

TS. VU THỊ PHƯƠNG  
DƯƠNG QUANG HUY



# Giao tiếp

## TRONG KINH DOANH



NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

## **GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH**



TS. VŨ THỊ PHƯỢNG  
DƯƠNG QUANG HUY

# **GIAO TIẾP**

## **TRONG KINH DOANH**

NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

## LỜI GIỚI THIỆU

*Giao tiếp là một trong những nhu cầu không thể thiếu được của con người. Trong sản xuất kinh doanh giao tiếp đóng một vai trò hết sức quan trọng. Có thể nói rằng, không một dự án kinh doanh hấp dẫn nào, không một cơ hội kinh doanh đầy triển vọng nào có thể biến thành hiện thực nếu như không được đàm phán, thương lượng, trao đổi, báo cáo, xác nhận v.v...*

*Với nhịp độ phát triển kinh tế cùng KHKT và xu thế hòa nhập nhanh chóng như hiện nay thì nhu cầu giao tiếp trong kinh doanh ngày càng trở nên cần thiết, quan trọng và cấp thiết hơn bao giờ hết. Nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu học tập ngày càng tăng và giúp nâng cao kỹ năng giao tiếp của những người đang làm việc và nghiên cứu **NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH** xin giới thiệu cuốn sách **"GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH"** do **PTS. VŨ THỊ PHƯƠNG** và **DUYỆNG QUANH HUY** biên soạn. Cuốn sách bao gồm 16 chương trình bày những kỹ năng và phương pháp cơ bản nhất để thực hiện giao tiếp có hiệu quả.*

*Hy vọng cuốn sách sẽ giúp bạn đọc tìm thấy những điều mà mình muốn học tập và tham khảo. Tuy nhiên cũng phải thấy rằng, giao tiếp là chuyên thường ngày, nhưng với tư cách là một khoa học thì nó vẫn còn là mới mẻ đối với nhiều người. Cho nên trong quá trình biên soạn có thể sẽ còn có những khiếm khuyết, mong bạn đọc lượng thứ và chỉ bảo để lần tái bản sau cuốn sách sẽ được hoàn thiện hơn.*

**NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH**

## Phần 1

# Hoạt động giao tiếp

1. Phát triển sự hiểu biết về quá trình giao tiếp
2. Tìm hiểu một số học thuyết về giao tiếp
3. Đánh giá môi trường tổ chức của quá trình giao tiếp.
4. Tìm hiểu sự khác nhau giữa giao tiếp với chính bản thân (intrapersonal), giao tiếp liên nhân cách (interpersonal), giao tiếp ở qui mô nhóm và giao tiếp trong tổ chức.
5. Hiểu được tầm quan trọng của lắng nghe như là một kỹ năng cá nhân phải qua rèn luyện mới có; phát triển kỹ năng lắng nghe trong giao tiếp.

## Chương 1

# NỀN TẢNG CỦA QUÁ TRÌNH GIAO TIẾP

---

- *Quá trình giao tiếp*
- *Một số yếu tố hành vi trong giao tiếp.*
  - + *Học thuyết về giao tiếp nhân sự*
  - + *Hệ thống cấp độ nhu cầu của Maslow*
  - + *Các học thuyết của Mc Gregor*
  - + *Học thuyết phân tích giao dịch*
  - + *Giao tiếp giữa các cá nhân và của số Johari*
- *Thông điệp bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ*
  - + *Giao tiếp với chính bản thân mình và sự mã hóa*
  - + *Thông điệp không bằng lời*
- *Hệ thống cấp độ giao tiếp*
- *Tóm tắt*
- *Câu hỏi ôn tập*

Nhiều nhà nghiên cứu đã đưa ra các định nghĩa khác nhau về giao tiếp, và ngay chính bạn cũng có một cách hiểu riêng về thuật ngữ giao tiếp.

Trong nhiều định nghĩa khác nhau này có một định nghĩa khá thích hợp khi giao tiếp trong kinh doanh. Đó là định nghĩa sau: giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin giữa các cá nhân thông qua một hệ thống bao gồm các ký hiệu, các dấu hiệu và hành vi. Giao tiếp cũng có thể hiểu là các hình thức biểu lộ tình cảm, trò chuyện, diễn thuyết, trao đổi thư tín, thông tin.

Mặc dù có nhiều định nghĩa khác nhau, nhưng nhìn chung mọi người vẫn đồng ý cho rằng giao tiếp là xây dựng một bản thông điệp, chuyển (gửi) nó đi với hy vọng người nhận sẽ hiểu được nội dung của bản thông điệp đó. Nội dung của cuốn sách này sẽ cố gắng giúp bạn nắm được các bí quyết để thành công trong giao tiếp. Để đạt được mục tiêu này, chúng tôi sẽ chú ý tới 3 hướng định nghĩa về thuật ngữ giao tiếp:

Hướng thứ nhất xoay quanh xây dựng bản thông điệp sao cho có hiệu quả. Để giao tiếp thành công chúng ta phải nắm rõ nội dung của bản thông điệp, trình bày nó một cách hợp lý và chuyển nó đi một cách hữu hiệu. Nói chuyện trước công chúng và soạn thảo các thư tín, văn bản là các hoạt động xoay quanh bức thông điệp.

Hướng thứ hai xoay quanh việc truyền tin, liên quan đến dòng chảy của thông tin, đặc biệt khi nó diễn ra trong các tổ chức. Việc xử lý và điện toán hóa thông tin có liên quan tới hướng này.

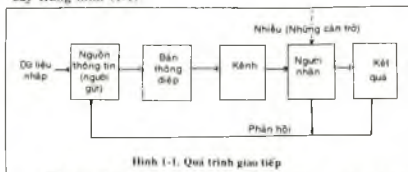
Hướng thứ ba xoay quanh ý nghĩa của bản thông điệp liên quan tới việc tìm hiểu ý nghĩa của tất cả những gì mà người khác nói và làm. Bất cứ điều gì xảy ra xung quanh con người luôn cố gắng hiểu chúng theo một ý nghĩa nào đó. Ngay cả

những thông điệp được gửi đi một cách không có chủ ý, khi nhận được chúng họ cũng sẽ hiểu theo một ý nghĩa nhất định.

Để thành công trong giao tiếp chúng ta phải có các kỹ năng sử dụng ngôn ngữ, các kiến thức về kinh doanh và các kỹ năng về giao tiếp nhân sự.

## QUÁ TRÌNH GIAO TIẾP

Giao tiếp là một *quá trình* trao đổi thông tin, ý tưởng và các cảm xúc; Quá trình này bao gồm nhiều yếu tố khác nhau như nguồn thông tin (người gửi), bản thông điệp, kênh (người nhận), phản hồi, các cản trở (nhiều). Quá trình này được trình bày trong hình (1-1).



Hình 1-1. Quá trình giao tiếp

**Thông tin:** là đặc tính của tín hiệu hay của bản thông điệp giúp có thể truyền đi một điều gì đó có ý nghĩa, mà người nhận chưa biết trước được. Nói một cách khác, thông tin là sự diễn dịch bên trong của một sự kiện xảy ra ở bên ngoài.

*Ví dụ:* Khi chúng ta chạm phải một vật nóng, chúng ta thốt lên: "A!" Tiếng "A" chính là sự diễn dịch của bản thân về sự việc chạm phải vật nóng bên ngoài.

Thông tin có thể đo bằng đơn vị là "bit". Trong quá trình giao tiếp, giữa người với người các "bit" chính là từ, ngữ, các



ký hiệu, dấu hiệu hoặc các hành vi mà con người sử dụng trong giao tiếp.

- **Bản thông điệp** là một thể kết hợp các "bit" thông tin có thể gửi đi được. Các bản thông điệp được xây dựng bằng một hoặc nhiều loại ngôn ngữ giao tiếp, do máy hoặc người thực hiện

Trong quá trình truyền tin diễn ra việc mã hóa và giải mã thông tin

- **Quá trình mã hóa** là quá trình lựa chọn, sắp xếp các "bit" thông tin thành một loại ngôn ngữ giao tiếp có thể gửi đi được. Quá trình này do bộ não (của người hoặc của máy. nguồn thông tin thực hiện.

- **Quá trình giải mã** là quá trình diễn dịch một bản thông điệp

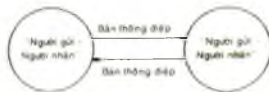
Quá trình mã hóa và giải mã do bộ não con người hoặc máy thực hiện. Khi nói người truyền tin sẽ mã hóa thông tin, còn khi nghe người nhận sẽ giải mã.

- **Phản hồi** (Feedback) là việc gửi ngược lại toàn bộ bản thông điệp hay một phần của nó từ người nhận tới người gửi. để họ điều chỉnh, sửa chữa lại cho rõ ràng, dễ hiểu. Khi một người đáp lại một bản thông điệp của người khác, thì sự đáp lại này được gọi là phản hồi; phản hồi là sự phản ứng lại của người nhận về bản thông điệp của người gửi.

- **Dữ liệu nhập** là toàn bộ những thông tin được nhập vào bộ nhớ của não (người hoặc của máy) dùng để giao tiếp.

- **"Người gửi" và "Người nhận"** (Sender và Receiver)  
Con người tiến hành giao tiếp, bởi vì họ có thông tin và cảm xúc, muốn trao đổi với nhau. Quá trình trao đổi thông tin là quá trình hai chiều, trong đó một người gửi thông tin, còn người kia nhận, và sau đó "người nhận" đưa ra một thông tin phản

hồi ngược lại cho "người gửi". Trong phần lớn các tình huống giao tiếp con người vừa là "người gửi" và "người nhận" cùng một lúc. Họ là "người gửi - người nhận".



- Các kênh là các đường truyền tải thông tin từ người gửi đến người nhận. Trong tình huống giao tiếp trực tiếp, mặt đối mặt các kênh chủ yếu là nhìn và nghe. Chúng ta nhìn và nghe lẫn nhau. Ngoài ra, các kênh khác khác cũng có thể được sử dụng trong tình huống này chẳng hạn như bắt tay, trang phục... Trong tình huống giao tiếp không phải mặt đối mặt các kênh truyền tin có thể là viết thư, văn bản, gọi điện hoặc gửi các băng ghi âm v...

- Các cản trở (nhiều) trong quá trình giao tiếp là những yếu tố cản trở việc trao đổi thông tin, làm hiểu không đúng về ý nghĩa của bản thông điệp. Các loại cản trở khác nhau. Những cản trở mang tính chất vật lý như tiếng ồn xung quanh, hệ thống âm thanh không đạt yêu cầu, v.v... Những cản trở mang tính chất xã hội có thể xuất hiện do sự thiếu hiểu biết giống nhau về tình huống giao tiếp, hoặc do những điểm khác nhau về xã hội, chính trị, tôn giáo, nghề nghiệp, trình độ văn hóa. Sự khác nhau này không những dẫn tới việc giải thích rất khác nhau về cùng một dấu hiệu (từ, câu, cử chỉ) được sử dụng trong quá trình truyền tin, mà còn làm nảy sinh những cảm xúc khác nhau, những hiểu biết khác nhau về thế giới xung quanh. Một số cản trở khác có thể hoàn toàn mang tính chất