quán, lễ hội... những yếu tố này gây cho khách cảm giác vừa lý thú, vừa học hỏi, vừa hoài niệm, vừa man mác cảm thông mang nặng niềm cảm mến với thiên nhiên và con người ở nơi du lịch.

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch: đây là yếu tố quan trọng hàng đầu để duy trì hoặc phát triển tâm trạng dương tính của khách du lịch. Một trong những chiến lược cạnh tranh trên thị trường du lịch hiện nay là chiến lược đầu tư nhằm thay đổi công nghệ du lịch trong bốn lĩnh vực: kỹ thuật, con người, tổ chức và thông tin. Vì đây chính là nâng cao chất lượng dịch vụ, sản phẩm du lịch. Tâm trạng của khách là sự đón chờ, mong đợi hưởng thụ chất lượng dịch vụ mà nó xứng với đồng tiền mà họ bỏ ra.

Ảnh hưởng của nhân viên phục vụ tới tâm trạng của khách: các thao tác trong quá trình phục vụ đều tác động rất mạnh tới hứng thú của khách. Một khi không chú ý tới họ, thờ ơ, lãnh đạm, sai sót về kỹ thuật, nói năng nhát gừng, cục cằn... thì sẽ làm thui chột các tâm trạng dương tính trong du khách. Vì thế người phục vụ phải chú ý tới từng chi tiết nhỏ như lúc nào cũng phải niềm nở, giữ nụ cười trên môi, chúc tụng, ánh mắt, nụ cười phải biết bố trí và phân phối một cách hợp lý, luôn thể hiện sự cảm thông và đồng cảm với khách trong quá trình phục vụ họ.

Tâm lý khách du lịch theo châu lục:

Khách là người châu Phi: tính nóng nảy, cuồng nhiệt, dễ tự ái dân tộc, nhưng chất phác thẳng thắn.

Khách là người châu Mỹ la tinh: trực tính, yêu ghét rõ ràng và hay tranh luận.

Khách là người châu Âu: tính cởi mở, nói nhiều, tự do, cử chỉ tự nhiên, phóng khoáng, vui buồn dễ thể hiện trên mặt.

Người làm du lịch, nhất là các doanh nghiệp cần chú ý tới du khách là người châu Âu như: Anh, Pháp, Nga... hiện nay cũng chiếm khá đông. Đó là những chuyên gia, các nhà kinh doanh, các tri thức sang nước ta làm việc. Họ có nhiều đặc điểm, yếu tố giống nhau:

- Có lối sống tinh tế, cởi mở, khấn trương, phản ánh nền đại công nghiệp, kinh tế phát triển, có mức sống tương đối cao.

- Có nền văn hóa văn minh, tiên tiến đi trước thời đại hiện thời.

- Họ sống quen khí hậu ôn đới và hàn đới, nên tạo ra nhiều thói quen ăn, mặc, vui chơi, giải trí khác hẳn nước ta: ăn bánh mì, uống sữa, cà phê, bia rượu, thịt, các món ăn lạnh....

- Đa số họ có tôn giáo ki tô, đạo tin lành, còn đạo hồi rất ít.

- Họ có nhiều nét tâm lý chủ yếu như sau: đề cao chủ nghĩa cá nhân; quý trọng tự do cá nhân; ý thức pháp luật rất cao; họ sống bằng lý trí và pháp luật. Vì vậy họ rất thích làm, ăn, chơi, nghỉ theo đúng giờ giấc; họ sống thẳng thắn, công khai theo pháp lý (không ưa xin xỏ, nâng giá tùy tiện); họ rất ghét tính tùy tiện; họ không thích nói chuyện văn học nghệ thuật, làm ăn kinh tế, cho nên trong giao tiếp nên tránh những vấn đề đó.

Trong giao tiếp: có thói quen chào hỏi, cảm ơn, xin lỗi, bắt tay, vỗ tay.... Họ cũng rất ưa nhảy múa sôi động, khi thân quen họ mới hôn thân mật.

Các tập quán này chúng ta cần biết để ứng xử hợp với họ như:

Bắt tay: nhẹ nhàng, chớ lắc nhiều, thân thiết mới nắm chặt, lắc nhẹ. Khi bắt tay thì người cao tuổi, phụ nữ, cấp trên bao giờ cũng được phép đưa tay ra trước. Kính trọng mới đưa cả hai tay ra để bắt.

Cái hôn: thông thường là hôn má, hôn trán, chỉ vợ chồng, người yêu mới hôn môi. Cũng như bắt tay, thường người nhiều tuổi, phụ nữ hôn trước.

Tặng hoa: người châu Âu trong ngoại giao hay tặng hoa nhau: tặng hoa sinh nhật, các ngày lễ trọng đại, cưới, được thăng chức, hoặc lâu ngày không gặp nhau. Chỉ nên tặng hoa theo số lẻ 3, 5, 6, 9 bông không tặng chẵn.

Họ ưa dùng nước hoa, tiếp khách chỉ ở cửa hàng, không nên vào phòng ngủ, nếu vào tuyệt đối không nên ngồi vào giường ngủ.

Ăn uống: họ ăn uống rất sạch sẽ, vì vậy khi ph phục vụ bữa ăn uống cần làm theo bài bản (có sách hướng dẫn riêng), buồng, bàn, giường của họ đòi hỏi sạch, đẹp...

Du khách là người châu Á: người Trung Quốc, Đài Loan, Hồng Kông, Thái Lan, Xinggapo, Malaysia, Hàn quốc... sang nước ta ngày một nhiều vừa để du lịch, vừa để công tác.

Khách là người châu Á. tính tình kín đáo, buồn, vui, giận dữ không biểu lộ trên nét mặt

Họ là những con người gần gũi với chúng ta về nhiều mặt: kinh tế, tôn giáo (Phật giáo), hệ tư tưởng (Khổng giáo), phong tục tập quán (cùng ăn cơm, dùng đũa, cùng ở vùng nhiệt đới, có cây lúa nước...) từ đó họ có nhiều nét tâm lí giống nhau:

- Đời sống tình cảm kín đáo, nặng tình, nhẹ lý.
- Thường ăn ngon, lấy ăn làm chuẩn; còn nhảy, múa, hát lại rất ít.
- Trong ăn rất cầu kỳ về nấu nướng, gia giảm...
- Trong chi tiêu: họ tính toán, tiết kiệm và dè xẻn.
- Có một số lễ nghi khác hẳn người châu Âu: Vái chào, thích xung hô theo kiểu quan hệ gia đình, thích mời chào vội vã. Họ ăn uống rất lâu, thích ngồi chiếu...

Theo tôn giáo

Giao tiếp ứng xử với khách du lịch là người theo đạo phật:

Nói chung tín đồ đạo Phật có đặc tính tâm lí giàu lòng nhân từ, bác ái, thương người, an phận thủ thường, rất nhẫn nại, đôi khi đến mức nhẫn nhục, yêu thích bình yên, yên tĩnh và dễ hòa nhập với bất kỳ đạo nào. Họ có nhiều tập tục và kiêng kị mà ngành du lịch nghiên cứu để giao tiếp cho phải đạo lý với họ. Ví dụ: xuất hành theo ngày giờ nhất định, ra ngõ gặp phụ nữ; đi vào đình, chùa, miếu là phải lễ bái, thắp hương cúng hoa quả....

Du khách theo đạo Hồi:

Họ là những tín đồ thờ một đấng ALa và tin tưởng rất tuyệt đối, trung thành nên có một số nơi bị chính trị hóa trở thành Quốc đạo. Họ còn nhiều tập quán kì quặc, khắt khe. Có một số người vì quá tôn sùng đạo của mình mà có thái độ kì thị với các tín đồ đạo khác, có thái độ thù địch với ai không ủng hộ họ, vì vậy du lịch viên khi tiếp xúc với họ cần tôn trọng tín ngưỡng và các tập quán của họ một cách nghiêm túc, nếu vi phạm sẽ dễ sinh chuyện rầy rà, phiền phức. Chúng ta không nên đến nhà riêng của họ. Là đàn ông chớ có làm quen với phụ nữ của họ, nhất là phụ nữ đã có chồng. Tốt nhất là chỉ nên gặp họ tại các cửa hàng, khách sạn. Họ có tục kiêng ăn thịt vào các dịp tháng 3 hàng năm.

Du khách là người theo đạo Kitô hay còn gọi là Thiên Chúa Giáo:

Họ có lòng tin vào Đức chúa trời một cách tuyệt đối và rất trung thành, ngoài chúa không thờ ai. Đạo này có nơi có lúc bị lợi dụng trở thành công tin dẫn đến chiến tranh tôn giáo. Tín đồ đạo Thiên chúa rất hiền lành, thật thà, tốt bụng, chất phác. Họ cũng có nhiều tục kiêng kị, lễ nghi rất văn hóa. Hàng ngày họ đọc kinh rửa tội, khi giao tiếp với họ cũng nên thận trọng không kém gì với các tín đồ đạo Hồi. Nếu kính trọng họ, được họ quý mến. Ngược lại, nếu ai bài bác, chống đối họ họ sẵn sàng bảo vệ đến mức có thể “tử vì đạo”.

Tâm lý khách du lịch theo nghề nghiệp

Khách là người quản lý: Động cơ chính của chuyến đi là công vụ hoặc kinh doanh kết hợp tham quan, giải trí. Loại khách này có khả năng thanh toán cao, đưa ra quyết định tiêu dùng nhanh. Nói năng điệu bộ mang tính chỉ huy, thích được đề cao, tính phô trương và kiểu cách biểu hiện rõ nét ở loại khách này, biết tranh thủ tình cảm của đối tượng giao tiếp, có nghệ thuật ứng xử nhưng loại này hành động theo lý trí, rất khó hành động theo tình cảm.

Khách là nghệ sỹ: Động cơ chính của chuyến đi là nghỉ ngơi giải trí và cũng là để sáng tạo. Đặc điểm của khách này là giàu tình cảm, giàu trí tưởng tượng, hào phóng, thích làm cho người khác yêu mến, quý trọng. Thể hiện rõ tình cảm của mình khi tiếp xúc với ngoại giới. Tuy nhiên họ đóng kịch cũng rất giỏi và có khả năng đoán biết được tương đối chính xác tâm lý của đối tượng giao tiếp với họ. Loại khách này có thói chơi ngông, thái độ ngang ngạnh, tự do thoải mái cá nhân, rất ghét sự gò bó, nề nếp, theo một khuôn mẫu nhất định.

Khách là thương gia: Loại khách này là nhà buôn. Mục đích chuyến đi là tìm kiếm thị trường, mua hàng có thể kết hợp với nghỉ ngơi, giải trí. Loại khách này ưa hoạt động, sẵn lòng thông tin, khảo sát giá cả nhanh nhạy với thị trường, ngôn ngữ phong phú hay dùng tiếng nóng, biết nhiều tin tức vĩa hè, có nhiều kinh nghiệm thủ thuật trong giao tiếp, ứng xử nhanh với tình huống. Có khả năng và nghệ thuật thuyết phục cao, thể hiện tính phô trương và kiểu cách. Hay kiêu kỳ và rất tin vào sự may rủi. Độ lì lợm. chấp nhận rủi ro "Risks"

Khách là nhà báo: Ký giả do nghề nghiệp của họ tìm thông tin của mọi lĩnh vực về đời sống xã hội, với họ thông tin càng mới càng giật gân, càng kịp thời càng có giá trị. Do vậy họ rất tò mò, hoạt động bất kể giờ giấc, tác phong khẩn trương. khi phục vụ loại khách này xin đừng làm bất kể điều gì để họ phật lòng. Làm cho họ vừa lòng chỉ có lợi cho doanh nghiệp mình.

Khách là những nhà khoa học - kỹ thuật: Họ là những người có vốn tri thức rộng hiểu biết nhiều, giàu óc tưởng tượng, tư duy sâu sắc, nhanh nhạy với cái mới và thích đổi mới. Tác phong mực thước, ít nổi khùng. Loại khách này thích được tôn trọng, đối xử lịch thiệp, yêu cầu cao về tính trung thực và chính xác trong phục vụ, hay cố chấp, khi châm biếm rất tế nhị sâu cay.

Khách hàng là công nhân: Mục đích chính của khách này thực sự là đi nghỉ ngơi; khả năng thanh toán thấp "xót xa" khi tiêu tiền ở điểm du lịch. Tuy nhiên họ rất nhiệt thành, cởi mở dễ dãi, đơn giản, không ưa cầu kỳ khách sáo, rất thực tế, xô bồ, dễ bỏ qua.

Khách hàng là thủy thủ: Do điều kiện làm việc bị gò bó cả về không gian lẫn thời gian, nên tâm lý của họ là muốn "xả hơi". Tranh thủ giải tỏa trong thời gian cập bến tại một cảng nào đó. Biểu hiện của loại khách này là tự do, vô độ, thậm chí thể hiện sự sống gấp.

Khách hàng là nhà chính trị, ngoại giao: Họ rất thích hình thức và lễ nghi, tính chính xác trong phục vụ cùng với tính văn minh, lịch sự, tế nhị. Ngôn ngữ, cử chỉ của họ ít có sự vô tình hay ngẫu nhiên.

2.2.2.2 Những kiến thức và kỹ năng cần có ở hướng dẫn viên khi phục vụ khách

Lữ hành (Travel) có gốc từ tiếng Pháp có nghĩa là sự lao động gian khổ. Những ai khi bước vào nghề lữ hành cũng phải trau dồi những phẩm chất riêng biệt để chấp nhận sự gian khổ, thậm chí mạo hiểm, khám phá. Người Anh nhắc nhở điều này bằng 6 chữ K:

Knowledge: (Sự hiểu biết); *Kindness* (lòng tốt); *Keeness* (trò vui nhộn); *Know* (bí quyết trong cách làm); *Knack* (mẹo vặt và sự khéo léo). Đó cũng chính là sự nhắc nhở cho những người làm nghề lữ hành: “Duy trì các chuẩn mực nghề nghiệp, đạo đức và hiệu quả kinh doanh cao nhất. Chống lại bất cứ việc làm nào không phù hợp với đạo lý, bằng mọi cách giữ gìn, bảo vệ phẩm chất và tính nghiêm túc của nghề lữ hành”

Trong hoạt động hướng dẫn du lịch, vai trò hướng dẫn viên du lịch rất cần thiết. Đó là những “sứ giả văn hoá” dưới mắt du khách trong và ngoài nước. Đó là những người đại diện cho các tổ chức du lịch trực tiếp điều hành, hướng dẫn, phục vụ du khách trong các tour du lịch. Chất lượng trong chuyến đi thế nào, sản phẩm du lịch thế nào, hình ảnh của công ty với khách hàng ra sao... tùy thuộc rất nhiều vào khả năng lao động của hướng dẫn viên du lịch.

Một hướng dẫn viên giỏi phải cần có những tố chất, điều kiện cần có: trình độ tri thức tổng quát, ngoại ngữ, kỹ năng, tuổi tác, ngoại hình của hướng dẫn viên du lịch.

Ngoài ra còn là những kỹ năng, nghiệp vụ cơ bản: trình tự phục vụ hướng dẫn du khách, kỹ năng điều hành, hướng dẫn phục vụ du khách hiệu quả; xử lý đề phòng các sự cố trong hoạt động hướng dẫn du lịch; cách xử lý những nhu cầu cá biệt của du khách; kỹ năng sử dụng ngôn ngữ trong hoạt động hướng dẫn du lịch.

Tố chất cơ bản của hướng dẫn viên du lịch:

- Về tư tưởng đạo đức:

Theo tổ chức UNESCO, phẩm chất đạo đức con người là tiêu chí hàng đầu trong thế kỷ 21. Tố chất cơ bản đầu tiên của hướng dẫn viên du lịch là đạo đức, tư tưởng được thể hiện cụ thể:

Lòng yêu nước, yêu quê hương, yêu nhân dân:

Được thể hiện thông qua việc giới thiệu một cách sinh động về lịch sử của dân tộc, phong cảnh tự nhiên đặc thù, độc đáo và sinh đẹp; về các giá trị văn hoá, sự phong phú về phong tục tập quán của các cộng đồng dân cư, dân tộc thiểu số, lễ hội văn hoá ẩm thực,...Thật khó để có thể truyền đạt những nét văn hoá truyền thống của dân tộc mình đến người khác một cách ấn tượng và sâu sắc khi chưa trang bị cho mình một tình yêu đất nước, quê hương nồng nàn, sâu đậm. Đây chính là một trong những yếu tố thể hiện “Phân hồn” của một người làm công tác lễ hành.

Có lòng tự trọng dân tộc và lòng tự trọng cá nhân cao độ:

Hướng dẫn viên phải tích cực giúp du khách hiểu rõ những phong tục tập quán của một vùng dân cư, của dân tộc mình, và cũng kiên quyết bảo vệ những nét văn hoá tốt đẹp đó. Giải thích cho du khách thấy rõ sự khác biệt và giúp họ ứng xử đúng, phù hợp với cộng đồng.

Có tình cảm cao thượng, yêu nghề:

Hướng dẫn viên có tình yêu thiên nhiên, biết gìn giữ và bảo vệ môi trường của cộng đồng mình đang sống thông qua các hình thức Du lịch xanh - Du lịch tìm hiểu và bảo vệ môi trường; Tích cực thực hiện và vận động mọi người thực hiện các hoạt động thiết thực liên quan đến việc giữ gìn cảnh quan môi trường.

Hướng dẫn viên có tình cảm đúng đắn trong quan hệ nam nữ, thể hiện tính nhân bản trong quan hệ đồng loại.

Hướng dẫn viên có lòng đam mê nghề, luôn rèn luyện phẩm chất và không có những hành vi làm tổn thương đến hình ảnh của người hướng dẫn viên du lịch trong hoạt động xã hội.

Sống có kỷ luật và tôn trọng luật pháp:

Yêu cầu rất cao trong cuộc sống của người hướng dẫn viên là tính kỷ luật và tinh thần đồng đội, hiểu biết pháp luật và hành động tôn trọng pháp luật. Người hướng dẫn viên luôn là một mẫu mực trong các hoạt động xã hội.

- Trình độ tri thức tổng quát:

Mục tiêu chính của nghề hướng dẫn du lịch là sự đáp ứng nhu cầu của khách hàng trên gần như hầu hết các địa hạt, không nói riêng về du lịch: như văn hoá, lịch sử, kinh tế, chính trị, xã hội. Du khách khi đi ra khỏi nơi cư trú của mình, tâm lý của họ là muốn tìm hiểu những gì mà mình chưa biết hay biết nhưng chưa rõ lắm.

Để đáp ứng và thoả mãn sự hiếu kỳ của du khách, hướng dẫn viên phải nắm bắt tình hình về kinh tế, chính trị, các chiều hướng văn hoá, xã hội hiện tại

của đất nước mình; truyền thống dân tộc và sự phát triển xã hội theo hướng tích cực (hướng dẫn viên không nên nói quá nhiều về tiêu cực xã hội của một vùng dân cư hoặc đất nước mình, càng hạn chế càng tốt)... Qua đó sẽ giúp cho du khách hiểu biết thêm về sự phát triển của xã hội, đất nước nơi họ đang đến du lịch.

Tuy nhiên, có những câu hỏi của du khách đặt ra, hướng dẫn viên không nhất thiết là phải biết 100% và có cảm giác bắt buộc trả lời.

Bên cạnh đó, trình độ ngoại ngữ của hướng dẫn viên không chỉ đơn thuần là các kỹ năng cơ bản như: nghe, nói, đọc, viết mà còn là kỹ năng diễn đạt ngôn ngữ thật phong phú, tỉ mỉ, sâu sắc về các đề tài văn hoá, lịch sử, khoa học một cách chuẩn mực và ấn tượng. Để thực hiện điều này, hướng dẫn viên phải có vốn ngoại ngữ thật tốt và thường xuyên trau dồi kiến thức từ thực tiễn.

Sự say mê nghề nghiệp, cũng là một yếu tố quan trọng, nó giúp cho hướng dẫn viên vượt qua những trở ngại, khó khăn mà trong quá trình hoạt động hướng dẫn viên tất yếu phải trải qua.

Trong những quốc gia đang phát triển du lịch như ở Việt Nam hiện nay, đòi hỏi ở hướng dẫn viên rất nhiều khả năng, đặc biệt là kỹ năng giao tiếp của họ. Người hướng dẫn viên du lịch trong quá trình thực hiện nghề nghiệp cần thể hiện các chức năng sau:

- Thực hiện công tác hướng dẫn du lịch trong tinh thần nghiệp vụ chuyên nghiệp.

- Làm công việc của một người có khả năng ngoại giao, biết và hiểu tâm lý của du khách để có thể giải toả những thắc mắc, những hiểu lầm của du khách về những vấn đề không liên quan gì đến du lịch, ví dụ như: các tệ nạn xã hội, vệ sinh môi trường, giáo dục cộng đồng, trật tự an toàn giao thông...

- Làm công tác tuyên truyền, nhưng rất khéo léo và tinh tế. Hướng dẫn viên cần có sự hiểu biết khoa tâm lý học ứng dụng để có thể ứng xử một cách linh hoạt trong công việc của mình. Làm sao khi công tác tuyên truyền mà đôi

tượng không cảm nhận ta đang làm công tác tuyên truyền, như vậy mới đạt hiệu quả.

- Làm kinh tế, giới thiệu đến du khách tiềm năng phát triển của một vùng đất, khu vực và của đất nước. Những lĩnh vực đầu tư nào quốc gia đang khuyến khích, những thế mạnh của vùng, của đất nước trong quá trình phát triển và hội nhập.

Có được các tri thức này cần phải có một quá trình tích lũy lâu dài của người hướng dẫn viên. Hướng dẫn viên phải ý thức rõ và thực sự nhận biết về điều này, luôn trau dồi sự hiểu biết của mình thông qua:

Sách vở, phương tiện thông tin đại chúng (báo chí chuyên ngành du lịch, các trang web về du lịch trên mạng internet...)

Trao đổi kinh nghiệm với những người đi trước, các chuyên gia hoạt động trong ngành... thông qua các lớp học chuyên đề ngắn ngày.

Khi có cơ hội, tích cực tham gia các chuyến du khảo thực tế về các vùng du lịch hoặc tìm hiểu thêm văn hoá của các vùng dân cư, nhất là các dân tộc thiểu số.

- Kỹ năng thuyết trình:

Trong chương trình du lịch, phần lớn hoạt động thuyết trình tại các điểm tham quan đều do hướng dẫn viên phải trực tiếp đảm nhiệm. Mục tiêu của hoạt động thuyết trình là: kết thúc hoạt động thuyết trình, du khách phải cảm nhận được giá trị của đối tượng tham quan. Để đạt được điều đó, hướng dẫn viên cần phải có kỹ năng thuyết trình tốt. Một người có khả năng thuyết trình là người có khả năng nói được trước đám đông, lôi cuốn được họ và cũng là đạt được mục tiêu của hoạt động thuyết trình đó là người nghe cảm nhận những điều mà người thuyết trình muốn.

Khi thuyết trình, hướng dẫn viên cần chú ý các điều sau đây:

Chuẩn bị tốt nội dung thuyết trình và các yếu tố đảm bảo điều kiện cho hoạt động thuyết trình, các phương tiện kỹ thuật hỗ trợ phải được kiểm tra và

hiệu chỉnh phù hợp. Buổi thuyết trình sẽ không đạt kết quả tốt với một chiếc micro bị rè cho dù nội dung được chuẩn bị chu đáo;

Phải dành thời gian để tạo hứng thú cho người nghe về nội dung thuyết trình. Tuyệt đối không được bắt đầu ngay nội dung thuyết trình khi người nghe chưa thực sự hứng thú;

Việc cung cấp thông tin mới chỉ nên giới hạn trong thời lượng không quá 15 phút cho mỗi nội dung. Vì thông thường, khả năng tập trung lắng nghe và ghi nhớ tốt những thông tin mới của con người chỉ giới hạn trong khoảng không quá 15 phút. Do vậy, dung lượng thông tin cũng không thể quá lớn và nó cần phải có sự xen kẽ với các nội dung khác giữa các phần nội dung thuyết trình.

Phải có đầy đủ ba phần là: đặt vấn đề, giải quyết vấn đề và kết thúc vấn đề cho mỗi nội dung thuyết trình và phải đảm bảo logic giữa các chủ đề;

Lời nói với tuần suất âm thanh vừa phải, không nhanh, không chậm và tuyệt đối tránh việc mở đầu câu với âm lượng lớn và sau đó nhỏ dần về cuối câu;

Dùng từ ngữ một cách đơn giản, dễ hiểu. Tuyệt đối không nên dùng quá nhiều những thuật ngữ chuyên ngành hoặc mang tính hàn lâm. Trong trường hợp bất khả kháng phải dùng, cần phải có sự giải thích cụ thể;

Sử dụng lời nói dí dỏm, lôi cuốn người nghe, nhưng không được quá câu lệ về nghi thức của lời nói. Đây là một đặc điểm không tốt ở việc sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp của người Việt Nam. Chúng ta thường rất hay chú ý đến nghi thức của lời nói và ý nhị trong lời nói. Điều này đôi khi làm cho người nghe rất khó cảm nhận được ý của người nói, nhất là những người phương Tây. Kết hợp hài hòa giữa nội dung thể hiện bằng lời nói với ngôn ngữ không lời để biểu đạt nội dung sinh động và lôi cuốn người nghe;

Quan sát và nắm bắt được diễn biến tâm lý của du khách trong khi họ nghe thuyết trình và biết can thiệp đúng lúc để đạt được mục đích của hoạt động thuyết trình;

Sử dụng hợp lý các công cụ và phương tiện hỗ trợ;

Luôn ghi nhớ triết lý làm việc: "Lý do duy nhất của việc bạn đứng đó là để du khách cảm nhận đầy đủ nhất và tốt nhất về giá trị tham quan, chứ không phải để thể hiện bạn là nhà thông thái".

- Kỹ năng quan sát:

Là một hướng dẫn viên, việc quan sát của bạn phải thực sự là một kỹ năng. Đối tượng quan sát của bạn bao gồm:

Đối với việc quan sát du khách, bạn phải nhận diện một cách nhanh nhạy các biểu hiện bên ngoài của du khách và từ đó nắm bắt được tâm lý bên trong của họ. Bước tiếp theo là bạn phải biết quyết định mình cần thay đổi gì hay can thiệp gì để công việc hiện tại sẽ tốt hơn và quan trọng là phải đạt được mục tiêu cuối cùng đã đề ra. Đối với các quan sát về việc cung ứng dịch vụ của các nhà cung cấp, hướng dẫn viên phải nhận diện được sự thiếu sót, bất hợp lý trong quy trình phục vụ, điều kiện phục vụ và thái độ phục vụ của nhân viên tại các nhà cung cấp. Trên cơ sở đó, hướng dẫn viên cần đưa ra những quyết định can thiệp kịp thời.

Đối với môi trường xung quanh, hướng dẫn viên phải nhận diện được những tác động tiêu cực có thể có đối việc thực hiện tốt chương trình và có những biện pháp chế ngự hoặc khắc phục phù hợp.

Những vấn đề mà hướng dẫn viên cần phải quan sát và nhận diện được khi thuyết trình

- Về khách:

Mức độ hứng thú của khách đối với đối tượng tham quan, với nội dung thuyết trình của hướng dẫn viên. Những người có hứng thú thường sẽ chăm chú và lắng nghe, chăm chú quan sát và cũng thường hay đặt câu hỏi cho hướng dẫn viên. Ngược lại, những người khách không hứng thú thường hay lơ đãng, nhìn lên trời và theo đuổi sở thích riêng như nói chuyện, thậm chí là sự say sưa chụp ảnh, tư thế đứng của họ cũng không yên, luôn thay đổi;

Mức hiểu hay cảm nhận của khách về đối tượng tham quan qua bài thuyết minh. Những cử chỉ như gật đầu, nét mặt hân hoan hay qua những câu hỏi đúng lúc, đúng trọng tâm, là những biểu hiện cho sự hiểu hoặc đang còn băn khoăn về những điều họ được nghe. Điều này cũng có thể do vấn đề bạn đưa ra quá phức tạp hoặc cũng có thể bạn đã nói quá nhanh hoặc bạn đã vội vàng đi ngay vào nội dung vấn đề trong khi chưa tạo ra được sự hứng thú của khách với nghề của bạn muốn trình bày;

Sự bất đồng ý kiến với nội dung thuyết trình. Biểu hiện của trạng thái này là sự cau mày hoặc lắc đầu chậm rãi.

Sự mệt mỏi, chán trường. Biểu hiện của trạng thái này là sự uể oải khi di chuyển, mắt nhìn lên trời khi nghe thuyết minh, quan sát tìm kiếm chỗ ngồi khi có thể.

Biện pháp điều chỉnh:

- Làm rõ vấn đề khách đang băn khoăn.
- Điều chỉnh nội dung và dung lượng thông tin.
- Điều chỉnh tốc độ nói và âm lượng của lời nói.

Tuy nhiên bạn cũng phải lưu ý rằng, giao tiếp giữa hướng dẫn viên với đoàn khách là giao tiếp nhóm chứ không phải giao tiếp song phương. Do vậy mọi điều chỉnh nhằm đáp ứng mong muốn của một cá nhân phải đảm bảo không làm ảnh hưởng tới các thành viên khách trong đoàn. Thách thức đặt ra cho bạn chính là những điều kiện của bạn phải là điều kiện chung của cả đoàn nhưng mọi thành viên lại đều cảm thấy mình được chú ý.

- Về môi trường xung quanh:

Những yếu tố ảnh hưởng đến sự an toàn của khách: địa hình thiếu bằng phẳng, trơn, gập gềnh có cành khô phía trên đầu, ổ kiến lửa...;

Những yếu tố hạn chế việc quan sát của khách: hướng nắng, hướng gió và những cản trở khác như sự che khuất của các vòm lá cây;

Những tác động ngoại cảnh ảnh hưởng đến sự chú ý của khách vào nội dung thuyết trình: những hoạt động, hiện tượng và hình ảnh, âm thanh bất thường.

Biện pháp điều chỉnh:

- Lựa chọn vị trí quan sát thích hợp;
- “Lôi khách vào cuộc” bằng những thủ pháp điều khiển đoàn khách.

Những vấn đề mà hướng dẫn viên cần phải quan sát và nhận diện được trong quá trình phục vụ

- Về khách:

Bầu không khí của đoàn khách. Điều này thể hiện ở các mối quan hệ giữa các thành viên trong đoàn. Với đoàn khách có bầu không khí tập thể tốt, thường các thành viên sẽ hay nói chuyện với nhau khi đi trên xe, khi di chuyển hay trong bữa ăn và những lúc nghỉ giải lao.

Mức độ hài lòng của du khách. Đây là điều không dễ đánh giá, vì không phải khách nào cũng dễ dàng bộc lộ sự bất bình của mình. Nhiều khi vì phép lịch sự, sự tế nhị trong giao tiếp trực tiếp, có thể một vài lỗi nhỏ sẽ được bỏ qua và khách xem như đó là chuyện đã qua. Tuy nhiên, chúng ta vẫn phải cố gắng để nhận thấy nó từ những biểu hiện hành vi của khách. Chẳng hạn, khi nhìn thấy khách ăn không nhiệt tình, uể oải, trong đầu hướng dẫn viên phải xuất hiện ngay những câu hỏi liên quan: khách mệt? suất ăn quá nhiều? món ăn không hợp khẩu vị hoặc không ngon?

Những phản ứng bất thường của khách. Những phản ứng này có thể liên quan đến thái độ của khách đối với dịch vụ và cả những phản ứng liên quan đến vấn đề chăm sóc sức khỏe của khách. Ví dụ khi chuẩn bị ăn, khách cứ nhìn chăm chú vào đĩa thức ăn trong khi hai tay đã sẵn sàng dụng cụ ăn. Câu hỏi xuất hiện trong đầu hướng dẫn viên là: Khách đang băn khoăn về cách ăn? Khách đang có nghi ngại về thức ăn? Khách muốn biết món ăn có công thức chế biến như thế nào? Hoặc trong khi chờ làm thủ tục nhận phòng, khách quan

sát tất cả các chỗ trong khu vực đón tiếp. Điều đó là có thể họ đang có sự hoài nghi về chất lượng dịch vụ của khách sạn hoặc đang nghĩ đến việc họ sẽ có được gì ở khách sạn này.

Biện pháp điều chỉnh:

- Làm rõ vấn đề của khách.
- Tăng cường các hoạt động tập thể.

Giới thiệu cụ thể về dịch vụ: các loại dịch vụ, cấp độ của dịch vụ theo yêu cầu đặt chỗ và chỉ rõ những ưu điểm về dịch vụ của các nhà cung cấp để khách yên tâm.

- Về người phục vụ:

Hình thức bên ngoài: Sự chính chu về trang phục, hình thức bên ngoài, trạng thái tâm lí.

Những thiếu sót hoặc chưa đúng trong quy trình phục vụ;

Kỹ năng nghiệp vụ.

Tốc độ phục vụ chậm.

Thái độ phục vụ mà trước hết là có hay không nụ cười khi phục vụ và tất nhiên chúng ta không mong chờ nụ cười “lỗi nhịp”, sự tận tình hướng dẫn khách sử dụng hoặc giải thích về dịch vụ...

Tính đồng bộ trong quá trình phục vụ.

Biện pháp điều chỉnh:

- Góp ý để thay đổi.
- Ngăn chặn và khắc phục.
- Về điều kiện phục vụ: sự đồng bộ, mức độ tiện nghi, mức độ vệ sinh, mức độ an toàn và thẩm mỹ của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật trong mỗi loại dịch vụ.

Những khiếm khuyết trong phòng của khách: không khí không thông thoáng, có mùi ẩm mốc, không có nước nóng, sự thoát nước kém ở nhà vệ sinh;

Vệ sinh của khu phục vụ ăn uống, những dụng cụ ăn thiếu sự chỉnh chu, lạnh lặn.

Không có biểu hiện của công ty và biểu hiện xác nhận đặt chỗ hoặc các chỉ dẫn khác theo yêu cầu của dịch vụ tại các khu vực đã được đặt trước.

Để rèn luyện kỹ năng nhận diện các biểu hiện hành vi của du khách, không có cách nào khác là chúng ta phải phân loại chúng và học thuộc. Ngoài ra, để đảm bảo cho việc nhận diện chính xác bản chất của các hành vi, đôi khi chúng ta cần phải kết hợp các kỹ năng khác như kỹ năng đặt câu hỏi, kỹ năng lắng nghe.

Đối với những điều chỉnh liên quan đến các yếu tố thuộc về phục vụ, điều quan trọng là phải kịp thời để đảm bảo dịch vụ được cung cấp đúng theo yêu cầu, thách thức đặt ra là làm thế nào để những sai sót không được bộc lộ trước khách hàng hay nói cách khác, đối với khách, các dịch vụ được cung ứng đúng ngay từ đầu và đáp ứng đúng mong muốn của khách. Trong các nội dung quan sát trên, việc quan sát diễn biến tâm lý của đoàn khách có vai trò đặc biệt quan trọng. Bởi vì, suy cho cùng, làm cho khách hài lòng chính là mục tiêu cuối cùng của sự phục vụ. Sự hài lòng hay không hài lòng của du khách xuất phát từ cảm nhận chung của họ có được trong toàn bộ chuyến hành trình.

- Kỹ năng im lặng và lắng nghe

"Có một nghệ thuật đi, một nghệ thuật thơ ca.

Nhưng, có cả một nghệ thuật biết im lặng"

P.Valery

Hướng dẫn viên không chỉ là người có khả năng nói tốt mà còn phải biết nghe tốt. Có lắng nghe tốt, hướng dẫn viên mới hiểu được những mong muốn thực sự của du khách và mới đáp ứng được đúng mong muốn của họ. Lắng nghe là một trong những phương pháp tốt nhất để thuyết phục khách.

Việc lắng nghe của hướng dẫn viên không chỉ lắng nghe ở mức thông thường đó là lắng nghe để nắm bắt nội dung thông tin, mà còn phải lắng nghe ở mức độ sâu hơn đó là “lắng nghe cảm xúc” và “lắng nghe động cơ”. Nhiều khi nếu chỉ lắng nghe nội dung thông tin, chưa chắc bạn đã hiểu đúng bản chất vấn đề. Nhất là với những nền văn hoá có lối nói ý nhị theo kiểu “Đường gần nhưng cứ đi vòng cho xa” như văn hoá phương đông.

Đối với lắng nghe nội dung thông thường, hướng dẫn viên phải vừa nghe thông tin vừa động não để phân tích những thông tin nghe được bằng ngôn ngữ tư duy của chính mình. Hướng dẫn viên không thể chờ đợi khách trình bày hết ý kiến mà họ muốn nói, rồi mới suy nghĩ về điều khách nói. Hướng dẫn viên cũng không được vội vàng đưa ý kiến của mình khi khách chưa trình bày hết ý kiến mà họ muốn nói. Có thể còn những ẩn ý phía sau mà khách chưa trình bày. Thậm chí, ngay cả khi không còn ý gì thêm, việc làm đó cũng không nên. Bởi vì, trước hết đó là sự thiếu tôn trọng khách. Ngoài ra đối với khách, việc được trình bày tất cả những ý muốn nói và hài lòng với nó là một sự thoả mãn. Điều này thường dễ gặp ở những người có tính cẩn thận hoặc những khách du lịch là người nước ngoài với tâm lý về sự bất đồng ngôn ngữ.

Đối với “lắng nghe cảm xúc” và “lắng nghe động cơ” hướng dẫn viên cần căn cứ vào biểu hiện bên ngoài của khách khi họ nói, như nét mặt, điệu bộ cử chỉ bối rối, căng thẳng, bất mãn, thách thức hay vui vẻ, hăng hái và cảm phục... Kết quả của việc lắng nghe là phải xác định được động cơ nào đã dẫn đến những câu nói, thái độ đó của du khách. “lắng nghe cảm xúc” và “lắng nghe động cơ” cần phải kết hợp với kỹ năng quan sát mới có thể nhận diện được đầy đủ.

Hướng dẫn viên cần phải chú ý đến các điểm sau đây trong kỹ năng lắng nghe:

Phải biết im lặng và chăm chú lắng nghe. Điều này vừa giúp chúng ta nghe tốt và cũng là để tôn trọng người nói. Hướng dẫn viên không được phân

tâm đến những vấn đề khách đang nói và không có những động tác thừa, vô nghĩa như gõ bàn, bẻ ngón tay hay tỏ ra lơ đãng...;

Phải thể hiện với người nói rằng: chúng ta đang nghe và thực sự muốn nghe điều họ nói. Khách sẽ cảm nhận thấy sự đồng cảm và tôn trọng của chúng ta ở sự chăm chú của chúng ta và ánh mắt nhìn thẳng, đầy thiện cảm của bạn vào chính người đang nói. Bạn có thể hướng người về phía người hỏi nếu đang trong tư thế ngồi hoặc đứng ngay ngắn khi đang ở trong tư thế đứng;

Phải bình tĩnh và kiên nhẫn. Bạn cần phải nghe hết tất cả những gì mà khách muốn nói và phải bình tĩnh kể cả khi những điều khách nói có thể làm bạn không hài lòng. Có thể sẽ cần phải có khoảng thời gian yên lặng. Đó chính là lúc bạn đang nói với khách rằng: tôi vẫn đang lắng nghe và chờ bạn nói tiếp. Hướng dẫn viên tuyệt đối không được cắt ngang câu nói của khách theo kiểu “vâng tôi biết ngài muốn nói gì rồi” và cũng đừng đưa ra lời khuyên hay nói thay khách những từ mà họ khó diễn tả khi họ không yêu cầu;

Gật đầu sau mỗi ý kiến của khách để họ biết bạn đã hiểu ý họ muốn nói. Hỏi lại ngay khi họ kết thúc nếu bạn chưa hiểu chắc chắn ý khách muốn nói là gì.

- Kỹ năng sử dụng câu hỏi

Đặt câu hỏi tốt và sử dụng câu hỏi đúng lúc cũng là một kỹ năng quan trọng mà hướng dẫn viên cần có. Việc đặt câu hỏi tốt sẽ giúp cho khách thể hiện đúng và hiểu nhanh điều mà hướng dẫn viên muốn nói. Vậy thế nào là một câu hỏi tốt? Một câu hỏi tốt phải có các đặc điểm sau đây:

Có ý hỏi rõ ràng; các từ được dùng phải đơn giản dễ hiểu; câu hỏi không quá dài và chỉ nên có một ý hỏi trong một câu hỏi

Đối với hướng dẫn viên, việc sử dụng các câu hỏi phải như một thủ pháp nghệ thuật để thuyết trình, diễn giải vấn đề mà hướng dẫn viên muốn nói. Khác với các thuyết trình tại các buổi hội thảo hay các giảng viên đứng trên bục giảng. Những câu hỏi của hướng dẫn viên đưa ra không phải hướng vào việc để khách trả lời mà chủ yếu nhằm mục đích sau đây:

Gợi mở suy nghĩ của khách về đối tượng tham quan, nội dung thuyết trình; Nhấn mạnh những vấn đề trọng tâm mà hướng dẫn viên muốn trình bày; Hướng vào việc để khách tự rút ra kết luận, nhận định cho riêng mình sau khi được quan sát đối tượng tham quan và nghe thuyết trình. Nhất là những vấn đề cần rút ra bài học; Như một biện pháp để điều khiển đoàn khách: gây hứng thú với vấn đề hướng dẫn viên thuyết trình hoặc theo kiểu “lôi họ vào cuộc”;

Như một biện pháp để đo lường mức độ hiểu và nhận của du khách về nội dung thuyết trình của hướng dẫn viên và về đối tượng tham quan.

Với những mục đích như trên, các câu hỏi mà hướng dẫn viên thường dùng như là các câu hỏi dạng mở hơn hơn là các câu hỏi dạng đóng. Ngoại trừ những câu hỏi mang tính tình huống, hướng dẫn viên luôn chuẩn bị trước tất cả các câu hỏi có thể để chủ động sử dụng khi thuyết trình. Những câu hỏi này cần được viết ra trong chính phần xây dựng bài thuyết trình với các câu trả lời đi kèm.

- Kỹ năng trả lời câu hỏi

Trong quá trình tham quan, khách có thể đưa ra nhiều câu hỏi cho hướng dẫn viên. Các câu hỏi được khách đưa ra có thể có nhiều động cơ khác nhau. Thông thường những câu hỏi của khách đều liên quan đến mong muốn tìm hiểu thêm về các đối tượng tham quan hoặc các giá trị khác liên quan đến điểm du lịch. Cũng như có những câu hỏi được khách đưa ra với động cơ nhằm tạo ra sự thân thiện, cởi mở với hướng dẫn viên.

Trong việc trả lời các câu hỏi của khách đưa ra, có hai thách thức đối với hướng dẫn viên. *Thứ nhất* là thách thức về nội dung. *Thứ hai* là thách thức về quản lý thời gian. Thời gian cho mỗi điểm tham quan và kể cả thời gian dành cho thảo luận, đều có giới hạn được ấn định. Trong khi đó các câu hỏi lại nhiều và việc trả lời các câu hỏi có thể tiêu tốn một lượng thời gian không nhỏ.

Trả lời các câu hỏi của khách là cả một nghệ thuật, hướng dẫn viên cần lưu ý:

Phải nghe và hiểu chính xác nội dung câu hỏi và đặc biệt là động cơ hỏi của khách rồi mới trả lời.

Khi trả lời, hướng dẫn viên cũng phải chắc chắn về câu trả lời của mình. Với những câu hỏi mà chưa cảm thấy chắc chắn về câu trả lời, có thể xin khách để trả lời sau khi chúng ta đã tìm hiểu chắc chắn.

Tuyệt đối không được quên hoặc tìm cách thoái thác rồi cố tình lờ đi việc trả lời câu hỏi của khách.

Không tự gây áp lực cho mình bằng việc nghĩ rằng chúng ta phải là người biết tất cả và có thể trả lời được tất cả các câu hỏi ngay lập tức. Đôi khi công việc của chúng ta dừng ở việc chỉ ra cho họ thấy cách trả lời được vấn đề họ quan tâm đã là việc làm đáng ghi nhận.

Ngược lại, người hướng dẫn cũng đừng bao giờ nghĩ rằng câu hỏi của khách đưa ra quá dễ với chúng ta. Nhất là khi gặp các câu hỏi có tính chất kiểm tra kiến thức của hướng dẫn viên hoặc có tính chất “công kích” hướng dẫn viên. Trong những trường hợp như vậy, thật lố bịch khi chúng ta thực hiện công kích lại bằng những câu hỏi như “ông bà đã thoả mãn câu trả lời của tôi chưa? Hay ông bà có muốn hỏi gì nữa không?”

Đối với những câu hỏi mà câu trả lời có thể dẫn đến tranh cãi, có hai cách giải quyết. *Thứ nhất*, hướng dẫn viên nên đề nghị khách nói về cách hiểu của họ, nếu thấy trùng với quan điểm của mình, hướng dẫn viên chỉ cần đơn giản là ghi nhận hoặc bổ sung thêm. Nếu khác quan điểm, hướng dẫn viên có thể đưa ra quan điểm của mình dưới danh nghĩa quan điểm của người khác. Hướng dẫn viên có thể nói: bên cạnh quan điểm như ông/bà vừa trình bày, theo tôi được biết cũng có nhiều người cho rằng...” Với cách nói như vậy sẽ làm cho khách hiểu rằng mình là người cung cấp thêm cho khách những cách nhìn mới chứ không phải là người đối lập với khách về quan điểm và họ sẽ dễ dàng tiếp nhận. *Thứ hai*, hướng dẫn viên có thể đưa ra một vài cách tiếp cận theo kinh nghiệm mà mình đã gặp và lưu ý khách về nguồn thông tin đáng tin

cậy. Trong mọi trường hợp có thể dẫn đến sự bất đồng, hướng dẫn viên luôn cố gắng đứng ở vị trí là người giữ vai trò trung gian, chứ không phải là người đối lập.

Để quản lý được thời gian, hướng dẫn viên cần có sự ưu tiên trong việc trả lời các câu hỏi. Việc ưu tiên được thực hiện theo nguyên tắc sau:

Câu hỏi nào liên quan trực tiếp đến chủ đề đang thuyết trình sẽ được ưu tiên trả lời trước.

Câu hỏi nào được nhiều người quan tâm sẽ được ưu tiên trả lời trước.

Câu hỏi nào dễ có câu trả lời ngắn, sẽ ưu tiên trả lời trước.

Những câu hỏi không thuộc diện trong ba loại trên, hướng dẫn viên có thể xin khách để trả lời vào thời điểm thích hợp nếu không có thời gian. Tuyệt đối không lờ đi câu hỏi của khách.

- Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ không lời

*"Lòng thành, nét mặt đằm ấm, lời nói êm dịu
thì thế nào cũng cảm hóa được người ta"*

Danh ngôn

Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ không lời của hướng dẫn viên liên quan đến các kỹ năng cơ bản sau: giao tiếp bằng ánh mắt, giọng nói, nét mặt, sử dụng đôi tay, tư thế đứng khi thuyết trình, di chuyển khi thuyết trình, trang phục...

Hướng dẫn viên không chỉ chuyển tải những thông tin cho khách qua lời nói mà còn qua điệu bộ cử chỉ - ngôn ngữ không lời. Khách không chỉ nghe những thông tin bằng cách thông thường qua lời nói mà còn “nghe cảm xúc” của hướng dẫn viên khi thực hiện các hoạt động thông tin. Những thông tin nghe bằng lời nói, sẽ mang lại ấn tượng cho khách thiên nhiều về đối tượng tham quan. Trong khi đó, thông tin từ việc “nghe cảm xúc” lại mang đến cho khách ấn tượng tốt cho hướng dẫn viên. Khách cũng cảm nhận tốt hơn về các thông tin bằng lời với sự hỗ trợ của các thông tin của các ngôn ngữ không lời.

Một chuyên gia về lĩnh vực hành vi, ông Albert Mehrabian đưa ra kết luận rằng lời nói chỉ giúp chiếm 7% lòng tin, trong khi giọng nói có thể chiếm tới 38% và cử chỉ điệu bộ lại giúp chiếm tới 55% lòng tin.

Một hướng dẫn viên thành công là người biết sử dụng hiệu quả ngôn ngữ không lời trong các hoạt động thuyết trình của mình. Những cử chỉ, điệu bộ, nét mặt phù hợp sẽ giúp diễn đạt đầy đủ ý nghĩa của các thông tin, những cái mà ngôn ngữ lời nói chưa diễn tả hết. Giọng nói đầy tự tin với âm điệu, tần suất thích hợp sẽ thu hút được sự chú ý và duy trì được sự hứng thú của khách với vấn đề bạn thuyết trình. Sử dụng tốt ngôn ngữ không lời còn giúp cho việc tạo ra niềm tin của du khách đối với hướng dẫn viên. Bạn thử đặt mình với tư cách là một khách du lịch, bạn sẽ thấy tin tưởng vào hướng dẫn viên có cử chỉ rõ ràng, dứt khoát, luôn đứng thẳng người, lại đi khoan thai và luôn nhìn vào mắt bạn nói; hay một hướng dẫn viên luôn “thừa tay” và luôn nhìn lên trời hoặc bâng quơ khi nói?

Hướng dẫn viên luôn lưu ý những điểm sau đây khi sử dụng ngôn ngữ không lời:

Giao tiếp bằng mắt:

Hãy nhìn khách khi nói chứ không nhìn bâng quơ đi nơi khác.

Phải biết bao quát toàn bộ mọi thành viên trong đoàn chứ không chỉ nhìn chăm chăm hay nhìn quá lâu vào một thành viên (trừ trường hợp lúng túng và cần tìm gương mặt “thân thiện để lấy lại bình tĩnh”).

Tránh việc nhìn chăm chăm vào túi tiền của khách như đang như đang cân đong xem túi đầy hay vơi hoặc nhìn vài các vận dụng khác của họ như quần áo, trang sức như đang đánh giá bình phẩm.

Tuyệt đối không có cái nhìn bất chợt vào bàn tay của khách là nữ giới hoặc vào những điểm yếu của khách vì điều đó sẽ làm cho họ bối rối, phân tâm và bản thân nó cũng là cái nhìn mất lịch sự.

Giọng nói:

Nói rõ ràng và đủ âm tiết chứ không được nuốt âm.

Lên giọng, xuống giọng hợp lý khi muốn nhấn mạnh vấn đề.

Dừng lại một chút khi chuyển ý hoặc chuyển sang nội dung khác.

Tốc độ nói vừa phải (khoảng 60 đến 80 từ trong một phút). Nếu nói quá chậm dễ tạo ra sự nhàm chán, nói quá nhanh khách sẽ không hiểu thấu đáo những điều chúng ta muốn nói.

Âm lượng trung bình, đủ để khách trong đoàn nghe mà không ảnh hưởng đến các nhóm khách ở xung quanh. Chúng ta sẽ phải luyện nói nếu như chúng ta nói to khi bắt đầu câu, nhưng lại nhỏ dần ở cuối câu. Và tuyệt đối đừng bao giờ cố gắng nói to để át đi những lời nói chuyện riêng hay xì xào của một vài thành viên cá biệt trong đoàn. Những đối tượng này cần phải điều chỉnh cách khác.

Nét mặt:

Phù hợp với hoàn cảnh công việc bạn đang làm. Nét mặt hân hoan buổi đón chào cho thấy sự vui mừng, lòng hiếu khách của bạn. Nhưng nó cần được thay thế bằng sự lưu luyến, nuối tiếc khi chia tay trong buổi tiễn đoàn.

Phải phù hợp với nội dung câu nói. Trên nét mặt của bạn phải là sự hùng hồn, hãnh diện khi nói về những thành tựu của nhân loại, nhưng lại thoáng buồn khi nói đến tổn thất của chiến tranh.

Đừng bao giờ thiếu nụ cười trên môi bạn. Khách sẽ đánh giá được hết ở việc bạn có nụ cười chứ không phải bạn là người cười duyên hay không. Hãy coi chừng sự phản cảm của những “nụ cười nghĩa vụ” hay nụ cười “lỗi nhịp”

Đừng cau có hay lạnh lùng làm khách có cảm giác bạn đang làm việc chỉ vì nghĩa vụ.

Sử dụng đôi tay:

Hai bàn tay và các ngón cần phải được mở rộng, ở tư thế thoải mái nhất là khi nói để thể hiện sự tự tin và tôn trọng người nghe

Khi làm công tác minh hoạ hay chỉ dẫn quan sát trong thuyết trình, bàn tay phải được để ngửa, các ngón tay khép lại ở tư thế thoải mái, vai thả lỏng, mắt sẽ nhìn theo hướng cần chỉ dẫn để đảm bảo hướng bàn tay chỉ chính xác và định vị đúng vị trí mà khách cần quan sát.

Với các minh hoạ khác, động tác tay phải phù hợp với nội dung và tránh lặp đi lặp lại nhiều lần một động tác sẽ tạo ra sự nhàm chán và dễ trở thành “động tác gây nhiễu”

Tuyệt đối không được bỏ tay vào túi quần khi nói. Không ít người hay có động tác này. Nó có thể xuất phát từ một thói quen và cũng có thể từ “cảm giác thừa tay”. Cả hai trường hợp đều cho thấy sự thiếu lịch sự hoặc thiếu tự tin.

Không sửa tóc, lau kính hay chỉnh trang lại quần áo trong khi nói, trừ những trường hợp cần thiết.

Không chống nạng hoặc khoanh tay trước ngực khi nói chuyện với khách hoặc khi thuyết trình, vì điều đó thể hiện sự phòng thủ, thiếu thân thiện, hoặc thể hiện sự tự cao tự đại.

Tránh sự đùa cợt, thân mật quá với khách quen, tránh việc đưa tay ra trước để bắt tay khách (trừ hướng dẫn viên nữ) không nên sơn móng tay móng chân.

Tư thế đứng:

Đứng ở vị trí thích hợp đảm bảo vừa quan sát được khách vừa quan sát được đối tượng tham quan, và không gây cản trở cho người qua lại khi thực hiện chỉ dẫn.

Đứng thẳng lưng, đầu ngẩng vừa phải, ngay ngắn để có tầm bao quát rộng;

Chân đứng thẳng, trọng lượng phân bổ đều trên hai chân với độ mở rộng thích hợp để tạo sự thoải mái, nhưng không nên rộng quá hai vai.

Tuyệt đối không được đứng một chân trên cao, một chân dưới thấp hoặc đứng tựa lưng vào điểm tựa phía sau (thân cây hay bức tường...) trong khi thuyết trình.

Di chuyển:

Hướng dẫn viên không nên đứng yên một chỗ trong suốt thời gian thuyết trình.

Di chuyển phải có mục đích. Nó phải được xác định là một thủ pháp nhằm thực hiện việc thuyết trình, chỉ dẫn tốt hơn.

Khi đi lại, thông thường không được phép kéo lê giày dép trên sàn và cũng không được chạy, vội vàng hấp tấp và cũng không được rề rà.

Trang phục:

Nhìn trang phục biết tư cách: trang phục đúng đắn tạo ấn tượng đẹp, sự tin tưởng về tư cách của hướng dẫn viên. Đây là cái nhìn ban đầu của du khách đối với hướng dẫn viên.

Trang phục chính là một phần của sự bày tỏ nghề nghiệp của mình. Đó là nghề của giao tiếp, của văn hoá và sắc thái dân tộc.

Ăn mặc gọn gàng, lịch sự.

Phù hợp với công việc, hoàn cảnh, môi trường làm việc và phong tục tập quán của địa phương nơi tham quan, thể hiện được cá tính và bản sắc dân tộc.

Giày dép của hướng dẫn viên khi hành nghề phải tốt, để có ma sát chống trơn, luôn được lau chùi sạch sẽ. Hướng dẫn viên cần trang điểm và biết trang điểm cho đẹp, lịch sự nhưng cần phù hợp với gương mặt hình thể, màu da của mình. Hướng dẫn viên cần có kiểu tóc, độ dài hợp lý và chải tóc gọn gàng sạch sẽ, móng tay, móng chân cần được giữ gìn, phải trau chuốt đến hàm răng đến râu ria mép. Cần giữ gìn cơ thể sạch sẽ, hơi thở thơm tho vì “Cái răng cái tóc là vóc con người”

Màu sắc và kiểu cách hài hoà, không nên tạo ra sự quá khác biệt với khách. Cần phân biệt giữa việc gây ấn tượng với việc gây sự chú ý và bàn tán của khách về cách ăn mặc của bạn; không được dùng nước hoa có mùi thơm mạnh, không dùng trang sức đắt tiền hoặc quá lộ liễu.

Hãy ghi nhớ công việc của bạn không phải là trình diễn thời trang hay sự phô diễn về cơ thể.

- Kỹ năng thu nhận ý kiến phản hồi

Trong quá trình hướng dẫn, hướng dẫn viên có thể sẽ nhận được những ý kiến phản hồi của khách, của hướng dẫn viên, của công ty gửi khách và các cộng sự. Các ý kiến này có thể là những lời khen ngợi và cũng có thể là những lời góp ý. Trong cả hai trường hợp, hướng dẫn viên đều phải là người nhận phản hồi và việc này cũng đòi hỏi phải có kỹ năng nhất định.

Những phản hồi có tính chất góp ý, phần lớn là sự chân thành nhưng đôi khi cũng có thể làm cho người nhận phản hồi cảm thấy trạnh lòng, tự ái. Những người có tinh thần cầu tiến đều tiếp nhận những phản hồi loại này một cách tích cực.

Khi nhận phản hồi hướng dẫn viên cần chú ý những điều sau đây:

Với những lời khen ngợi:

Ghi nhận lời khen ngợi của khách bằng cảm cảm ơn.

Tỏ rõ sự hân hoan, vui sướng khi được khen ngợi.

Khiêm tốn bằng việc nói ra những thách thức đối với bản thân. Tuyệt đối không ba hoa, khoe khoang về những thành tích của mình, vì theo O.Ban-dắc: "Lịch sự khiêm tốn chứng tỏ con người có văn hóa thực sự"

Với những lời góp ý:

Ghi nhận sự chân thành của người góp ý bằng lời cảm ơn vì họ đã góp ý.

Hứa sẽ cố gắng nỗ lực để khắc phục khiếm khuyết. Tuyệt đối không đưa ra lời giải thích hay biện minh.

Thái độ chân thành, nghiêm túc và khẩn trương. Lưu ý khi nhận được sự góp ý của khách, bạn cần phải tỏ thái độ cảm kích và khẩn trương hơn là những lời khen ngợi.

- Kỹ năng sử dụng phương tiện hỗ trợ

Trong hoạt động hướng dẫn, có thể hướng dẫn viên sẽ phải sử dụng đến một số phương tiện hỗ trợ như: micro, đèn chỉ bằng tia lade, que chỉ sơ đồ và các công cụ chỉ dẫn như bản chỉ dẫn thực hiện chương trình, kịch bản hướng dẫn trên đường đi. Khi sử dụng phương tiện này hướng dẫn viên cần chú ý:

Dùng micro:

Micro phải được cầm ở tay không thuận, còn tay thuận phải dùng để chỉ dẫn minh họa.

Không để micro sát miệng khi nói.

Không hướng thẳng loa về phía khách.

Dùng đèn chỉ bằng tia lade:

Cầm đèn lade bằng tay thuận để thuận tiện cho sự chỉ dẫn.

Chỉ bật đèn khi đã hướng về đối tượng cần chỉ dẫn và tắt đèn trước khi thu tay về.

Không được để đèn chiếu rọi vào khách, nhất là vào mặt khách.

Không được dùng đèn lade ở những nơi mà việc đó bị cấm

Dùng que chỉ sơ đồ:

Que chỉ cầm ở tay thuận.

Không kéo ra kéo vào que chỉ khi nói.

Không vung vẩy que hoặc chỉ cầm đập vào lòng bàn tay còn như đánh nhịp trong khi nói.

Dùng điện thoại di động:

Nên tắt máy khi thuyết trình để không làm phân tán sự chú ý của khách hoặc phân tâm công việc của mình khi có chuông kêu do các cuộc gọi đến.

Không nói chuyện điện thoại trước mặt khách.

Tuyệt đối không gọi đi khi đang trên phương tiện vận chuyển trừ khi đó là việc bắt buộc liên quan đến việc phục vụ đoàn.

Dùng bản chỉ dẫn thực hiện chương trình và kịch bản hướng dẫn trên đường đi.

- Kỹ năng điều khiển đoàn khách

Điều khiển đoàn khách là một thủ pháp nghệ thuật nhằm duy trì sự tập trung chú ý của đoàn khách vào nội dung thuyết trình của hướng dẫn viên chứ không phải mệnh lệnh bắt buộc. Nó chính là những can thiệp cần thiết trên cơ sở kết quả quan sát diễn biến của đoàn khách trước những tác động ngoại

cảnh làm chuyển hướng sự hứng thú khác hoặc một bộ phận nội sinh trong đoàn có những hành động làm ảnh hưởng tới người khác trong khi nghe hướng dẫn viên thuyết trình.

Việc điều khiển đoàn khách có thể gắn liền với một hoặc các thủ pháp sau:

Đặt câu hỏi.

Tạm dừng nói trong khoảnh khắc để khách tự thoả mãn những hứng thú tức thời.

Dành ít phút để thoả mãn mối quan tâm tức thời của khách (nói chính về động tác ngoại cảnh để khách nhanh chóng thoả mãn sự tò mò và quay trở lại với vấn đề)

Lưu ý trước với các du khách cá biệt – “mafia” về cách làm việc.

Lưu ý trước với khách để họ thấy rằng họ sẽ có đủ cơ hội để thoả mãn các hứng thú cá nhân như quay phim, chụp ảnh.

- Kỹ năng xử lý các tình huống

Trong thời gian thực hiện chương trình, ngoài những tình huống liên quan đến hoạt động thuyết trình như đã trình bày ở trên, có thể xảy ra nhiều tình huống khác ở các khâu khác nhau của quá trình phục vụ như đón tiếp, vận chuyển, lưu trú và ăn uống. Các tình huống này nếu xảy ra, thường có ảnh hưởng nhất định đến kế hoạch thực hiện chương trình hoặc những tác động không tốt đến tâm lý của khách. Khi xảy ra các tình huống như vậy hướng dẫn viên cần phải:

Chủ động giải quyết vấn đề, chỉ cầu viện sự trợ giúp của người điều hành khi vượt qua khả năng giải quyết của mình.

Các tình huống phải được giải quyết theo nguyên tắc: nhanh gọn, chú trọng đến các lợi ích của khách (cả về vật chất lẫn tinh thần) và đảm bảo việc thực hiện đúng chương trình cũng như lợi ích của công ty và trách nhiệm cá nhân.

Phải đảm bảo lợi ích của cả đoàn trọng tâm, nhưng các mong muốn cá nhân vẫn được đáp ứng.

Báo cáo với người điều hành về tình huống xảy ra, kể cả khi bạn đã giải quyết ổn thoả.

2.2.3 Thực trạng giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên với khách

Hướng dẫn viên là người đảm nhiệm phần việc rất quan trọng, phức tạp nhất trong công đoạn thực hiện chương trình, là người vô cùng quan trọng trong việc tạo ấn tượng với khách, khách có quay trở lại sử dụng sản phẩm lần tiếp theo nữa hay không? Phụ thuộc phần lớn vào nghiệp vụ và khả năng giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên.

Hướng dẫn viên của Xuyên Á là những người trẻ đẹp, năng động, có sức khỏe và kinh nghiệm làm việc, có khả năng giao tiếp tốt, ứng xử linh hoạt khi thực hiện chương trình du lịch.

Đa số, họ được đào tạo chuyên ngành, tốt nghiệp đại học chuyên ngành du lịch.

Hướng dẫn viên đã nhận thức được tầm quan trọng của công việc mà mình làm, họ nhìn thấy được ý nghĩa của việc giao tiếp ứng xử tốt đối với hoạt động kinh doanh du lịch, nên đã không ngừng tự giác tìm hiểu về nghệ thuật giao tiếp ứng xử. Trên thực tế, trong quá trình thực hiện công việc hướng dẫn, hầu hết các hướng dẫn viên đều ân cần, niềm nở, phục vụ khách du lịch.

Nhiệt tình, lịch sự, chu đáo, đoán biết được đặc điểm tâm lý của từng loại khách mà có giao tiếp ứng xử phù hợp.

Giai đoạn đón tiếp khách

Tục ngữ Anh đã nói "Những cảm tưởng ban đầu là lâu bền nhất". Ấn tượng ban đầu của khách với hướng dẫn viên có ý nghĩa rất quan trọng, ảnh hưởng sâu sắc tới mối quan hệ giữa đoàn khách với hướng dẫn viên trong suốt chuyến đi.

Hướng dẫn viên của Xuyên Á luôn tạo được ấn tượng ban đầu tốt đẹp với khách du lịch bằng những việc làm của mình: họ luôn đón khách đúng

giờ, đúng điểm hẹn đã ghi trong hợp đồng; nhanh chóng làm quen với trưởng đoàn và các thành viên trong đoàn. Giúp đỡ khách trong việc làm các thủ tục hành chính, đảm bảo đúng đủ hành lý của khách. Sắp xếp hành lý của khách gọn gàng, tránh làm đổ vỡ. Luôn luôn nhắc nhở khách bảo quản tốt hành lý xách tay của mình. Kiểm tra lại số lượng khách thực tế, dùng cách đếm bằng mắt. Kết thúc việc làm thủ tục hướng dẫn viên đưa khách ra phương tiện vận chuyển, ổn định chỗ ngồi và được trưởng đoàn giới thiệu, hướng dẫn viên thực hiện các thao tác sau:

Có lời chào mừng khách, chúc khách có một chuyến du lịch tốt đẹp và ấn tượng.

Tự giới thiệu về mình, nhóm phục vụ bao gồm: hướng dẫn viên, lái xe; Giới thiệu kỹ thuật trên xe; vấn đề hút thuốc lá của khách; việc chụp ảnh trên đường đi; phân bổ thời gian; tác nghiệp với các điểm dừng; sử dụng âm nhạc trên xe; tổ chức các hoạt động vui chơi và tạo hứng thú.

Thông báo cho đoàn khách những thông tin ban đầu cần thiết: thời tiết, sự thay đổi về thời gian (chênh lệch múi giờ giữa nơi du lịch và nơi ở của khách)

Một số thông tin chung về địa phương du lịch: sinh hoạt dân cư, ngôn ngữ, giao thông công cộng và văn hoá giao tiếp bản địa.

Giới thiệu về chương trình tham quan, một số thông tin về khách sạn, thủ tục đăng ký nhận phòng.

Tất cả các hoạt động trên đây của hướng dẫn viên đều là sự ân cần quan tâm và nhằm tạo ra một ấn tượng ban đầu tốt đẹp với đoàn khách. Điều này hết sức quan trọng trong suốt quá trình hướng dẫn, bởi: "Mở đầu tốt là thành công một nửa" (Platông)

Giai đoạn đón tiếp khách là giai đoạn đầu tiên mà hướng dẫn viên và khách tiếp xúc với nhau, nên các hướng dẫn viên Xuyên Á luôn gây được ấn tượng với khách bằng những lời chào hỏi, kèm theo nụ cười tươi tắn, ánh mắt

thân thiện, thể hiện sự ấm áp, thân mật mà không suồng sã, không xa cách. Họ ăn nói lịch sự, hoà nhã, đôi chút hài hước, dí dỏm, những lời nói gợi niềm hy vọng, hướng thiện, động viên đều làm ấm lòng du khách, góp phần gây ấn tượng tốt cho du khách. Điều mà khách có thể dễ dàng nhận thấy ở các hướng dẫn viên Xuyên Á là sự tôn trọng các thành viên trong đoàn và mọi hành động của họ đều nhanh nhẹn, linh hoạt, nhưng không quá sỗ sàng. Thái độ: cởi mở, lịch thiệp trong giao tiếp; dù trong bất cứ tình huống nào họ luôn giữ điềm tĩnh và không bày tỏ ý nghĩ tức thời của mình trước khách; luôn trong tư thế sẵn sàng phục vụ du khách bất cứ lúc nào và bất cứ việc gì; lịch sự, tế nhị, chân thành của họ luôn ẩn chứa trong trang phục và hành vi thái độ ứng xử với những người chung quanh.

Ấn tượng tốt đẹp đầu tiên làm tăng uy tín của hướng dẫn viên với du khách và điều đó cũng làm tăng khả năng hợp tác của du khách để thực hiện chương trình du lịch hoàn hảo hơn.

Sự tin nhiệm ban đầu giúp cho hướng dẫn viên và du khách gần gũi, thông hiểu nhau hơn. Qua đó, hướng dẫn viên dễ dàng thoả mãn các nhu cầu đúng đắn của khách. Trên thực tế, một đoàn khách thường có nhiều sự khác biệt về tuổi tác, trình độ nghề nghiệp. Sự đánh giá của du khách về hướng dẫn viên du lịch là ngay từ ngày đầu tiên, chứ không phải là ngày cuối cùng nên việc mở đầu tốt là đã tạo ấn tượng tốt được 50%.

Đội ngũ hướng dẫn viên Xuyên Á luôn làm việc theo phương châm: làm nhiều, không nói nhiều, không nói chuyên sáo rỗng.

Họ là những người: nghĩ điều khách nghĩ, lo lắng điều khách lo, làm những việc mà khách yêu cầu.

Họ không những phục vụ tốt cho cả đoàn mà còn phục vụ tốt cho từng cá nhân trong đoàn (vì giá trị mua sản phẩm của từng người hoàn toàn như nhau, nên phải hưởng thụ sự phục vụ như nhau).

Tạo niềm tin cho từng thành viên và cho cả đoàn với phương châm: Nói thì phải làm – khi làm phải có hiệu quả.

Tạo sự hiểu biết lẫn nhau giữa khách và hướng dẫn viên thông qua các công việc thực tế:

Trình bày thật rõ ràng ý muốn của mình, đồng thời lắng nghe khách trình bày rõ ràng, hết ý và nguyện vọng của khách. Lúc đó cả hai phía sẽ cảm thông nhau hơn.

Việc giao lưu tình cảm giữa khách và hướng dẫn viên nên quan tâm đến điều này.

Giai đoạn Phục vụ

Giai đoạn này bao gồm: tổ chức việc ăn ở cho khách du lịch; tổ chức việc tham quan du lịch; tổ chức các dịch vụ khác.

Đây là giai đoạn chuyển giao sản phẩm tới tay du khách, mà sản phẩm lại chủ yếu ở dưới dạng dịch vụ, chính vì việc cung cấp sản phẩm một cách đúng, đủ chưa phải là tất cả mà quan trọng hơn là sự giao tiếp ứng xử khéo léo, tinh tế của hướng dẫn viên trong từng hoạt động tác nghiệp.

Để làm hài lòng du khách các nhân viên của Xuyên Á rất chú trọng làm tốt các công việc.

Luôn xây dựng tốt mối quan hệ với trưởng đoàn. Bởi đối với một đoàn khách du lịch, người trưởng đoàn là người đại diện cho đoàn khách. Họ chính là người giám sát việc thực hiện các cam kết và các điều khoản hợp đồng của hai bên. Và đó cũng chính là phát ngôn viên chính thức của đoàn.

Ngoài việc phục vụ vật chất (dựa vào các dịch vụ cung ứng kèm theo, các tiêu chuẩn đã cam kết) họ cố gắng cung cấp sự phục vụ mang hiệu quả tâm lý: dựa vào sự tinh tế, lịch sự, khéo léo... trong quá trình phục vụ. Yếu tố tâm lý tinh thần đã đem lại sự hài lòng, sáng khoái thích thú thật sự, đặc biệt để lại ấn tượng tốt đẹp cho du khách.

Hướng dẫn viên là người sống và làm việc với du khách trong thời gian du lịch, hiểu được phần nào tâm tư tình cảm của họ nên có sự hỗ trợ về tâm lý kịp thời, điều đó đã làm cho họ gắn bó với nhau hơn.

Mỗi hướng dẫn viên Xuyên Á đều nhận thức được: yêu cầu được tôn trọng là một nhu cầu rất cao của con người, hết sức nhạy bén, mẫn cảm và đó là điều bình thường tất yếu của du khách. Chính vì vậy, tôn trọng nhân cách và lòng tự trọng của khách luôn được các nhân viên đặt lên hàng đầu.

Hướng dẫn viên luôn quan tâm, giúp đỡ tận tình và tôn trọng ý kiến, sinh hoạt và nhu cầu riêng của khách thông qua những hành vi và thái độ rất cụ thể. Bởi vì rằng: khi thật sự tôn trọng khách thì khách sẽ tôn trọng hợp tác với ta, và muốn mọi người đối xử với mình thế nào thì hãy đối xử với mọi người như thế.

Nhìn chung các hướng dẫn viên đều thể hiện được sự mềm mại, uyển chuyển, thân thiện trong lời nói, cử chỉ. Họ luôn tươi cười chào đón khách, đó là biểu hiện cho tình hữu nghị, tự tin, cởi mở, thân thiện. Điều này giúp khách đồng cảm và thêm yêu quý nghề vốn được mọi người gọi là “làm dâu trăm họ”. Tất cả điều này đều làm cho khách có trạng thái tâm lý bạn bè, thân thiện. Sự làm việc cần cù, chu đáo, nhiệt thành của người hướng dẫn viên dễ dàng xây dựng mối quan hệ thân thiện với du khách. Thật đúng như Pasquier Quesnei đã nói: "Phải biết mở lòng mình trước mới mong mở được lòng kẻ khác" Việc phục vụ du khách mang tính nhân văn, tình người. Điều đó được thể hiện qua thái độ hiểu biết con người, quan tâm đến con người, sẵn sàng giúp đỡ và bảo vệ họ.

Quá trình phục vụ là một quá trình tương đối khó khăn đối với hướng dẫn viên, bởi vừa phục vụ vừa phải tìm hiểu các thông tin về khách để có thể phục vụ khách một cách chu đáo, tận tụy hơn. Các thông tin đó là: quốc tịch, giới tính, tuổi tác, sở thích và mục đích đi du lịch của họ là kinh tế, tìm hiểu văn hoá, nhu cầu cá nhân, xã hội hay tham gia sự kiện (lich sử, lễ hội, thể dục,

thể thao). Cảm giác của du khách lần đầu tiên đến một vùng dân cư mới, chú ý đến từng cá tính của du khách: thích ngồi gần cửa sổ xem phong cảnh, có ý kiến mọi người cùng lắng nghe... Thông qua cử chỉ và cách giao tiếp của khách hướng dẫn viên có thể đoán biết và hiểu tâm lý của khách để kịp thời điều chỉnh hành vi, thái độ cử chỉ trong quá trình hướng dẫn du lịch, Hướng dẫn viên phải nhạy bén với những phản ứng của khách.

Vào những sự kiện đặc biệt, ngoài việc tổ chức chúc mừng chính thức chung với sự có mặt của cả đoàn, phòng ngủ của họ cũng được tổ chức đặc biệt hơn mọi ngày. Ít nhất là hoa tươi, thiệp chúc mừng của công ty. Đối với cặp vợ chồng kỷ niệm ngày cưới nên có thêm rượu champagne, nến và kẹo sôcôla. Trong hoạt động giao lưu: thông qua các buổi tiệc chiêu đãi, hướng dẫn viên thường trực tiếp mời khách tham dự và có một bài phát biểu chúc mừng.

Giai đoạn tiễn khách

"Người giàu sang lấy tiền bạc để tiễn nhau

Người nhân đức dùng lời nói để tiễn nhau"

Khuyết Danh

Tiễn khách là giai đoạn cuối cùng trong khâu tổ chức nhưng lại có vai trò to lớn "Điều cuối cùng sẽ sống cùng", lời tạm biệt sẽ là lời chúc tốt đẹp nhất với đoàn khách, hướng dẫn viên thay mặt công ty gửi lời cảm ơn trân trọng nhất tới đoàn và gửi những lời chúc tốt đẹp đến toàn thể gia đình họ. Hướng dẫn viên cũng thể hiện sự cảm ơn chân thành nhất với khách du lịch. Điều đó có thể khiến cho mọi khiếm khuyết trong chuyến đi trở nên nhỏ bé và khách hàng càng thông cảm với nghề hướng dẫn. Hướng dẫn viên không quên giúp khách kiểm tra hành lý trước khi nói lời tạm biệt và xin ý kiến của khách vào phiếu nhận xét sau mỗi chuyến đi về chất lượng của chương trình và có chữ kí của trưởng đoàn. Những tình cảm quý mến, lưu luyến, bắt tay chào hẹn gặp lại ở chuyến đi lần sau là quà tặng vô giá của khách của du khách giành cho hướng dẫn viên. Sau mỗi chuyến đi họ có thể trở thành bạn tri kỷ hay

không, những hợp đồng tiếp theo có được kí kết hay không? cũng phụ thuộc vào tài ứng xử với khách hàng của hướng dẫn viên trong giây phút này.

Thái độ niềm nở, lịch sự của Hướng dẫn viên không chỉ được duy trì ở quá trình đón tiếp mà đặc biệt quan trọng khi tiễn khách, bởi sự ân cần, nồng hậu của hướng dẫn viên sẽ giúp khách có ấn tượng tốt đẹp về họ và về doanh nghiệp. Tất cả các việc làm của hướng dẫn viên như: giúp đỡ khách làm thủ tục hải quan, thương vụ và an ninh, và giúp khách vận chuyển hành lý... đều làm du khách thêm có cảm tình với khách. Họ không tỏ ra cáu kỉnh khi thực hiện sai những hướng dẫn có sẵn mà kiên nhẫn giúp khách thực hiện đúng trình tự, quy định, không tỏ ra sốt sắng trong việc tiễn khách hay quá vội vã trong việc hướng dẫn khách làm thủ tục. Thậm chí nếu có sự cố, trục trặc nào đó hướng dẫn viên có thể giúp khách trở lại nơi lưu trú hay giải quyết phát sinh do trục trặc gây ra, tránh đến mức thấp nhất những phiền toái cho khách du lịch và cho doanh nghiệp của mình. Khi chia tay, họ luôn nói lời cảm ơn và hi vọng được phục vụ khách lần sau. Sau mỗi chương trình du lịch, hướng dẫn viên đều xin ý kiến từ phía khách du lịch về chất lượng chương trình và hướng dẫn viên qua phiếu trưng cầu ý kiến. Kết quả thu được hầu hết là khách hài lòng về chuyến du lịch và hướng dẫn viên.

Công việc không thể thiếu sau mỗi chuyến đi đó là gọi điện, viết thư chúc mừng thăm hỏi sức khỏe khách, cảm ơn khách đã mua chương trình du lịch, đồng thời mời khách mua chương trình du lịch của doanh nghiệp trong lần đi tiếp theo.

Có thể nói trong quá trình thực hiện chương trình, người hướng dẫn viên đã phát huy được khả năng giao tiếp ứng xử tốt đẹp với khách du lịch và đem lại hiệu quả công việc cao.

Giao tiếp ứng xử của các thành viên trong công ty Cổ phần du lịch và thương mại Xuyên Á thể hiện trong 3 điều sau, 3 điều này là kim chỉ nam cho mọi hành động hướng tới khách hàng:

Điều 1:

- Khách hàng luôn đúng
- Nếu ghi ngờ xem lại điều 1

Điều 2: 5 luôn

- Luôn luôn đón khách đúng điểm hẹn.
- Luôn nở nụ cười trên môi.
- Luôn tạo ra cơ hội để khen ngợi khách.
- Luôn quan tâm đến những nhu cầu chính đáng của khách.
- Luôn phục vụ khách với thái độ nhiệt tình.
- Phong cách chuyên nghiệp đến từng phút giây.

Điều 3: 4 không

- Không có nụ cười lỗi nhịp.
- Không có thái độ cáu gắt, nóng vội, nói tục trước mặt khách.
- Không cắt giảm khẩu phần ăn và các điểm tham quan có trong chương trình của khách.
- Không từ chối thẳng thừng yêu cầu của khách.

Kết quả trưng cầu ý kiến khách hàng

Tháng 6/2010, trên cơ sở điều tra về giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên tại công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á, em đã phát phiếu điều tra cho khách du lịch theo mẫu với tổng số phiếu là 100 phiếu. Kết quả thu được như sau:

Đơn vị %

ST T	Chỉ tiêu điều tra	Rất tốt	Khá tốt	Không tốt
1	Đón tiếp khách	60	35	5
1.1	Đúng giờ, đúng điểm hẹn	80	20	0
1.2	Vui vẻ, niềm nở trong đón tiếp	90	10	0
1.3	Chào hỏi làm quen với mọi người	90	10	0
2	Phục vụ khách	77	20	3
2.1	Ân cần chu đáo	70	20	10
2.2	Nói năng tế nhị, ứng xử tốt	90	5	5
3	T tiễn khách	90	10	0
3.1	Chào và tạm biệt và nói lời cảm ơn	92	8	0
3.2	Thái độ lúc tiễn khách	92	8	0

Đánh giá chung

Như vậy, qua tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử với khách du lịch của hướng dẫn viên. Trên cơ sở đánh giá của khách thông qua phiếu trưng cầu ý kiến cho thấy khả năng giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á nói chung ở mức khá tốt, họ đã để lại trong lòng khách những cảm giác tốt đẹp, ấn tượng về hình ảnh người hướng dẫn viên ân cần, lịch sự, chu đáo, tính tình vui vẻ, hết lòng vì công việc. Mặc dù, là doanh nghiệp trẻ đã có thể đứng vững và dần dần khẳng định được vai trò của mình trên thị trường. Kết quả đó có được không thể phủ nhận vai trò to lớn của người hướng dẫn viên. Để có được đội ngũ hướng dẫn viên như ngày hôm nay và để phát triển đội ngũ hướng dẫn viên của công ty trong tương lai, Xuyên Á luôn luôn chú trọng đào tạo nâng cao, nâng cao tay nghề, trình độ, chuyên môn nghiệp vụ cho họ, thường xuyên tổ chức, kiểm tra, đánh giá, đồng thời có những chính sách đãi ngộ khuyến khích họ làm việc. Nhưng

bên cạnh đó, vẫn còn có những hạn chế trong giao tiếp ứng xử của đội ngũ hướng dẫn viên. Do tuổi đời, tuổi nghề của họ còn trẻ nên nhiều khi họ xử lý các tình huống thiếu kinh nghiệm, tỏ ra lúng túng trước khách. Tuy họ đã nhận thức được tầm quan trọng của giao tiếp ứng xử và đã hiểu biết cơ bản về mặt lý thuyết nhưng đến khi phục vụ khách du lịch thì lại chưa thực hiện tốt. Có thể nói, sở dĩ công tác trên còn hạn chế là do: ban lãnh đạo công ty chưa thật quan tâm đúng mức, dẫn đến trình độ giao tiếp ứng xử của nhân viên không kiểm soát, đánh giá đúng tầm quan trọng của giao tiếp ứng xử với khách, chưa có các chế độ thưởng phạt rõ ràng, thỏa đáng cho nhân viên, nhiều khi nhân viên còn làm việc dựa vào tổ chức.

CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI XUYỀN Á

3.1 Phương hướng, nhiệm vụ và mục tiêu phát triển của công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.

Cùng với sự phát triển du lịch cả nước, hoạt động du lịch thành phố Hải Phòng cũng đang trên đà phát triển. Công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á cũng luôn cố gắng phấn đấu để trở thành một công ty có vị thế trên thị trường du lịch Hải Phòng. Vì thế, trong một vài năm vừa qua, lãnh đạo công ty cùng toàn thể nhân viên đã không ngừng khắc phục những khó khăn, tạo lập uy tín, thương hiệu, thị trường nhằm thu hút thêm nhiều khách hàng.

Phương hướng chung của công ty là hoàn thiện khả năng làm việc, nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ hướng dẫn viên, tiếp tục duy trì và củng cố hoạt động kinh doanh của công ty, mở rộng thêm các hoạt động khác như: làm hộ chiếu, visa, bán vé máy bay, cho thuê xe du lịch, tư vấn du học... Trên cơ sở thị trường sẵn có cần đầu tư nghiên cứu thị trường mục tiêu, đầu tư hoạch định chiến lược phát triển trong năm tới, phấn đấu xây dựng hình ảnh công ty. Làm cho công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á là một “địa chỉ tin cậy” cho các khách du lịch. Vì thế công ty đã đề ra một số biện pháp cụ thể cho nhân viên công ty, đi sâu vào giáo dục ý thức nghề nghiệp cũng như đạo đức của mỗi người.

Nâng cao chất lượng phục vụ theo hướng đặc biệt quan tâm đến quyền lợi và tiêu chuẩn của khách du lịch, đi sâu vào phục vụ cá nhân khách và tạo sự tận tình với khách.

Luôn luôn cố gắng phục vụ chu đáo nhất, nhưng kiên quyết ngăn chặn các hoạt động vi phạm đến pháp luật của Nhà nước Việt Nam, không vì chiều

khách quá mà làm trái pháp luật, làm ảnh hưởng tới hình ảnh và uy tín của công ty.

Đẩy mạnh công tác thi đua khen thưởng, tạo phong trào thi đua sâu rộng, khuyến khích đội ngũ nhân viên công ty hăng hái thi đua lao động.

Quan tâm đến công tác đào tạo lại đội ngũ nhân viên, hướng dẫn viên nhằm đáp ứng được nhu cầu phục vụ ngày càng khắt khe hơn.

Nhiệm vụ và mục tiêu phát triển:

Phấn đấu hoàn thiện vượt mức kế hoạch công ty đề ra: tổ chức ít nhất 150 tour một năm.

Đảm bảo toàn diện về mọi mặt, xây dựng đơn vị đoàn kết, toàn diện nhất trí.

Đảm bảo việc làm và cải thiện đời sống cho đội ngũ nhân viên công ty.

Xây dựng tốt phong trào học tập, rèn luyện trong công ty.

Phát triển đội ngũ hướng dẫn viên công ty nhằm đáp ứng được yêu cầu của công việc.

3.2. Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên tại công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á

Trong hoạt động kinh doanh lữ hành, hướng dẫn viên là khâu quyết định đến hiệu quả cạnh tranh và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Điều này phụ thuộc rất lớn vào trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tính năng động sáng tạo, đạo đức nghề nghiệp, thái độ phục vụ của hướng dẫn viên với khách du lịch.

Nếu như chất lượng dịch vụ là mục tiêu quan trọng mà khách hàng hướng tới, thì giao tiếp ứng xử là công cụ đưa sản phẩm đó đến đến với khách du lịch, kỹ năng giao tiếp của hướng dẫn viên là yếu tố quan trọng để tạo ấn tượng tốt đẹp, sự tin tưởng nhất định của du khách với doanh nghiệp. Đó cũng là vấn đề mà khách hàng phàn nàn nhiều nhất và mong muốn nhiều nhất từ doanh nghiệp. Như vậy, giao tiếp của hướng dẫn viên ảnh hưởng trực tiếp đến

tiến trình quyết định sử dụng sản phẩm dịch vụ của du khách và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Chính vì vậy, nâng cao khả năng giao tiếp của hướng dẫn viên là một việc cần phải thực hiện.

Trên cơ sở nghiên cứu tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử với khách du lịch của hướng dẫn viên công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á và thực tế thời gian thực tập tại công ty em xin nêu ra một số biện pháp góp phần nâng cao chất lượng giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên .

3.2.1. Về tuyển chọn đội ngũ lao động

Đội ngũ hướng dẫn viên là người trực tiếp tiếp xúc với khách, là một trong những yếu tố quyết định đến chất lượng phục vụ. Do đó công ty cần phải đặc biệt quan tâm đến công tác tuyển chọn lao động. Nếu tuyển chọn được người có năng lực thực sự thì sẽ tiết kiệm được chi phí cho việc đào tạo lại.

Khi tuyển chọn doanh nghiệp cần dựa trên cơ sở các quy chế, chính sách về tuyển dụng lao động, quy định về tiêu chuẩn nhân viên của nhà nước, của ngành để xây dựng các qui định, chính sách và tiêu chuẩn tuyển dụng phù hợp với điều kiện thực tế của doanh nghiệp.

Doanh nghiệp cần hoạch định cho mình kế hoạch tuyển dụng kèm theo tiêu chuẩn cụ thể về khả năng giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên.

Mọi thông tin tuyển dụng, chế độ ưu tiên... cần được thông báo công khai trên phương tiện thông tin đại chúng. Quá trình thi tuyển phải được giám sát chặt chẽ và bảo đảm tính công bằng.

Ứng viên trúng tuyển cần được trải qua thời gian thử việc, ít nhất là hai tháng với 85% lương đã công bố.

Sau thời gian thử việc, nhân viên mới được xét tuyển dụng với sự ràng buộc giữa nhân viên và doanh nghiệp bằng hợp đồng lao động theo qui định tại điều 57,58,59 của bộ luật Lao động nước CHXHCN Việt Nam. Quyền lợi của nhân viên sau khi chấm dứt hợp đồng sẽ được giải quyết theo chế độ bảo hiểm xã hội và phụ thuộc vào thời gian mà nhân viên làm việc cho doanh nghiệp.

Do đòi hỏi của công việc hướng dẫn nên khi tuyển chọn, công ty luôn ưu tiên những người trẻ trung, có kinh nghiệm hướng dẫn ít nhất một năm, có năng lực chuyên môn nghiệp vụ, phẩm chất tư cách đạo đức tốt, đặc biệt là khả năng ứng xử khéo léo, linh hoạt, tạo được sự hài lòng cho khách.

Khi tuyển chọn cần xác định các tiêu chí cụ thể theo nội dung sau:

Hình thức: tuổi đời trẻ, ngoại hình khá.

Thái độ: ân cần, lịch sự, niềm nở, chu đáo, vui vẻ.

Trình độ: có nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, sử dụng thành thạo ít nhất một ngoại ngữ, có nghệ thuật thuyết phục khách hàng, khả năng giao tiếp tốt, kỹ năng phối hợp, kỹ năng ngôn ngữ, kỹ năng đối thoại.

Kỹ năng giải quyết vấn đề phức tạp, phát sinh một cách năng động, linh hoạt nhất.

Thẳng thắn, thật thà, cần cù, chăm chỉ, có trách nhiệm với khách, tuân thủ nội quy, quy định của doanh nghiệp, của đối tác.

Có tinh thần tập thể trong công việc, luôn sẵn sàng, hỗ trợ và giúp đỡ các nhân viên khác trong cùng doanh nghiệp.

Các yêu cầu đối với hướng dẫn viên:

Về tư tưởng đạo đức: Có lòng yêu nước, yêu quê hương, yêu nhân dân. Có lòng tự tôn dân tộc và lòng tự trọng cá nhân cao độ. Có tình cảm cao thượng, yêu nghề, sống có kỷ luật và tôn trọng luật pháp

Về năng lực: năng lực được hiểu là khả năng vận dụng các kiến thức vào việc thực hiện công việc cụ thể mà hướng dẫn viên phải đảm nhận. Hướng dẫn viên cần có các năng lực sau:

- Có khả năng cụ thể hoá chương trình du lịch thành lịch trình chi tiết để thực hiện:
- Có khả năng xây dựng được bài thuyết minh tốt.
- Có khả năng xây dựng được kịch bản hướng dẫn trên đường đi phù hợp.
- Có khả năng sử dụng linh hoạt các phương pháp thuyết trình hiệu quả.

- Có khả năng phân tích và đánh giá về chương trình du lịch mà mình sẽ thực hiện.
- Có khả năng phân tích và đánh giá về kế hoạch thực hiện chương trình, có thể chỉ ra được những hạn chế cần khắc phục.
- Có khả năng tổ chức và kinh hoạt trong việc thực hiện chương trình và quản lý thực hiện chương trình.
- Có khả năng tạo lập bầu không khí tập thể.
- Có khả năng nhận diện được những khuyết tật của dịch vụ và có khả năng đưa ra các can thiệp phù hợp, kịp thời.
- Có khả năng đánh giá được thái độ của khách hàng và phát hiện được nhu cầu mới của khách.
- Có khả năng phân tích và tính toán những tác động ngoại cảnh của ảnh hưởng bất lợi đến việc thực hiện chương trình.
- Có khả năng thiết lập quan hệ tốt với khách hàng và nhà cung cấp.
- Có khả năng ra quyết định độc lập trong việc xử lý các tình huống;
- Có khả năng đề xuất các ý tưởng cải tiến chương trình;
- Có khả năng kiểm tra và sử dụng thành thạo các công cụ hỗ trợ cho hoạt động hướng dẫn (micro, video, đèn chiếu, que chỉ, bản đồ, mô hình..)
- Có khả năng làm việc với cường độ cao và kiểm soát được sự căng thẳng.

Về kỹ năng : hướng dẫn viên du lịch phải có các kỹ năng cơ bản sau:

- Có kỹ năng thuyết trình tốt.
- Kỹ năng quan sát tốt.
- Kỹ năng tạo hứng thú và duy trì hứng thú của khách.
- Kỹ năng sử dụng tốt giao tiếp phi ngôn ngữ.
- Kỹ năng tạo lập bầu không khí tập thể trong đoàn khách.
- Kỹ năng nhận phản hồi và phản hồi tốt.
- Kỹ năng đặt câu hỏi tốt và sử dụng tốt câu hỏi trong quá trình thuyết trình.

- Kỹ năng trả lời tốt các câu hỏi được khách đưa ra.
- Kỹ năng sử dụng tốt các phương tiện và công cụ hỗ trợ.
- Kỹ năng điều khiển đoàn khách.
- Kỹ năng xử lý các tình huống phát sinh trong thời gian thực hiện chương trình.

Về thái độ

Đối với công việc:

- Tuân thủ kế hoạch nhưng phải tư duy mềm dẻo, linh hoạt và sáng tạo.
- Say mê, tận tụy với nghề hướng dẫn.
- Biết hoàn thiện đến chi tiết nhỏ nhất trong công việc.
- Làm việc vì mục tiêu kết quả của công việc.
- Coi thu nhập là phần thưởng của công việc được hoàn thành xuất sắc.

Đối với khách:

- Xác định khách là đối tượng được phục vụ, là điều kiện cho sự tồn tại và phát triển của hướng dẫn viên.

- Vì lợi ích của khách.
- Sẵn sàng chia sẻ tâm tư của khách.
- Trung thực, biết tiếp thu ý kiến từ khách.
- Hướng dẫn viên là chủ nhà và phải thể hiện được lòng hiếu khách và

tạo bầu không khí thân thiện cởi mở trong đoàn:

- Kính trọng, lịch sự, chân thành, khiêm tốn và trọng chữ Tín.
- Đối xử hoà đồng, không thiên vị và cũng không thành kiến, ác ý với ai, tuyệt đối không được xác định khách là đối tượng để trút bầu tâm sự.

- Trong nhiều trường hợp phải hết sức cương quyết từ chối những cám dỗ vật chất đưa ra.

- Tuyệt đối phải đúng giờ.

Trong giao tiếp với khách hàng, cần tránh 4 thái độ sau:

Thái độ ngạo mạn, như thế sẽ làm tổn thương đến lòng tự trọng của khách hàng.

Thái độ lúng túng, sẽ làm cho khách hàng cảm thấy bạn không đáng tin cậy.

Thái độ lạnh lùng, sẽ làm cho khách hàng cảm thấy không thân thiện.

Thái độ tùy tiện, sẽ làm cho khách hàng không tôn trọng bạn.

Đối với cộng sự:

- Thân thiện, chân thành, tin tưởng.
- Biết chia sẻ.
- Khiêm tốn.
- Biết ghi nhận, khích lệ những việc làm tốt.
- Sẵn sàng chỉ rõ viển cảnh và thách thức đối với công việc mà họ vượt qua.

Đối với cộng đồng và vấn đề bảo vệ môi trường:

- Tôn trọng các giá truyền thống của cộng đồng địa phương.
- Tuân thủ các quy định về quản lý điểm đến.
- Vận động khách tham gia vào việc tuân thủ các quy định về bảo vệ môi trường và đóng góp cho bảo vệ môi trường.

Đối với bản thân:

- Phải có tinh thần cầu tiến.
- Biết tự đánh giá và phê bình.
- Biết ghi nhận những cố gắng và những gì mình đã làm tốt.
- Nhận thức được những thách thức đối với bản thân trong việc thực hiện tốt hoạt động hướng dẫn.
- Đặt ra thách thức cho bản thân để khám phá phát triển khả năng cá nhân.

Tất cả những yêu cầu nói trên nhằm hình thành và hoàn thiện nhân cách của người hướng dẫn du lịch.

Mười sáu phẩm chất, năng lực đánh giá người hướng dẫn viên du lịch tốt:

1. Nhiệt huyết.
2. Cởi mở ân cần và nhã nhặn.
3. Tự tin.
4. Tính tiên phong.
5. Nhạy cảm.
6. Linh hoạt.
7. Xác thực.
8. Diện mạo chuyên nghiệp và dễ thương.
9. Hải hước.
10. Kiến thức.
11. Kỹ năng giao tiếp tốt.
12. Kỹ năng tổ chức tốt.
13. Tính kiên quyết.
14. Sức khoẻ tốt.
15. Liêm chính.
16. Sự quỵên rũ, lôi cuốn.

Đối với công việc, hướng dẫn viên phải hoàn thiện đến cái nhỏ nhất và luôn tâm niệm một điều rằng: du khách không đánh giá tách bạch từng loại dịch vụ, từng khâu của quá trình phục vụ mà họ có ấn tượng về cả một kỳ nghỉ. Do vậy chỉ một sơ suất ở một khâu dù là nhỏ nhất cũng có thể làm ảnh hưởng đến tất cả các khâu còn lại trong toàn bộ chuyến hành trình.

Hướng dẫn viên phải là người trung thực, có tinh thần cầu tiến và luôn biết lắng nghe ý kiến của khách, biết tự phê bình, tự đánh giá và luôn biết phấn đấu để tự hoàn thiện mình, đồng thời cũng phải biết đặt ra thách thức bản thân. Đối với hướng dẫn viên, tri thức và kinh nghiệm cần phải tích lũy không bao giờ là đủ. Bên cạnh việc phê phán bản thân, hướng dẫn viên cũng phải biết ghi nhận những cố gắng, những thành công mà mình đã đạt được

trong từng công việc, từng bước phát triển nghề nghiệp. Nên nhớ rằng, một người chỉ bết phê phán, quá khắt khe với bản thân cũng sẽ khó có thể đưa ra lời khen đối với người khác.

Có 7 sai lầm nghiêm trọng mà hướng dẫn viên tuyệt đối không được mắc phải trong quá trình phục vụ khách:

1. Đối xử với khách thờ ơ vô cảm.
2. Phớt lờ các đề nghị của khách.
3. Lạnh lùng với khách.
4. Xu nịnh hạ mình trước khách.
5. Hành động như người máy.
6. Nói như sách.
7. Vòng vo tam quốc.

3.2.2. Về đào tạo bồi dưỡng lao động

Lý luận và thực tiễn đã khẳng định rằng sự thành công và phát triển của bất kỳ một lĩnh vực kinh doanh, hay một tổ chức kinh tế xã hội nào đều phụ thuộc trước hết vào yếu tố con người - con người ở đây được đánh giá theo tiêu chuẩn: sự hiểu biết về lý thuyết và kỹ năng làm việc, phẩm chất đạo đức và sức khỏe của người đó. Sự hiểu biết và kỹ năng của người lao động có được là nhờ quá trình đào tạo.

Đây là một việc làm vô cùng cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp lữ hành. Do môi trường kinh doanh luôn có sự biến động, và nhu cầu của khách ngày càng đa dạng và khắt khe hơn. Bởi thế, việc đào tạo và bồi dưỡng lao động được xem như là một công tác thiết yếu với mục đích: đào tạo ra một đội ngũ lao động lành nghề, có chất lượng cao, đáp ứng mọi yêu cầu của công việc. Từ đó có thể nâng cao chất lượng phục vụ khách du lịch, cũng như nâng cao được năng suất lao động và đạt được những chỉ tiêu đề ra.

Bên cạnh việc tập trung đầu tư, nâng cao trình độ kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ cho đội ngũ hướng dẫn viên, công ty cần phải thường xuyên quan tâm

giáo dục họ nhận thức đầy đủ vai trò của giao tiếp ứng xử đối với nghề nghiệp của mình. Cần tiếp tục đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ nói chung và nghiệp vụ giao tiếp ứng xử nói riêng cho nhân viên, nhờ vào việc đào tạo mà nhân viên phục vụ ngày càng tạo cho mình một thương hiệu tốt nhất.

Khi nâng cao tính chủ động trong công tác đào tạo, bồi dưỡng tại chỗ: Xuyên Á cần phải xây dựng qui trình công nghệ chuẩn hoặc xây dựng chất lượng dịch vụ theo tiêu chuẩn ISO. Trên cơ sở đó, mọi người lao động phải được học tập, bồi dưỡng và thực hiện theo qui trình. Do đó, công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân viên phải là nhiệm vụ thường xuyên của doanh nghiệp.

Công ty có thể áp dụng một số biện pháp nâng cao trình độ nghiệp vụ của hướng dẫn viên như sau:

Tổ chức các buổi hội thảo theo chủ đề, các buổi hội thảo về giao tiếp ứng xử với khách từ đó rút ra được phương pháp giao tiếp với khách tốt nhất.

Tổ chức các phong trào thi đua trong công ty, tạo cơ hội để mọi người học hỏi lẫn nhau, khuyến khích nhân viên học tập, tạo điều kiện cho nhân viên nâng cao trình độ ngoại ngữ.

Gửi nhân viên đi đào tạo tại các trường đại học, nghiệp vụ, các doanh nghiệp khác trong mùa vắng khách. Tránh tình trạng học tự phát.

Thuê người về đào tạo tại doanh nghiệp.

Bồi dưỡng, nâng cao khả năng giao tiếp của người phục vụ theo tiêu chuẩn 4S: Smile: luôn tươi cười; Smart: lịch sự; Speed: nhanh nhẹn; Sincerity: chân thành.

Tổ chức một số chuyên tham quan cho các nhân viên công ty trong thời gian rỗi để cùng nhau hướng dẫn, trao đổi kinh nghiệm cũng như phục vụ khách. Tổ chức giải quyết các tình huống khó trong giao tiếp ứng xử, rút kinh nghiệm trong trường hợp ứng xử chưa hoàn hảo.

Nhân viên có kinh nghiệm, đã được đào tạo nên hướng dẫn, bảo ban những nhân viên mới vào nghề.

Tăng cường sự liên kết, hợp tác với các cơ sở đào tạo:

Liên kết giữa doanh nghiệp và các cơ sở đào tạo nhằm phát triển mô hình đào tạo tại các doanh nghiệp theo đơn đặt hàng. Đây là mô hình đào tạo rất tiết kiệm và hiệu quả.

Mở rộng quan hệ và gắn bó với các tổ chức, hiệp hội, tập đoàn sẽ tạo được cơ hội đào tạo, học hỏi cho đội ngũ nhân viên của doanh nghiệp mình. Đồng thời, thu hút và tuyển chọn được các nhân viên giỏi.

Liên kết chặt chẽ với các trường nghề, cao đẳng, đại học đào tạo về du lịch nhằm thu hút các học viên, sinh viên giỏi thông qua các chương trình nhận sinh viên thực tập, cấp học bổng tài năng trẻ... nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Thành lập quỹ đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực.

Đẩy mạnh sự hợp tác với các doanh nghiệp khác trong công tác đào tạo

Đào tạo và bồi dưỡng lao động phải được tiến hành thường xuyên và liên tục để có thể đáp ứng với nhu cầu đòi hỏi của doanh nghiệp với người lao động và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

3.2.3. Nâng cao đạo đức nghề nghiệp cho nhân viên trong doanh nghiệp:

Đạo đức là lòng yêu nghề, sự hăng say công việc, tận tụy với nghề, phong cách thái độ phục vụ khách, là sự cư xử với đồng nghiệp, là sự kết hợp giữa lợi ích cá nhân, tập thể... Yêu cầu đạo đức nghề nghiệp của lao động của hướng dẫn viên là sự thống nhất và đan quyện giữa cái thiện và cái đẹp. Chỉ có cái thiện và đích thực bên trong mới là cơ sở nền tảng cho cái đẹp đích thực bên ngoài. Chỉ khi có sự thống nhất và đan quyện nhau giữa cái đẹp và cái thiện thì cách thức ứng xử của của người hướng dẫn viên mới được hoàn thiện. Đạo đức nghề nghiệp là một trong những yếu tố giúp người hướng dẫn viên thực thi nhiệm vụ của mình theo tinh thần tự nguyện thông qua các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp nhằm hình thành và phát triển "văn hóa hành vi" trong khi phục vụ khách. Mặt khác còn hỗ trợ tương tác lẫn nhau giữa các thành viên

trong doanh nghiệp. Theo đánh giá của chuyên gia du lịch thì nâng cao đạo đức nghề của lao động trong kinh doanh du lịch, có nghĩa là đảm bảo cho người lao động phải không ngừng nâng cao năng lực (tài) và phẩm chất (đức).

3.2.4. Đánh giá kết quả lao động và trả công cho nhân viên trong doanh nghiệp:

Để đánh giá được hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên trong doanh nghiệp lý hành là phải biết được hiệu quả giao tiếp ứng xử của họ để trả công, khen thưởng xứng đáng, đồng thời cũng kịp thời uốn nắn phòng ngừa những hiện tượng tiêu cực phát sinh. Để biết được hiệu quả giao tiếp ứng xử của nhân viên tới đâu thì hoàn toàn phụ thuộc vào ý kiến, nhận xét của khách đối với nhân viên. Nếu khách đánh giá là tốt thì doanh nghiệp phải trả công lao động hợp lý xứng đáng, đồng viên khen thưởng kịp thời là những đòn bẩy vật chất và tinh thần kích thích người lao động cống hiến nhiều hơn nữa, gắn bó với doanh nghiệp hơn, nâng cao năng suất và chất lượng lao động .

3.2.5. Cải thiện điều kiện lao động và nâng cao chất lượng môi trường làm việc trong doanh nghiệp du lịch

Lãnh đạo công ty cần tìm cho mình một phương pháp quản lý chất lượng phù hợp nhất và thường xuyên tiến hành kiểm tra, giám sát chất lượng của sản phẩm du lịch.

Điều kiện làm việc có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả lao động của mỗi cá nhân đồng thời cũng ảnh hưởng đến sức khoẻ của người lao động.

Cải thiện điều kiện lao động và chế độ làm việc nghỉ ngơi cho người lao động: thời gian bắt đầu và kết thúc làm việc, thời gian nghỉ ngơi sau mỗi lần đi tour...

Chế độ làm việc và nghỉ ngơi hợp lý liên quan trực tiếp đến khả năng làm việc của người lao động. Xây dựng chế độ nghỉ ngơi và làm việc hợp lý để đạt được mục đích: kéo dài khả năng làm việc trong trạng thái ổn định và

năng suất, chống mệt mỏi, bảo vệ sức khỏe cho người lao động, tính liên tục của hoạt động kinh doanh.

Hoàn thiện công tác tổ chức phục vụ nơi làm việc theo yêu cầu của công việc, tạo ra môi trường thuận lợi về tâm sinh lý cho người lao động.

Tạo ra bầu không khí dân chủ, tương trợ giúp đỡ lẫn nhau giữa những người quản lý, lãnh đạo với người lao động, giữa những người lao động với nhau để người lao động cảm nhận được sự tôn trọng và phát huy hết mọi tiềm năng của mình.

Xây dựng môi trường văn hoá doanh nghiệp, tạo ra những dấu ấn đặc trưng cho doanh nghiệp như tính dân chủ, ý thức tập thể, sự quan tâm và có ý thức trách nhiệm với nhau trong công việc. Điều đó vừa góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và ý thức trách nhiệm của người lao động. Thường xuyên tổ chức kiểm tra sức khỏe, có kế hoạch chăm sóc sức khỏe cho nhân viên. Việc làm này sẽ giúp cho nhân viên có một sức khỏe tốt để họ tận tình với công việc và cảm thấy doanh nghiệp quan tâm nhiều đến mình.

Hiện nay, trong công ty vẫn còn tình trạng: một số hướng dẫn viên cho rằng mình có tuổi đời, tuổi nghề, trình độ hơn người khác, hoặc mệt mỏi sau những chuyến đi dài, nên tỏ ra lười biếng, không học tập thêm, đồng thời không quan tâm, hòa đồng với một số nhân viên mới, cũng như đội ngũ cộng tác viên; hay như một số nhân viên lại cho rằng giám đốc và người điều hành đã không bố trí, phân công công việc hợp lý, người này được lợi hơn người kia... dẫn đến sự mất đoàn kết nội bộ, vì vậy công ty cần tạo ra bầu không khí hòa thuận, bình đẳng giữa mọi thành viên, tạo cho họ sự an tâm vào công ty và quan hệ giữa các thành viên trở nên tốt hơn, không còn hiện tượng soi mói, ganh ghét lẫn nhau. Một bầu không khí thân thiện, đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau trong công việc, thống nhất sự tin tưởng và tôn trọng nhau, thái độ nghiêm túc trong công việc, điều kiện làm việc thích hợp là các yếu tố cơ bản quyết định đến sự thành công của công ty.

3.2.6. Hoàn thiện chế độ đãi ngộ, đánh giá và khen thưởng người lao động

Lãnh đạo công ty cần quan tâm đối với người lao động thông qua **hệ thống lương thưởng** (hình thức đãi ngộ về vật chất) và quan tâm tới cá nhân và gia đình họ (hình thức đãi ngộ về tinh thần). Mục đích của việc đãi ngộ là nhằm kích thích, động viên, thúc đẩy tốc độ làm việc của nhân viên. Trên cơ sở đó tạo ra bầu không khí hòa thuận, gắn bó, tôn trọng lẫn nhau vì mục tiêu chung của doanh nghiệp. Nhân viên chỉ có thể làm việc có hiệu quả khi công việc ổn định, phù hợp có mức lương thỏa đáng, có lòng yêu nghề, muôn gắn bó với nghề, nghĩa là đời sống và tinh thần của họ được đảm bảo thì họ mới có thể cống hiến sức lực một cách tốt nhất. Nhưng nếu chính sách đãi ngộ không phù hợp nó sẽ có tác dụng ngược lại: kìm hãm sự say mê làm việc của nhân viên.

Việc đãi ngộ phụ thuộc vào hiệu quả công việc mà nhân viên đó đã công hiến cho doanh nghiệp.

Nhưng bên cạnh đó, cần nghiêm khắc phê bình, kỷ luật, áp dụng các hình phạt đối với những người vi phạm nội quy, quy định của công ty nói chung, trong công việc hướng dẫn khách nói riêng.

Hình thức đãi ngộ vật chất chủ yếu bao gồm:

Tiền lương: Việc xác định chính sách tiền lương phải căn cứ trên kết quả lao động đã được đánh giá chính xác và phân phối lương phải công bằng .

Hoàn thiện công tác tiền lương của doanh nghiệp :

Người lãnh đạo doanh nghiệp phải biết được giá trị của lao động trong từng loại công việc, nắm bắt được thông tin về khung lương cho loại lao động đó, công việc đó trên thị trường lao động để quyết định mức lương, mức trả công lao động hợp lý.

Mỗi doanh nghiệp du lịch cần lựa chọn được hình thức trả lương hợp lý vừa khuyến khích được người lao động vừa bảo đảm các mục tiêu kinh

doanh. Hình thức trả lương hiện nay phù hợp nhất là hình thức khoán theo doanh thu hoặc thu nhập.

Để gắn tiền lương với chất lượng lao động, mỗi người lao động sau một tháng làm việc thì cần được đánh giá xếp loại theo các mức độ. Ví dụ: A(1,2)–B(1,0) – C(0,8)

Nếu người lao động có thời gian gắn bó lâu dài với doanh nghiệp thì nên sử dụng hệ số lương theo thâm niên trong quá trình tính lương cho người lao động. Ví dụ: 5-10 năm (1,2); 10-15 năm (1,4); 15-20 năm (1,6); 20-25 năm (1,8); 25 năm trở lên (2,0)

Tiền thù lao: sau mỗi chuyến đi của hướng dẫn viên, công ty phải trả tiền thù lao theo thỏa thuận.

Tiền thưởng: căn cứ vào kết quả thực hiện công việc của nhân viên, lãnh đạo công ty phải thưởng công cho những người lao động tốt, vượt kế hoạch.

Các loại phúc lợi: phúc lợi thể hiện sự quan tâm của doanh nghiệp đến đời sống của nhân viên, có tác dụng kích thích nhân viên trung thành, gắn bó với doanh nghiệp. Dù ở cương vị cao hay thấp, hoàn thành công việc hay chỉ ở mức độ trung bình, đã là nhân viên trong doanh nghiệp thì đều được hưởng phúc lợi. Phúc lợi của doanh nghiệp thường bao gồm bảo hiểm xã hội và bảo hiểm y tế, hưu trí, nghỉ phép, quà tặng của doanh nghiệp cho nhân viên vào các dịp sinh nhật, cưới hỏi...

Hình thức đãi ngộ tinh thần:

Không chỉ khuyến khích về mặt vật chất mà khuyến khích về mặt tinh thần đối với người lao động cũng có ý nghĩa quan trọng nhằm tạo động lực mạnh mẽ cho người lao động trong quá trình làm việc

Các chính sách của doanh nghiệp đối với nhân viên và đối với gia đình họ như: sinh nhật, thăm hỏi khi đau ốm, lễ tết, ma chay, hiếu hỉ, tìm hiểu và giúp đỡ đối với những gia đình khó khăn, nên xây dựng quỹ hỗ trợ cán bộ công nhân viên, tạo điều kiện cho cán bộ nhân viên có hoàn cảnh khó khăn

vay vốn ngân hàng để tổ chức làm kinh tế gia đình, từ đó chuyên tâm vào công việc của mình tại doanh nghiệp. Tất cả những việc làm trên đều tạo ra một động lực thông qua việc thỏa mãn các nhu cầu về sự tôn trọng, sự công bằng và thăm viếng cho người lao động.

Tạo ra môi trường thuận lợi cho quá trình lao động bằng cách: hoàn thiện công tác tổ chức phụ vụ nơi làm việc theo yêu cầu của công việc, tạo ra môi trường thuận lợi về tâm sinh lý cho người lao động; tạo ra bầu không khí dân chủ, tương trợ giúp đỡ lẫn nhau giữa lãnh đạo và nhân viên, giữa các nhân viên với nhau để người lao động cảm thấy họ được tôn trọng, do đó họ phát huy được hết mọi tiềm năng của mình.

Tạo cơ hội thăng tiến cho nhân viên, xây dựng các danh hiệu thi đua như lao động tiên tiến, chiến sỹ thi đua... tổ chức tiệc sinh nhật theo tháng cho nhân viên, tổ chức vui chơi giải trí cho nhân viên...

Doanh nghiệp cần đưa ra các chế độ ***khen thưởng, kỷ luật một cách thỏa đáng***. Không chỉ đối với ngành lữ hành mà đối với các ngành, các lĩnh vực khác người lao động đều làm theo năng lực hưởng theo lao động. Những nhân viên làm việc tốt, hiệu quả, đem lại sự hài lòng cho du khách sẽ được động viên khen thưởng. Điều này sẽ khích lệ họ và làm họ cố gắng hơn nữa. Ngược lại với những người làm sai quy định thì nên phê bình, kỷ luật họ để họ rút kinh nghiệm. Với những quy chế như vậy sẽ khơi dậy quyết tâm và hứng thú làm việc và chắc chắn họ sẽ nhiệt tình với công việc và giúp phục vụ khách một cách nhiệt tình nhất.

Chế độ khen thưởng và kỷ luật của doanh nghiệp sẽ làm cho người lao động phải luôn cố gắng vươn lên để đạt chất lượng phục vụ tốt, chống lối làm việc tự do, tùy tiện, vô tổ chức, khắc phục dần những tập quán lao động lạc hậu, chống tư tưởng lười biếng, gian dối, làm ẩu....

3.2.7. Hoàn thiện hệ thống nội qui và tăng cường kỷ luật lao động

Quy định là một trong những công cụ hữu hiệu đảm bảo rằng: tất cả các nhân viên trong công ty đều tuân thủ theo. Và với cách quản lý này thì công ty mới thu được những hiệu quả thiết thực từ quá trình phục vụ khách của nhân viên khi tiêu chuẩn được đặt ra, công ty sẽ thổi vào luồng gió tự do và công khai, kỉ luật và cởi mở. Nếu không có tiêu chuẩn, quy định rõ ràng sẽ dẫn đến tình trạng vô tổ chức, giao tiếp ứng xử của nhân viên cũng từ đó thái hóa theo. Ban lãnh đạo công ty có thể bổ sung thêm vào biện pháp triển khai một số quy định đối với nhân viên như sau:

Khoảng cách giao tiếp giữa hướng dẫn viên công ty với khách không nên quá gần hoặc quá xa, từ 1.2 đến 4m là hợp lý.

Khi giao tiếp với khách, các nhân viên cần phải sử dụng từ ngữ đơn giản, chính xác song phải lịch sự; nói với tốc độ, âm lượng vừa phải, nói rõ ràng với giọng nhẹ nhàng.

Luôn trong tư thế sẵn sàng phục vụ, giúp đỡ khách.

Trong mọi trường hợp hướng dẫn viên phải luôn kiểm soát được hành vi của mình, giữ được bình tĩnh, lịch sự. Như vậy khách sẽ dễ dàng hiểu hướng dẫn viên nói gì và có ấn tượng hướng dẫn viên là người lịch sự, đồng thời nhanh nhẹn sử dụng thái độ để bày tỏ sự thân mật bằng những câu văn chủ động, tích cực để tạo ra sự thân thiện, tin cậy ở khách.

Doanh nghiệp phải xây dựng được **nội qui** lao động là những quy định cụ thể, ngắn gọn, thiết thực không được trái với quy định chung của ngành, Nhà nước về chính sách và chế độ lao động.

Các doanh nghiệp cần củng cố và hoàn thiện nội qui lao động theo Nghị định 41 CP ngày 6/7/1999 của chính phủ và theo các nội dung sau : các điều khoản tuyển dụng, trật tự trong doanh nghiệp, thời gian làm việc và nghỉ ngơi, an toàn lao động và vệ sinh lao động, các qui định bí mật kinh doanh, bí mật thông tin của doanh nghiệp, các qui định về quyền lợi của nhân viên.

Các doanh nghiệp cần qui định rõ các các điều khoản vi phạm nội qui lao động và hình thức kỷ luật đi kèm. Nội qui lao động, các điều khoản về kỷ luật lao động cần được doanh nghiệp phổ biến rộng rãi cho toàn thể nhân viên và xử lý thật nghiêm minh mọi trường hợp vi phạm.

Tổng thu nhập mà nhân viên nhận được sau mỗi tháng làm việc nên được chia làm hai phần: tiền lương và tiền thưởng. Đối với nhân viên vi phạm kỷ luật, doanh nghiệp sẽ cắt, trừ tiền thưởng của tháng đó tùy theo hình thức, mức độ vi phạm kỷ luật và hình thức kỷ luật đi kèm. Đây là một biện pháp hữu hiệu để nâng cao ý thức và giữ gìn kỷ luật lao động trong các doanh nghiệp du lịch.

Nội quy phải tạo cho người lao động một thái độ, phong cách làm việc nhiệt tình, một trình độ phục vụ khách ở mức hoàn chỉnh nhất, tránh cho khách phải chịu những phiền hà rắc rối. Mặt khác cũng để cho khách thấy cách làm việc nghiêm túc, thái độ chân thành, niềm nở của nhân viên khi thực hiện công việc.

Việc thường xuyên **kiểm tra** lại trình độ nghiệp vụ của nhân viên là một việc làm cần thiết và quan trọng.

3.2.8.Đoàn kết là sức mạnh tạo nên thành công:

Trong doanh nghiệp lữ hành cần phải xây dựng không khí vui vẻ thoải mái, chan hòa đoàn kết giữa các nhân viên, giữa các bộ phận với nhau trong cùng doanh nghiệp là điều tối cần thiết. Tránh quan hệ bất hòa, xoi mói, ganh ghét nhau giữa các thành viên trong công ty, bởi điều đó sẽ tạo nên không khí nặng nề và sẽ ảnh hưởng trực tiếp trong quá trình phục vụ khách, bởi mỗi nhân viên, mỗi bộ phận trong doanh nghiệp là một mắt xích tạo nên chuỗi mắt xích hoàn hảo. Đoàn kết là cầu nối các bộ phận để phục vụ khách, thỏa mãn nhu cầu của khách. Vì vậy, cần tạo bầu không khí thân thiện, đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau trong doanh nghiệp, thống nhất tin tưởng hỗ trợ nhau, thái độ nghiêm túc trong công việc, điều kiện làm việc thích hợp và các yếu tố cơ bản quyết định bầu không khí thân thiện trong nội bộ doanh nghiệp.

3.2.9. Xây dựng chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch trong doanh nghiệp

Chương trình định hướng công việc và phát triển nhân viên mới: tạo điều kiện cho nhân viên mới tìm hiểu về doanh nghiệp, ý thức được vị trí, vai trò của mình và bộ phận mình sẽ làm việc.

Chương trình đào tạo bồi dưỡng phát triển đội ngũ nhân viên: Các doanh nghiệp nên theo dõi quá trình phát triển chuyên môn, nghiệp vụ và kỹ năng làm việc của nhân viên ở mỗi bộ phận để làm cơ sở cho việc hoạch định, tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng. Cân nhắc giữa chi phí đào tạo và hiệu quả sử dụng nhân viên sau đào tạo để lập kế hoạch đào tạo thích hợp. Đồng thời, các doanh nghiệp nên có kế hoạch luân chuyển nhân viên giữa các bộ phận để nhân viên hiểu biết nhiều hơn về công việc của nhau. Từ đó, đề ra biện pháp quản lý có hiệu quả.

Chương trình đề bạt, thăng tiến: Ban lãnh đạo phải tạo môi trường bình đẳng để khuyến khích nhân viên. Các tiêu chuẩn, điều kiện cụ thể đối với từng vị trí công tác cần được công bố công khai. Những người được đề bạt vào vị trí cao hơn phải là người giỏi hơn.

3.2.10. Tìm hiểu mong muốn của khách hàng, xin ý kiến khách hàng:

Trong hoạt động hướng dẫn, chất lượng của sản phẩm dịch vụ mà khách hàng cảm nhận được chính là sự tổng hợp của nhiều yếu tố khác nhau, trong đó có các yếu tố thuộc về đội ngũ nhân viên. Nhân viên là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, vì vậy thái độ và trình độ của họ ảnh hưởng lớn tới chất lượng phục vụ và hình ảnh của doanh nghiệp. Tìm hiểu mong muốn của khách hàng đối với hướng dẫn viên sẽ giúp cho doanh nghiệp ngày càng hoàn thiện hơn nữa trong công tác đào tạo và bồi dưỡng nhân viên của mình.

Khách hàng là những người rất đa dạng về tuổi tác, thói quen, sở thích và trình độ... nhưng đều có chung một mong muốn là sự niềm nở, ân cần, chu đáo của người phục vụ. Bởi vậy ý kiến của khách hàng là vô cùng quan trọng.

Từ những nhận định đánh giá của khách về văn hóa giao tiếp ứng xử của nhân viên để doanh nghiệp có những phương hướng và chiến lược khắc phục những hạn chế và phát huy thế mạnh của mình để làm hài lòng khách kể cả những vị khách khó tính nhất. Việc tìm hiểu những suy nghĩ và xin ý kiến của khách cần phải hết sức khéo léo, lịch sự và nêu những ý kiến đề xuất với khách bằng cách:

Nhờ khách trả lời một số câu hỏi vào phiếu trưng cầu ý kiến. Đây là biện pháp khá đơn giản nhưng đem lại hiệu quả tương đối cao.

Nói chuyện trực tiếp với khách hàng.

Có những hòm thư đóng góp ý kiến.

Tổ chức các cuộc đàm thoại thảo luận định kỳ và mời khách tham gia.

3.2.11. Đối với chính bản thân nhân viên - hướng dẫn viên trong công ty

Các nhân viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á trong quá trình thực hiện nhiệm vụ của một hướng dẫn viên cần luôn chú ý đến chất lượng phục vụ, thái độ của hướng dẫn viên với khách, không ngừng hoàn thiện và nâng cao chất lượng phục vụ khách của mình. Để làm tốt điều đó, các hướng dẫn viên trong công ty cần chú ý tạo ấn tượng tốt đẹp từ khi bắt đầu tiếp xúc với khách.

Về kỹ năng ngôn ngữ: hướng dẫn viên trong công ty cần khắc phục việc nói ngọng, sử dụng từ địa phương. Cần nói, diễn đạt mọi vấn đề ngắn gọn súc tích. Trong mọi trường hợp hướng dẫn viên cần luôn giữ thái độ ứng xử sau:

Thận trọng và chính xác, lịch thiệp khi xưng hô với khách nhất là khi sử dụng đại từ nhân xưng. Tổ rõ sự quan tâm tới mọi thành viên trong đoàn khách, không nên thiên vị hay quá chú ý, quá thờ ơ với một ai đó.

Không làm những động tác coi là thiếu tế nhị, thiếu lịch sự. Cần sẵn sàng nói "xin lỗi", "cảm ơn" khi gặp những trường hợp cụ thể. Luôn luôn giữ

nét mặt tươi tắn với nụ cười trên môi. Nên sưu tập thêm nhiều câu truyện cười, chuyện vui vô hại để làm cho khách du lịch luôn luôn vui vẻ.

Khi phục vụ khách bên cạnh việc ân cần, niềm nở, hướng dẫn viên cần tự tin hơn, đồng thời luôn tế nhị, cư xử khéo léo, hạn chế việc làm cho khách ngay từ đầu đã có ấn tượng không tốt về hướng dẫn viên. Ví dụ những điều cần tránh khi phục vụ khách.

- Thái độ cau có, bực bội, thể hiện sự vội vàng khi đón và tiễn khách.
- Những nụ cười lỗi nhịp như: cười ngượng, cười vô vị, cười thất vọng, cười tinh nghịch, cười mỉa mai, cười cay độc, cười thương hại...)
- Nhìn xoáy vào khách.
- Vừa hút thuốc vừa ăn uống trong khi giao tiếp với khách.
- Đưa ra các câu hỏi cộc lốc, hay chỉ im lặng.
- Đùa cợt thân mật quá với khách thân quen tại nơi làm việc.
- Tự ý đưa tay ra trước để bắt tay với khách (trừ nữ giới) bắt tay thiếu lịch sự.
- Sự chuẩn bị về trang phục, ngoại hình không chu đáo, ăn mặc quá lòe loẹt gây phản cảm...
- Tỏ ra tự cao, tự đại, mặt mày vênh vác hoặc tỏ ra tự ti, khúm núm, mặc cảm.
- Dùng từ ngữ dân dã, chớ búa và từ chuyên môn với khách.

Trong giai đoạn phục vụ khách, hướng dẫn viên cần duy trì sự nhiệt tình, vui vẻ của mình, nhất là vào những thời gian cao điểm, hướng dẫn viên thường phải đi các chuyến đi dài ngày nên rất mệt mỏi, điều quan trọng là phải biết giữ gìn sức khỏe của mình và không được để lộ sự mệt mỏi ra trước đoàn khách của mình.

Người du lịch vẫn nói làm du lịch nghĩa là " Làm dâu trăm họ". trong quá trình phục vụ khách du lịch, người phục vụ không thể tránh khỏi những lúc khách phàn nàn về chất lượng dịch vụ, chất lượng phục vụ... vậy làm thế

nào để khách hết bức mình, để họ có thể cảm thông và tiếp tục sử dụng các dịch vụ của doanh nghiệp du lịch.

Hướng dẫn viên cần hiểu rằng: khách du lịch là người bỏ tiền ra mua các dịch vụ mà họ mong muốn được thỏa mãn. Thường thì du khách phải trả giá cao nên họ có quyền đòi hỏi, chê trách, phàn nàn. Khách thường phàn nàn khi họ không nhận được những hàng hóa dịch vụ mà họ nghĩ rằng phải được hưởng. Như vậy càng phục vụ tốt khách càng ít phàn nàn.

Dù hướng dẫn viên có sự chuẩn bị chu đáo đến đâu thì cũng phải luôn nhận thức được rằng: trong chuyến đi có nhiều phát sinh ngoài dự kiến, nhiều trục trặc, nhiều vấn đề khó giải quyết, những vấn đề đó có thể do lỗi của chính hướng dẫn viên, có thể không do hướng dẫn viên, có thể do nguyên nhân khách quan hay chủ quan. Điều quan trọng là phải luôn giữ bình tĩnh, những lời nói khéo léo lúc này là rất quan trọng, không được bỏ mặc khách hay buông xuôi mọi chuyện... Trong tất cả các trường hợp, khách có thể sẽ kêu ca, phàn nàn, thậm chí tức giận, hướng dẫn viên cần linh hoạt hơn trong mọi việc xử lý phàn nàn của khách.

Xử lý phàn nàn của khách:

Muốn được lòng của khách, hướng dẫn viên không được nổi nóng, tự hoặc tỏ ra khó chịu mỗi khi khách có những phàn nàn, trách móc. Bởi chính nó là nguồn dữ kiện tốt phản hồi cho doanh nghiệp du lịch, giúp cho việc khắc phục và cải thiện chất lượng phục vụ sau này.

Bằng mọi cách phải tránh cãi nhau hoặc tìm lý do để bao biện khuyết điểm của mình khi khách góp ý phàn nàn. Trong trường hợp khách có góp ý, hướng dẫn viên cần lịch sự, khôn khéo và tôn trọng ý kiến của khách, đồng thời bình tĩnh để xử lý.

Các bước xử lý khi khách phàn nàn:

Trước hết phải đứng nghiêm chỉnh, nhìn vào mặt khách tuyệt đối không nhìn đi chỗ khác và tỏ ra thực sự hối lỗi, không được mở đầu bằng câu:

"Tôi có thể giúp gì thưa Ông (Bà)", càng không được nói rằng: "Tôi biết Ông (Bà) đang có vấn đề". ở đây không phải là sự giúp đỡ, càng không phải khách có vấn đề. Nên mở đầu bằng câu: "Tôi thành thật có lỗi thưa Ông (Bà) hoặc " Tôi rất tiếc khi biết sự việc này xảy ra với Ông (Bà).

Cần khéo léo lịch sự, vui vẻ, nhẹ nhàng làm nguôi đi phân nào cơn giận giữ ban đầu của khách.

Chú ý lắng nghe mọi chi tiết, những điều khách phàn nàn, không được ngắt lời, mặc dù điều đó không đúng thực tế hoặc bạn đã biết quá rõ. Đây là điều rất quan trọng, vì khách nói ra những điều bức bối và khách cảm nhận được người phục vụ đang rất quan tâm tới họ.

Có những lời nói an ủi, chia sẻ dễ nghe nhất, nhưng không đưa ra lời bình luận nào, có như vậy, khách mới hiểu rằng người phục vụ đã đồng cảm và đứng về phía họ. Bằng cách này chúng ta đã làm dịu đi những bức tức trong lòng họ. Tuyệt đối không được thanh minh, hay thờ ơ trước ý kiến của khách. Ví dụ như: "Điều ông nói chưa từng xảy ra trước đây trong doanh nghiệp chúng tôi" , hay "Tôi không tin vào điều đó đã xảy ra"... Như vậy chẳng khác nào "Đổ thêm dầu vào lửa".

Nói lời xin lỗi khách và đưa ra hướng xử lý phàn nàn ngay tức khắc, cần chân chính, giải quyết kịp thời.

Khi khách đã đồng ý với một cách giải quyết nào đó, hướng dẫn viên phải nói cho khách biết thời gian cụ thể, chính xác và những vấn đề gì sẽ được giải quyết. Tuyệt đối không được nói chung rằng: "Chúng ta sẽ giải quyết sau", hoặc việc này thực tế phải mất 60 phút mới xong nhưng lại nói là sẽ giải quyết trong 30 phút.

Kiểm tra xem lời phàn nàn của khách đã được giải quyết chưa và khách có thỏa mãn không.

Nói lời cảm ơn vì khách đã thông cảm và nói cho hướng dẫn viên biết những điều khách chưa hài lòng, giúp cho hướng dẫn viên có cơ hội sửa chữa và rút kinh nghiệm để phục vụ tốt hơn.

Một số bí quyết để hạn chế phàn nàn của khách:

Khi nhà bếp không thực hiện lệnh gọi kịp thời, hãy chủ động trấn an khách là: “Sẽ có ngay” để khách không phải đợi lâu hoặc không nghĩ là mình bị bỏ quên.

Khi điện nước mất bất ngờ hãy chủ động thông báo rõ nguyên nhân cho khách biết và hiện đang được xử lý để khách yên tâm.

Khách chờ taxi lâu, phải trấn an khách là xe đang đến. Như vậy khách chưa kịp phàn nàn chúng ta đã chủ động trấn an khách. Khách không còn lý do gì để hỏi, để phàn nàn, đồng thời biết được những điều đó khách rất yên tâm, vì tin rằng bạn là người chịu trách nhiệm và đang tích cực giải quyết.

Một mặt phải trấn an khách nhưng một mặt phải thực sự tích cực xử lý chứ không hứa suông, lừa dối khách rồi bỏ mặc hoặc trả lời không biết (khi khách hỏi), đổ lỗi cho người khác khi khách phàn nàn. Tất cả điều đó sẽ làm mất đi lòng tin của đoàn khách với hướng dẫn viên, làm cho khách du lịch mất đi cảm hứng cũng như ấn tượng tốt đẹp về hướng dẫn viên và công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á.

Khi tiễn khách, kết thúc chương trình, hướng dẫn viên không nên vội vã khi chia tay, không tỏ ra nóng vội, luôn nhiệt tình và ân cần. Hướng dẫn viên nên chuẩn bị một bó hoa tươi để tặng đoàn khách, vui vẻ bày tỏ lòng quý mến của mình đối với họ.

Trả lời câu hỏi và giải quyết yêu cầu của khách:

Trong chuyến du lịch, khách du lịch thường đưa ra các câu hỏi, những thắc mắc của khách. Để trả lời các câu hỏi, giải quyết thắc mắc của khách em xin đưa ra một số ý kiến của mình với các hướng dẫn viên của công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á:

Với các câu hỏi về thông tin lịch trình, dù hướng dẫn viên đã thông báo nhưng vì một lý do nào đó mà khách không chú ý, hướng dẫn viên cần nhắc lại một cách chính xác, rõ ràng, chậm rãi và chú ý tới việc sử dụng ngôn ngữ để khách tránh hiểu sai.

Với những câu hỏi nhằm tìm hiểu thêm, làm sáng tỏ về đối tượng tham quan, đáp ứng mục đích và nhu cầu của khách thường được đặt ra hoặc sau khi quan sát và nghe thuyết minh. Khi trả lời những câu hỏi này, hướng dẫn viên cần tỏ thái độ tôn trọng với sự mong muốn hiểu biết của khách và kiên nhẫn khi có các câu hỏi đáp lại.

Những câu hỏi nhằm bổ sung thông tin, góp ý vào nội dung thông tin mà hướng dẫn viên cung cấp cho khách, hướng dẫn viên cần đón nhận và trả lời với một thái độ tự tin, đàng hoàng hoặc với thái độ chia sẻ sự băn khoăn, sự hiểu biết của khách.

Khách du lịch đưa ra những câu hỏi với ý đồ xấu, những câu hỏi nhằm châm biếm, khiêu khích, chế giễu hướng dẫn viên... Trong trường hợp này hướng dẫn viên cần bình tĩnh, nhẹ nhàng trả lời ngắn gọn, chính xác, thể hiện thái độ nghiêm túc của mình, tránh gây hiểu lầm trong đoàn khách, tránh tạo ra không khí căng thẳng, nặng nề trong đoàn khách.

Hướng dẫn viên công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á cần luôn tạo ra cho mình một thái độ ứng xử với khách du lịch thật chân thành, thâm mật, nghiêm túc, tạo tình cảm quý mến, thông cảm và hiểu biết giữa khách với hướng dẫn viên. Song trong nhiều trường hợp, khách có những xử sự không đúng mực như: luôn luôn muộn giờ hẹn, hay nói chuyện riêng trong lúc cần yên lặng nghe hướng dẫn, hay la cà, chậm trễ, luộm thuộm trong những lúc tham quan, lên xuống phương tiện, mua sắm, vui chơi... sự nhắc nhở là cần thiết, song hướng dẫn viên cần chú ý không tỏ ra quá nghiêm khắc, khắt khe với khách. Thái độ hoà nhã, cần trọng với hướng dẫn viên luôn luôn cần thiết trong giao tiếp ứng xử với những vị khách này. Việc nắm bắt

tâm lý của khách du lịch, thói quen, sở thích, và những hành vi có thể coi là nhược điểm tự nhiên của họ... nhằm điều chỉnh thái độ ứng xử cần được hướng dẫn viên quan tâm. Hướng dẫn viên không nên biến chuyến tham quan du lịch của khách thành một chuyến dã ngoại của các đơn vị quân đội. Trong trường hợp có sự va chạm, hướng dẫn viên cần khéo léo xoa đi không khí trầm cảm, nặng nề trong đoàn bằng nhiều hình thức: câu chuyện hài hước nhưng vô hại, các ví von thông minh, một bài hát, một bài thơ giàu giai điệu... chỉ có sự khéo léo, linh hoạt, giàu kiên nhẫn của hướng dẫn viên mới giữ cho thái độ chung của cả đoàn hồ hởi, chan hoà.

Khi hướng dẫn đoàn khách có trưởng đoàn, hướng dẫn viên cần phải tạo mối quan hệ thân thiện, hiểu và hợp tác với trưởng đoàn ngay từ khi gặp gỡ cho đến khi kết thúc chuyến du lịch. Việc có quan hệ tốt với trưởng đoàn sẽ có lợi cho hướng dẫn viên trong việc phục vụ đoàn. Việc tránh va chạm, căng thẳng với khách, với trưởng đoàn nói riêng là cần thiết. Nhưng nếu xảy ra tranh luận, bất đồng với trưởng đoàn, hướng dẫn viên cần phải tránh để xảy ra trước mặt khách. Những sai lệch về thái độ, về hành động, về phản ánh những thông tin liên lạc của trưởng đoàn khách, hướng dẫn viên cần có sự dè dặt hoàn toàn nghiêm túc, nhưng không cầu toàn, mà cần có sự giải thích và kiên nhẫn. Khuyến khích và cổ vũ những hiểu biết đúng đắn, những việc làm nâng cao vị trí và uy tín của trưởng đoàn cũng là cần thiết.

Các hướng dẫn viên cần phải chú ý: thường xuyên xin ý kiến từ khách du lịch về chất lượng phục vụ, thái độ của hướng dẫn viên để ngày càng hoàn thiện và nâng cao chất lượng phục vụ của đơn vị mình. Có thể đi sâu vào tìm hiểu những suy nghĩ thực, những điều gì làm cho khách hài lòng nhất, hoặc khó chịu nhất với thái độ chân thành cởi mở, bởi tâm lý của khách du lịch không thích bị người khác tra hỏi. Khách chỉ tin tưởng bộc lộ cảm xúc thật của mình khi người hỏi có thái độ thân thiện và khi đó họ không ngần ngại góp ý cho hướng dẫn viên.

Tóm lại, hướng dẫn viên công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á cần không ngừng học hỏi, rèn luyện kỹ năng giao tiếp ứng xử của mình để có thể hoàn thiện bản thân, làm tốt công việc của một hướng dẫn viên, đồng thời góp phần phần đầu xây dựng công ty ngày càng phát triển và đứng vững trên thị trường.

3.3. Khuyến nghị với sở văn hóa thành phố Hải Phòng

Kiểm tra thường xuyên các hoạt động của doanh nghiệp du lịch và các cơ sở cung ứng dịch vụ. Có biện pháp xử lý nghiêm minh đối với những đơn vị vi phạm, vì đã làm mất đi hình ảnh của du lịch hải Phòng.

Thành lập hiệp hội các công ty lữ hành của thành phố để cùng trao đổi kinh nghiệm, cạnh tranh lành mạnh và có nhiều cơ hội trong hợp tác kinh doanh du lịch.

Tổ chức các cuộc thi hướng dẫn viên giỏi thành phố Hải Phòng một cách thường xuyên với các cá nhân tham gia không chỉ là hướng dẫn viên của các công ty du lịch mà nhất là đội ngũ sinh viên ngành văn hóa du lịch và, ngoại ngữ... của các trường đại học, cao đẳng đào tạo về du lịch trong địa bàn thành phố để tuyển chọn ra một đội ngũ hướng dẫn viên chuyên nghiệp, xuất sắc nhất, làm đại diện quảng bá cho du lịch của thành phố Hải Phòng. Đặc biệt, chú trọng phân thi xử lý tình huống để lựa chọn ra một đội ngũ hướng dẫn viên có văn hóa ứng xử giỏi, cần xây dựng những chính sách quản lý, đào tạo và lên kế hoạch cụ thể cho đội ngũ này như:

- Cử đi đào tạo ở nước ngoài các khóa ngắn hạn về du lịch, mà nhất là hướng dẫn viên để nâng cao tính chuyên nghiệp trong phục vụ khách và tăng cường đội ngũ hướng dẫn viên quốc tế cho Hải Phòng.

- Tham gia một số các hoạt động vì cộng đồng như làm từ thiện để thực hiện trách nhiệm xã hội của ngành du lịch nói chung với cộng đồng.

- Tổ chức các chiến dịch tuyên truyền, giáo dục làm sạch môi trường sinh thái các bờ biển và kêu gọi các doanh nghiệp lữ hành khác cùng tham gia để vừa góp phần bảo vệ môi trường du lịch Hải phòng, vừa tăng cường tinh thần hợp tác và mối liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn thành phố.
- Tiến hành giao lưu với các doanh nghiệp trong và ngoài thành phố, các doanh nghiệp nước ngoài để học hỏi kinh nghiệm làm du lịch và phong cách hướng dẫn của họ.

KẾT LUẬN

Văn hoá giao tiếp ứng xử là tinh hoa, là nét riêng biệt, là sự đặc sắc để mỗi xã hội đem ra cống hiến với thế giới trong quá trình giao lưu, hội nhập. Nó kết tinh trong các giá trị mà con người đã tạo ra thông qua các sản phẩm và hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Bất cứ hoạt động nào của xã hội có được kết quả tốt đẹp là nhờ phần lớn vào khả năng giao tiếp ứng xử giữa con người với con người. Giao tiếp ứng xử giữ vai trò rất quan trọng trong mọi lĩnh vực, đặc biệt nó mang tính quyết định đối với chất lượng phục vụ trong hoạt động du lịch, nó đòi hỏi sự sáng tạo cao để đáp ứng nhu cầu đa dạng của mọi thành phần khách du lịch.

Mỗi người trong công việc của mình cũng đều phải vận dụng khả năng giao tiếp ứng xử một cách tốt nhất để hoàn thành công việc. Đặc biệt đối với hướng dẫn viên du lịch, những người mà phần lớn công việc là tiếp xúc, giao tiếp với khách. Hoạt động của hướng dẫn viên quyết định rất lớn đến sự thành công của chuyến du lịch, đến cái nhìn, cái cảm nhận tốt đẹp của khách đối với công ty. Khách du lịch mong muốn được coi trọng, mong muốn được thực sự trở thành những “thượng đế” khi đi du lịch.

Sự phục vụ tận tình, chu đáo, lịch sự mà vẫn thân tình, chân thành, sự vui vẻ hài hước... của hướng dẫn viên sẽ làm khách quên đi mệt mỏi sau những chuyến đi dài, cảm thấy hứng khởi với chuyến du lịch. Bởi vậy trong các chương trình giảng dạy của các trường đào tạo về du lịch, đào tạo hướng dẫn viên rất quan tâm đến việc giáo dục nâng cao khả năng giao tiếp ứng xử.

Là một công ty trẻ, với đội ngũ nhân viên trẻ, nhưng chỉ trong một thời gian hoạt động, công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á đã thu được nhiều kết quả, đã có thể đứng vững trên thị trường. Đạt được điều đó là do lãnh đạo công ty cùng với toàn thể nhân viên trong công ty luôn luôn cố gắng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, nâng cao khả năng phục vụ

và sự giao tiếp ứng xử của mình. Các nhân viên, hướng dẫn viên của công ty về cơ bản đã thể hiện được trình độ giao tiếp ứng xử của mình, để lại trong lòng khách một tình cảm tốt đẹp về hướng dẫn viên, về công Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á. Tuy nhiên vẫn còn một số những hạn chế trong giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên với khách du lịch:

Khả năng ứng dụng lý luận giao tiếp ứng xử vào thực tế còn yếu và chưa nhận thức được đầy đủ vai trò của nó trong công việc.

Ý thức trách nhiệm của một số hướng dẫn viên chưa cao, dẫn đến thiếu văn hoá trong lời ăn tiếng nói khi giao tiếp với khách.

Nguyên nhân của những hạn chế trên là do:

Lãnh đạo công ty chưa thật sự quan tâm đến trình độ nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp, thái độ đối với khách của nhân viên.

Trong công ty chưa có chính sách, quy định rõ ràng về giao tiếp ứng xử với khách du lịch.

Công ty còn lúng túng trong chế độ lương thưởng, chưa đánh giá đúng kết quả lao động cho người lao động.

Chưa hoàn thiện các tiêu chí tuyển chọn nhân viên.

Chưa có chính sách đào tạo, bồi dưỡng nhân viên cụ thể.

Chưa tìm hiểu được mong muốn của khách hàng.

Đối với chính bản thân những người hướng dẫn viên: họ còn lười biếng trong việc học hỏi, nâng cao khả năng giao tiếp ứng xử. Thái độ làm việc còn chưa tốt. Đôi khi trong doanh nghiệp còn xảy ra hiện tượng mâu thuẫn giữa các nhân viên, không tạo nên được sự đoàn kết thống nhất nội bộ.

Từ kết quả nghiên cứu trên đây và từ việc trưng cầu ý kiến của khách du lịch, em xin đề xuất một số biện pháp và ý kiến đóng góp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên trong công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á:

Về tuyển chọn lao động: ưu tiên lực lượng lao động trẻ, có kinh nghiệm làm du lịch ít nhất một năm, có năng lực chuyên môn nghiệp vụ, có phẩm chất tư cách tốt.

Về đào tạo bồi dưỡng nguồn lao động: tiếp tục nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên, hướng dẫn viên của công ty, bồi dưỡng khả năng giao tiếp với khách và giao tiếp qua điện thoại, đạo đức nghề nghiệp, và thái độ với công việc và nhất là đối với khách du lịch.

Về chính sách quản lý: Có chế độ thưởng phạt rõ ràng, đề ra những qui định buộc nhân viên phải thực hiện.

Thường xuyên xin ý kiến khách hàng để nâng cao hiệu quả công việc.

Quan tâm đến từng đối tượng khách, phục vụ tận tình, chu đáo.

Tạo sự gắn bó giữa nhân viên với công ty.

Tạo bầu không khí tập thể vui vẻ, thân thiện, tạo điều kiện cho nhân viên làm việc tốt.

Quan tâm đến công tác đào tạo và đào tạo lại đội ngũ hướng dẫn viên, trong đó đặc biệt quan tâm đến đào tạo khả năng giao tiếp ứng xử cho họ.

CÔNG TY CP DU LỊCH & THƯƠNG MẠI XUYÊN Á
Số 48 TRẦN PHÚ NGÔ QUYỀN HẢI PHÒNG

0313.592.088- FAX: 0313.834594

E-mail: dulichxuyena@gmail.com website:xuyenatour.com

PHIẾU THĂM DÒ Ý KIẾN

Những ý kiến vàng của quý khách sẽ giúp chúng tôi nâng cao chất lượng phục vụ của mình. Trong bảng câu hỏi này, Quý khách vui lòng đánh dấu X vào ô tương ứng.

1. Khi đón khách

- Đi tới khách và chào
- Ân cần niềm nở với khách
- Giữ nụ cười hồn nhiên thành thật
- Chờ ý kiến của khách

2. Khi phục vụ khách

- Tìm hiểu nhu cầu của khách
- Giới thiệu minh họa sản phẩm
- Hướng dẫn khách
- Thuyết phục khách hàng
- Lắng nghe ý kiến khách
- Phục vụ khách

3. Khi tiễn khách

- Thái độ ân cần, nồng hậu
- Nói lời cảm ơn khách
- Tiễn khách ra tận cửa, chào lần cuối
- Chúc khách và hẹn gặp lại
- Tỏ ra mong muốn được phục vụ lần sau.
- Chờ xe khách lăn bánh.

Xin chân thành cảm ơn quý khách đã giúp đỡ!

Mong muốn của khách hàng với hướng dẫn viên

- Trình độ chuyên môn, nghiệp vụ
- Khả năng tạo dựng lòng tin và sự yên tâm
- Nhanh nhẹn, năng động
- Nhiệt tình, niềm nở, lịch thiệp trong giao tiếp
- Quan tâm đến nhu cầu cá biệt của khách hàng
- Ngoại hình, trang phục của nhân viên

Đánh giá của khách về chất lượng của hướng dẫn viên

Đơn vị %

Tiêu chí	Kém	Bình thường	Tốt	Rất tốt
Khả năng tạo dựng lòng tin và sự an tâm				
Nhanh nhẹn, năng động				
Nhiệt tình, niềm nở, lịch thiệp trong giao tiếp				
Quan tâm đến nhu cầu cá biệt của khách hàng				
Trình độ chuyên môn nghiệp vụ				
Ngoại hình, trang phục của nhân viên				

Tỷ trọng được tính trên phiếu điều tra

Số liệu về thành phần khách qua các năm

Đơn vị: %

Thành phần khách	Năm 2008	Năm 2009
Cán bộ viên chức	20	30
Công nhân viên	40	45
Học sinh, sinh viên	10	15
Đối tượng khác	30	10
Tổng	100	100

Nguồn: công ty Cổ Phần Du lịch và Thương Mại Xuyên Á

Số lượng khách của công ty qua các năm

Khách	Năm 2008	Năm 2009
Hải Phòng	3.330	4.880
Thành phố khác	170	70
Tổng	3.500	4.950

Nguồn: công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á

10 trong 1. Hướng Dẫn Viên Du Lịch, Bạn Là Ai?

1. Quản gia: bao giờ cũng phải thức dậy sớm nhất, đi ngủ muộn nhất, chăm lo cái ăn cái ngủ cho khách.
2. Bảo mẫu: luôn đi kèm theo đoàn để giúp đỡ khi cần thiết, thông báo về giờ giấc và nhắc nhở mọi người làm theo đúng lịch trình.
3. Liên lạc viên: Giữ mối quan hệ thường xuyên với nhà cung cấp dịch vụ: khách sạn, nhà hàng, và các đơn vị cho thuê xe.
4. Giám sát viên: kiểm tra các cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ của các bên đối tác có đáp ứng cho khách theo đúng hợp đồng không.
5. Người tổ chức sự kiện: lên chương trình cho những vấn đề nảy sinh trong và các tiết mục sinh hoạt tập thể trong thời gian hướng dẫn đoàn.
6. Người thương lượng: dàn xếp, thương lượng những vấn đề nảy sinh trong nội bộ đoàn hoặc giữa khách với đối tượng khác.
7. Người giải quyết vấn đề: thay mặt công ty du lịch giải quyết các vấn đề tất cả các vấn đề sự cố xảy ra trong chuyến du lịch.
8. Hoạt náo viên: Kể chuyện vui, hát múa, làm vui cho khách trong lúc đi đường.
9. Thông dịch viên: phiên dịch cho khách hoặc người dân địa phương trong những giao tiếp thông thường hoặc khi mua sắm.
10. Giáo viên: thuyết trình, giải thích, trả lời các câu hỏi về điểm du lịch cho khách.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thuý Anh, Ứng xử văn hoá du lịch, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2004.
2. Lê Thị Bùng, Tâm lí học ứng xử, NXB Giáo dục, 2001.
3. Trịnh Xuân Dũng, Kỹ năng giao tiếp, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2004.
4. PTS. Nguyễn Văn Đính, Giáo trình tâm lý và Nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong kinh doanh du lịch, NXB Thống kê, 1995.
5. GS.TS Nguyễn Văn Đính, TS. Trần Thị Minh Hoà, Giáo trình kinh tế du lịch, NXB Lao động – Xã hội, 2004.
6. Đinh Trung Kiên, Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
7. Trần Đức Thanh, Nhập môn khoa học du lịch, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 1999
8. Bích San, Cẩm nang hướng dẫn du lịch, NXB Văn hoá thông tin, 2006.
9. PGS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân, Giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống, NXB Thống kê, 2006.
10. Nguyễn Đình Xuân, Tâm lí học quản trị kinh doanh, NXB Chính trị Quốc gia, 1998.
11. Nguyễn Quang Vinh, Bài giảng quản trị lễ hành, Đại học khoa học Xã hội và Nhân văn.



CÔNG TY CP DU LỊCH & THƯƠNG MẠI XUYÊN Á

Số 48 TRẦN PHÚ NGÔ QUYỀN HẢI PHÒNG

0313.592.088- FAX: 0313.834594

E-mail: dulichxuyenah@gmail.com website: xuyenatour.com

THƯ GÓP Ý

MÃ ĐOÀN:

Họ và tên..... Ngày sinh/ :.....Nam

Nữ

Địa chỉ liên hệ:.....

Số điện thoại:

Tên hướng dẫn viên:.....

Chương trình du lịch :.....Ngày khởi hành.....

Kính thưa quý khách!

Giải pháp nhằm nâng cao hoạt động giao tiếp ứng xử của hướng dẫn viên với khách du lịch trong Công ty Cổ Phần Du Lịch & Thương Mại Xuyên Á

Để phục vụ Quý khách ngày càng tốt hơn. Công ty Cổ Phần Du Lịch và Thương Mại Xuyên Á xin trân trọng cảm ơn những ý kiến đóng góp của Quý khách. Xin Quý khách sử dụng mẫu thư này và gửi cho chúng tôi qua bưu điện hay chuyển cho hướng dẫn viên phục vụ trong suốt chuyến du lịch. Kính chúc Quý khách một chuyến du lịch vui vẻ và an toàn!
Chân thành cảm ơn Quý khách!

GÓP Ý CỦA QUÝ KHÁCH

	TỐT	KHÁ	TB	KÉM
Chương trình	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hướng dẫn viên	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Khách sạn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nhà hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
xe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Các ý kiến góp ý, nhận xét và kiến nghị khác:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Quý khách vui lòng cho biết kế hoạch tham quan du lịch trong năm tới:

.....

Địa điểm dự kiến:

.....

Thời gian dự kiến:

.....

Xuyên Á hân hạnh được phục vụ Quý khách!