

# THỰC TRẠNG KỸ NĂNG NHẬN BIẾT ĐỐI TƯỢNG GIAO TIẾP TRONG HOẠT ĐỘNG KINH TẾ CỦA SINH VIÊN

## STATUS OF STUDENT'S SKILLS IN RECOGNIZING COMMUNICATION OBJECTS IN ECONOMIC ACTIVITIES

Vũ Thị Nguyệt

*Khoa Khoa học cơ bản, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp*

Đến Tòa soạn ngày 26/05/2021, chấp nhận đăng ngày 12/08/2021

**Tóm tắt:** Đối với hoạt động kinh tế, nhận biết đối tượng giao tiếp giúp cho chủ thể giao tiếp chủ động, hiểu biết đối tượng tốt nhất để có kế hoạch thuyết phục, điều chỉnh nhằm tăng hiệu quả giao tiếp. Kết quả nghiên cứu trên nhóm khách thể gồm 330 sinh viên bằng phương pháp phỏng vấn phiếu và phân tích tình huống giả định về thực trạng và mức độ nhận biết đối tượng giao tiếp cho thấy sinh viên tự đánh giá mức độ nhận thức của mình về đối tượng giao tiếp ở mức khá cao (mức rất đầy đủ), ( $\bar{D}TB = 2.15/3$ ;  $\bar{D}LC = 0.32$ ). Trong các kỹ năng liên quan đến nhận biết đối tượng giao tiếp thì những nội dung thuộc kỹ năng thu thập thông tin cá nhân của đối tượng giao tiếp được sinh viên tự đánh giá cao hơn so với các nội dung thuộc kỹ năng xác định mức độ hiểu biết của đối tượng giao tiếp và xác định mức độ quan tâm của đối tượng giao tiếp. Việc tự đánh giá mức độ đầy đủ về các kỹ năng giúp sinh viên nhận biết được chính mình, nhận biết những thuận lợi và hạn chế để học tập và tự rèn luyện kỹ năng nhằm rút ngắn khoảng cách giữa môi trường học tập và thực tiễn xã hội.

**Từ khóa:** Giao tiếp, kỹ năng giao tiếp.

**Abstract:** For economic activities, knowing the object of communication helps the communicator to proactively and best understand the object so as to have a persuasive plan and adjust it to increase communication efficiency. The results of the study on a group of 330 students by the method of questionnaire interviews and hypothetical situation analysis about the actual situation and the level of awareness of the communication object showed that the students self-assessed their awareness about communication objects at a fairly high level (very complete level), (average rate =  $2.15/3$ ;  $LC = 0.32$ ). Among the skills related to the recognition of the communicative object, the content of the skill of collecting personal information of the communicator is rated higher by the students than the content of the skill of determining the level of understanding of the communicator and determining the level of interest of the communicator. The self-assessment of the full level of skills helps students to know themselves, recognize the advantages and limitations for learning and self-practice skills in order to shorten the gap between the academic environment and social reality.

**Keywords:** Communication, communication skills.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Giao tiếp là hoạt động đặc trưng của con người. Nhờ hoạt động giao tiếp mà con người trao đổi được thông tin, tư tưởng, tình cảm và

tạo lập các mối quan hệ xã hội. Nhờ hoạt động giao tiếp mà con người hiểu được nhau và cùng nhau thống nhất ý chí, hành động. Giao tiếp là hoạt động không thể thiếu được

đối với con người và sự phát triển của xã hội. Kỹ năng giao tiếp được hình thành trong quá trình sống, học tập, rèn luyện của cá nhân, trong quan hệ giữa con người với con người. Kỹ năng giao tiếp là một phương tiện trong hoạt động, giao tiếp để con người thể hiện quan điểm, thái độ và giá trị xã hội của bản thân. Đối với chủ thể trong hoạt động kinh tế, kỹ năng giao tiếp tốt sẽ giúp họ xây dựng được mối quan hệ, nâng cao hiệu quả hoạt động. Giao tiếp là thành phần cơ bản của hoạt động kinh tế diễn ra khi các chủ thể kinh tế tiến hành hợp tác, giao lưu và điều hành các hoạt động. Trong hoạt động kinh tế, giao tiếp là sự tiếp xúc, tác động, thương thuyết qua lại lẫn nhau giữa chủ thể kinh tế gồm: các nhà lãnh đạo, điều hành, chủ doanh nghiệp với đối tác bằng việc sử dụng các phương tiện ngôn ngữ và phi ngôn ngữ nhằm thực hiện các hoạt động kinh tế.

Trong hoạt động kinh tế, nhận biết đối tượng giao tiếp giúp cho chủ thể giao tiếp chủ động, hiểu biết đối tượng tốt nhất để có kế hoạch thuyết phục, điều chỉnh nhằm tăng hiệu quả giao tiếp. Do vậy, nếu không nhận biết được đối tượng giao tiếp hay đối tác của mình là ai, trình độ học vấn, nhu cầu, quan điểm, thái độ, sở thích của họ như thế nào thì việc giao tiếp, thương thuyết khó được chấp nhận. Chủ thể giao tiếp càng có hiểu biết sâu sắc, cụ thể về đối tượng thì cơ hội thành công trong giao tiếp càng lớn như cổ nhân đã từng dạy: "Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng". Bài viết tập trung vào khảo sát thực trạng và phân tích mức độ nhận biết đối tượng giao tiếp của sinh viên trong hoạt động kinh tế bao gồm:

*Thứ nhất*, đó là kỹ năng thu thập các thông tin cá nhân của đối tác như: giới tính, tuổi đời, trình độ học vấn của đối tượng giao tiếp; nghề nghiệp, tính chất công việc của đối tượng giao tiếp; mối quan hệ và địa vị xã hội của đối

tượng giao tiếp; mức độ hiểu biết của đối tượng thuyết phục. Việc nhận biết và khai thác được các thông tin cá nhân của đối tượng giao tiếp sẽ là yếu tố quan trọng giúp quá trình giao tiếp thành công, hiểu được nhu cầu, quan điểm, chính kiến của đối tượng giao tiếp cũng như những vấn đề liên quan tới nghề nghiệp, trình độ học vấn, địa vị xã hội, kinh nghiệm và vốn hiểu biết của họ.

*Thứ hai*, muốn sử dụng thông tin của đối tượng giao tiếp hiệu quả, chủ thể giao tiếp hay chủ thể kinh tế phải biết được trình độ hiểu biết của đối tác, xác định xem đối tác có kiến thức, hiểu biết xã hội ở mức độ nào, sở trường, nhu cầu để lựa chọn nội dung, cách thức giao tiếp phù hợp.

*Thứ ba* là kỹ năng xác định mức độ quan tâm của đối tượng đối với nội dung giao tiếp. Sự quan tâm của đối tượng là biểu hiện cụ thể của nhu cầu, nguyện vọng, sở thích, thị hiếu, thái độ, định hướng chính của đối tượng. Vì thế, khi giao tiếp, chủ thể giao tiếp xác định được những vấn đề mà đối tượng quan tâm sẽ dự đoán được phương thức hành vi của họ.

Có thể nói kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế là tổ hợp những biểu hiện của các nhóm kỹ năng: thu thập thông tin cá nhân, xác định mức độ hiểu biết, xác định mức độ quan tâm của đối tượng giao tiếp. Đây là quá trình nhận thức về đối tượng giao tiếp, từ việc thu thập các thông tin, sự kiện bên ngoài đến việc phân tích, đánh giá thái độ bên trong của đối tượng giao tiếp nhằm lựa chọn nội dung, cách thức giao tiếp cho phù hợp. Nghiên cứu này cũng giúp sinh viên tự nhìn nhận về kỹ năng của bản thân, lượng hóa được mức độ, khả năng nhận biết đối tượng giao tiếp để từ đó học hỏi, tìm kiếm và củng cố kỹ năng đồng thời cũng giúp các nhà giáo dục định hướng cho sinh viên và hình thành kỹ năng cho sinh viên một cách thuần thực.

## 2. KHÁCH THỂ VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Đối tượng, khách thể nghiên cứu

*Đối tượng nghiên cứu*, biểu hiện và mức độ kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế.

*Khách thể nghiên cứu*, nghiên cứu được tiến hành trên nhóm khách thể là sinh viên đang theo học tại hai khoa (Khoa Kế toán và Khoa Tài chính Ngân hàng) thuộc Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp. Số lượng mẫu gồm 330 sinh viên được lựa chọn theo mẫu tiện lợi với các tiêu chí: giới tính, năm học, nơi sinh, mức sống của gia đình. Số liệu về khách thể được thể hiện ở bảng 1.

**Bảng 1. Thông tin chung về khách thể khảo sát**

STT	Đặc điểm		Số lượng (N)	Tỷ lệ %
1	Giới tính	Nam	34	10,3
		Nữ	282	85,5
		Không trả lời	14	4,2
2	Tuổi	22	1	0,3
		21	2	0,6
		20	8	2,4
		19	310	93,9
		Không trả lời	9	2,7
3	Năm thứ	Nhất	319	96,7
		Hai	1	0,3
		Tư	1	0,3
		Không trả lời	9	2,7
4	Khoa	Kế toán	219	66,4
		Tài chính ngân hàng	111	33,6
5	Nơi sinh	Nông thôn	220	66,7
		Thành thị	85	25,8
		Không trả lời	25	7,6
5	Nơi sinh	Nông thôn	220	66,7
		Thành thị	85	25,8

STT	Đặc điểm		Số lượng (N)	Tỷ lệ %
		Không trả lời	25	7,6
6	Mức sống	Nghèo/cận nghèo	17	5,2
		Trung bình	283	85,8
		Khá giả/Giàu	11	3,3
		Không trả lời	19	5,8
7	Công việc làm thêm	Có	84	25,5
		Không	231	70,0
		Không trả lời	15	4,5

### 2.2. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

*Phương pháp luận nghiên cứu*, nghiên cứu được tiến hành trên cơ sở một số nguyên tắc phương pháp luận cơ bản trong tâm lý học xã hội và tâm lý học quản trị kinh doanh như:

*Tiếp cận hệ thống*, con người là một thực thể xã hội, hành vi của con người phải được xem là kết quả của nhiều yếu tố khác nhau: yếu tố chủ quan, yếu tố khách quan. Vì vậy, khi nghiên cứu kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế phải nghiên cứu trong mối quan hệ của nhiều yếu tố: yếu tố cá nhân, tâm lý xã hội, yếu tố giáo dục, môi trường xã hội...

*Tiếp cận cơ sở lý thuyết hoạt động và giao tiếp*: Kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế được thực hiện thông qua hoạt động nghề nghiệp. Việc nghiên cứu kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế phải thông qua hoạt động, khảo sát đánh giá kết quả hoạt động trong hoạt động kinh tế.

*Tiếp cận cơ sở của tâm lý học xã hội và tâm lý học quản trị kinh doanh*: về nguồn gốc thì tất cả mọi hoạt động của con người và hiện tượng

tâm lý đều có tính chất xã hội; tâm lý của cá nhân ảnh hưởng đến tâm lý của tập thể và ngược lại. Vì vậy, việc nghiên cứu kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp được xem xét trong mối quan hệ của nhiều yếu tố tác động, hoàn cảnh và những quy luật tâm lý đặc trưng của nhóm xã hội.

*Phương pháp nghiên cứu*, trong nghiên cứu này, chúng tôi sử dụng các phương pháp sau:

Phương pháp nghiên cứu văn bản tài liệu, đó là tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan về kỹ năng giao tiếp, kỹ năng nhận diện đối tượng giao tiếp và các kỹ năng khác trong giao tiếp như: kỹ năng thu thập thông tin cá nhân của đối tượng giao tiếp; xác định mức độ hiểu biết của đối tượng trong tình huống giao tiếp; xác định mức độ quan tâm của đối tượng trong tình huống giao tiếp và kỹ năng thuyết phục đối tượng giao tiếp...

Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi: Bảng hỏi được thiết kế xây dựng theo dạng thang Liker 3 mức độ và gán cho mỗi mức độ điểm số (3 điểm = Rất đầy đủ; 2 điểm = Tương đối đầy đủ; 1 điểm = Không biết cách). Thang đo được thiết kế gồm các nội dung về kỹ năng thu thập thông tin cá nhân của đối tượng giao tiếp; xác định mức độ hiểu biết của đối tượng trong tình huống giao tiếp; xác định mức độ quan tâm của đối tượng trong tình huống giao tiếp. Mỗi nội dung gồm nhiều mệnh đề khác nhau để sinh viên tự đánh giá dựa trên nhận thức của mình.

Phương pháp giải quyết các tình huống giả định. Trong lớp học chúng tôi chia thành các nhóm, sinh viên làm việc nhóm, xây dựng các tình huống và thảo luận đưa ra cách giải quyết tình huống.

Phương pháp thống kê toán học. Để đảm bảo tính khách quan, phiếu khảo sát sau khi thu được sẽ mã hóa, làm sạch và xử lý bằng phần

mềm SPSS phiên bản 22.0.

Trong những phương pháp được sử dụng nói trên, phương pháp điều tra bằng bảng hỏi và phương pháp quan sát là những phương pháp chính để giải quyết các nhiệm vụ thực tiễn của đề tài này.

### **3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU THỰC TIỄN**

#### **3.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu**

Nghiên cứu về kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp và thuyết phục của các tác giả khác trên thế giới: Trong tác phẩm “Thuyết phục bằng tâm lý”, tác giả Rober B. Cialdoni (Mỹ) đã phân tích và chỉ ra sáu nguyên tắc tâm lý của nghệ thuật giao tiếp, thuyết phục như: sự nhất quán, sự đáp trả, bằng chứng xã hội, uy thế, thiện cảm, sự khan hiếm. Những nguyên tắc ảnh hưởng và chi phối đến những quan điểm, sự lựa chọn và quyết định của mỗi con người (Rober B.Cialdini (2011; tr.21). Dale Carnegie (Mỹ), tác giả của cuốn “Đắc nhân tâm - Nghệ thuật thuyết phục lòng người” một kỹ năng của giao tiếp đã phân tích một số nội dung về kỹ năng: nghệ thuật nói trước công chúng, cách gây được thiện cảm với người khác, cách dẫn dụ lòng người trong kinh doanh... Dale Carnegie đã chỉ ra những kỹ năng giao thiệp với người khác rằng: “người nào biết cách chỉ huy, điều khiển người khác là có một số vốn vô cùng quý giá ở dưới gầm trời này”. (Dale Carnegie (2002), tr.17,18). Tác giả David J. Lieberman (Mỹ) - chuyên gia về hành vi học, trong tác phẩm “Không thể bị lừa dối” đã cho rằng, trong giao tiếp, bạn phải cần có kỹ năng kiểm soát tình huống và dự đoán phản ứng của đối tượng giao tiếp. (David J. Lieberman (2008), tr.213]. Trong cuốn sách “Độc vị bất kỳ ai”, David J. Lieberman đã đưa ra 7 kỹ năng cơ bản trong việc nhận định suy nghĩ của người khác đó là: Liệu đối phương có đang che giấu điều gì không? Liệu anh ta có thích điều đó không?

Liệu đối phương có thực sự tin không? Mọi chuyện có thực sự là như vậy? Liệu anh ta có thực sự quan tâm? Thực ra họ đang là đồng minh hay kẻ phá hoại? Có phải bạn đang nói chuyện với người ôn hòa và an toàn không? (David J. Lieberman (2008), tr.45). Tác giả Jennifer B. Kahnweiler (Mỹ) chỉ ra những kỹ năng trong giao tiếp và cần phải hình thành một số kỹ năng sau (Jennifer B. Kahnweiler (2010), tr.77,141): nắm vững mục tiêu; chuẩn bị tâm lý và trình phục nổi sợ hãi; kết nối với công chúng; sử dụng có hiệu quả giọng nói; sử dụng ngôn ngữ cơ thể của mình; phát huy sáng tạo; biết cách lắng nghe trọn vẹn; chú ý quan sát nét mặt; tuyệt đối không phàn nàn; xây dựng uy tín cá nhân. Còn tác giả Maurice A. Bercoff (Mỹ), trong cuốn sách “Nghệ thuật đàm phán” đã chỉ ra rằng trong đối thoại là phải biết: tính khí anh ta như thế nào, anh ta thực sự muốn gì, điều gì là quan trọng nhất đối với anh ta (Maurice A. Bercoff (2008), tr.131, 138).

Nghiên cứu về kỹ năng giao tiếp dưới góc độ tâm lý học, các tác giả đề cập đến những hiện tượng tâm lý xã hội nảy sinh trong quá trình hoạt động và giao tiếp giữa các cá nhân với nhau. Tác giả Nguyễn Thị Thanh Hà đã coi kỹ năng thuyết phục là một loại kỹ năng giao tiếp đóng vai trò tích cực chủ động trong giao tiếp (Trần Thị Thanh Hà (2005). Quá trình giao tiếp có kỹ năng đó là thuyết phục đối tượng thực hiện những gì mà mục đích giao tiếp đặt ra. Muốn vậy, người thuyết phục phải biết tạo quan hệ với đối tượng, phải biết trình bày rõ ràng, hấp dẫn, biết chọn và sử dụng từ ngữ hợp lý, phù hợp với trình độ nhận thức và tình cảm của đối tượng. Tác giả Nhữ Văn Thao đã nghiên cứu và chỉ ra trong giao tiếp, cá nhân chủ yếu sử dụng ba nhóm kỹ năng là: kỹ năng thiết lập mối quan hệ, kỹ năng truyền đạt thông tin, kỹ năng thu nhận và xử lý thông tin phản hồi. (Nhữ Văn Thao, 2012). Tác giả Vũ

Dũng, Nguyễn Thị Mai Lan trong cuốn "Giáo trình tâm lý học quản lý" đã chỉ ra một số nội dung thuyết phục trong công tác lãnh đạo quản lý. Các tác giả cho rằng, trong truyền đạt thông tin với cấp dưới, người lãnh đạo cần phải chú ý một số kỹ năng cơ bản sau: phải hiểu rõ đối tượng nhận tin; nắm được nhu cầu của đối tượng về thông tin; hiểu được trình độ của người nhận tin; thông tin đưa ra phải rõ ràng, dứt khoát, dễ hiểu; chú ý thái độ, cảm xúc của người nhận, tránh sự quyền uy, ra mệnh lệnh. Người lãnh đạo không nên xem việc truyền đạt thông tin là hoạt động một chiều mà phải xem nó là hoạt động hai chiều, có tác động qua lại lẫn nhau. Trong quá trình tác động, phải chú ý đến thái độ, phản ứng của cấp dưới, từ đó hiểu được mức độ đồng tình, ủng hộ, các nhu cầu, nguyện vọng của người lao động (Vũ Dũng, 2006; tr.295). Ngoài ra, một số công trình nghiên cứu khác như: kỹ năng giao tiếp của giáo viên, kỹ năng giao tiếp của sinh viên, kỹ năng giao tiếp của cán bộ ngân hàng... cũng đã tiếp cận ở các góc độ khác nhau về hoạt động giao tiếp.

### 3.2. Thực trạng nhận biết đối tượng giao tiếp

Có thể thấy, các nghiên cứu đều cho rằng, trong giao tiếp việc nhận biết được đối tượng giao tiếp là rất quan trọng, mang tính hai chiều, qua hoạt động giao tiếp cả chủ thể giao tiếp và đối tượng giao tiếp đều thể hiện thái độ, cách ứng xử để từ đó hiểu được mức độ đồng tình, ủng hộ cũng các nhu cầu, nguyện vọng... đó chính là việc nhận biết nhau, chủ thể giao tiếp nhận thức rõ được đối tượng giao tiếp của mình. Kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp được xem xét ở 3 khía cạnh: thu thập thông tin cá nhân của đối tượng giao tiếp; xác định mức độ hiểu biết của đối tượng trong tình huống giao tiếp; xác định mức độ quan tâm của đối tượng trong tình huống giao tiếp.

Kết quả nghiên cứu 330 sinh viên về thực trạng và mức độ nhận biết đối tượng giao tiếp cho thấy sinh viên nhận thức ở mức khá cao (mức rất đầy đủ), điểm trung bình chung về

kỹ năng nhận biết đối tượng 2,15/3 điểm;  $ĐLC = 0,32$ . Kết quả cụ thể từng khía cạnh cụ thể ở bảng số liệu dưới đây.

**Bảng 2. Thực trạng mức độ nhận biết đối tượng giao tiếp (số liệu tổng quát)**

TT	Kỹ năng	Mức độ			ĐTB	ĐLC
		Rất đầy đủ	Tương đối đầy đủ	Không biết cách		
	Thu thập thông tin cá nhân của đối tượng giao tiếp				2,26	0,377
1	Biết xác định thông tin về giới tính, tuổi đời, trình độ học vấn của đối tượng trong tình huống giao tiếp	53,0	46,1	0,9	2,52	0,518
2	Biết nghề nghiệp, tính chất công việc của đối tượng trong tình huống giao tiếp	39,6	59,5	0,9	2,39	0,506
3	Biết nhân thân, lý lịch, tiểu sử của bản thân đối tượng giao tiếp	20,9	66,7	12,4	2,08	0,572
4	Biết mối quan hệ và địa vị xã hội của đối tượng giao tiếp	21,7	61,9	16,4	2,05	0,616
	Xác định mức độ hiểu biết của đối tượng trong tình huống giao tiếp				2,06	0,460
5	Biết trình độ nhận thức của đối tượng giao tiếp	27,8	67,3	4,9	2,23	0,525
6	Biết vốn kiến thức đã có của đối tượng giao tiếp	18,3	65,4	16,2	2,02	0,588
7	Biết kinh nghiệm của đối tượng giao tiếp	21,6	61,9	16,5	2,05	0,616
8	Biết bản lĩnh và sự từng trải của đối tượng giao tiếp	19,8	55,5	24,7	1,95	0,666
	Xác định mức độ quan tâm của đối tượng trong tình huống giao tiếp				2,12	0,404
9	Biết nhu cầu, nguyện vọng, sở thích của đối tượng giao tiếp	21,9	66,9	11,2	2,11	0,567
10	Biết quan điểm, thái độ của đối tượng đối với vấn đề cần giao tiếp	39,8	56,2	4,0	2,36	0,557
11	Biết nhận định được khả năng hợp tác của đối tượng giao tiếp	26,7	62,9	10,3	2,16	0,587
12	Biết dự đoán được phương thức hành vi của đối tượng giao tiếp	13,7	59,6	26,7	1,87	0,623
	Kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp				2,15	0,329

\* Ghi chú: (Rất đầy đủ = 3 điểm; Tương đối đầy đủ = 2 điểm; Không biết cách = 1 điểm)

Có thể thấy, hoạt động kinh tế đòi hỏi người tham gia không chỉ có trình độ chuyên môn mà còn cần có kỹ năng thành thạo. Bởi đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế là đối tác tham gia vào hoạt động kinh tế, bao gồm

nhiều thành phần trong xã hội, đa dạng về trình độ học vấn, tuổi tác, nghề nghiệp, nhân cách, hiểu biết xã hội. Do vậy, nếu không nhận biết được đối tượng giao tiếp hay đối tác của mình là ai, trình độ học vấn, nhu cầu,

quan điểm, thái độ, sở thích của họ như thế nào thì việc giao tiếp, thương thuyết khó được thực hiện hoặc có thực hiện nhưng không mang lại hiệu quả cao. Kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế được xem xét trên 3 khía cạnh, trong mỗi khía cạnh có nhiều câu hỏi để sinh viên tự đánh giá mức độ của mình.

*Thứ nhất*, với nội dung liên quan đến kỹ năng thu thập thông tin cá nhân của đối tác. Các thông tin gồm nhu cầu, quan điểm, chính kiến của mỗi người là thông tin về nghề nghiệp, trình độ học vấn, địa vị xã hội, kinh nghiệm và vốn hiểu biết, giới tính, tuổi của người đó. Do vậy, khi giao tiếp với đối tác, chủ thể giao tiếp cần nắm được các thông tin cơ bản này; hiểu được nghề nghiệp, tính chất công việc của đối tượng giao tiếp; biết được mối quan hệ và địa vị xã hội của đối tượng giao tiếp; xác định được mức độ hiểu biết của đối tượng thuyết phục giúp nâng cao hiệu quả của giao tiếp, tăng tỷ lệ thành công. Kết quả nghiên cứu cho thấy kỹ năng thu thập thông tin đối tượng giao tiếp được sinh viên tự đánh giá ở mức cao, điểm trung bình chung là 2.26/3;  $\text{ĐLC} = 0.37$ . Trong những nội dung liên quan đến kỹ năng thu thập thông tin thì kỹ năng xác định thông tin về giới tính, trình độ học vấn, tuổi đời đối tượng giao tiếp của sinh viên có điểm trung bình cao nhất 2,52. Việc nhận biết đầy đủ các thông tin giúp sinh viên thể hiện xưng hô, ứng xử phù hợp, tôn trọng đối tượng giao tiếp, điều này giúp tạo thiện cảm, tăng hiệu quả giao tiếp và tránh những sự việc như thiếu tôn trọng, làm phật ý khách hàng. Bên cạnh đó, sinh viên hiểu biết sâu về tính chất nghề nghiệp, công việc của đối tượng đang giao tiếp với mình, giúp người giao tiếp nhận ra sự quan tâm, hiểu họ, điều này giúp cuộc giao tiếp thoải mái, rút ngắn khoảng cách và thời gian thăm dò lẫn nhau.

*Thứ hai*, chủ thể giao tiếp biết được trình độ hiểu biết của đối tác, xác định kiến thức, mức độ hiểu biết về vấn đề đang trao đổi đến mức nào, biết sở trường và nhu cầu để lựa chọn nội dung, cách thức giao tiếp phù hợp sẽ giúp nâng cao hiệu quả trong việc sử dụng thông tin của đối tượng giao tiếp. Kỹ năng xác định mức độ hiểu biết của đối tượng giao tiếp thể hiện ở các tiêu chí: biết được trình độ nhận thức; vốn kiến thức đã có của đối tượng; đánh giá được kinh nghiệm của đối tượng; hiểu được sự từng trải và bản lĩnh của đối tượng, xác định mức độ quan tâm của đối tượng đối với nội dung giao tiếp. Đây là những tiêu chí quan trọng giúp cuộc giao tiếp thành công. Điểm trung bình chung về kỹ năng xác định hiểu biết của đối tượng giao tiếp trong tình huống giao tiếp là 2.06;  $\text{ĐLC} = 0.46$ , mức khá đầy đủ. Sinh viên tự đánh giá mức độ nhận biết của mình về đối tượng giao tiếp ở mức khá đầy đủ,  $\text{ĐTB} = 2.23$ ;  $\text{ĐLC} = 0.58$ . Việc hiểu biết càng đầy đủ về đối tượng giao tiếp giúp cho chủ thể giao tiếp trao đổi thương thuyết ngắn gọn, tập trung vào các nội dung chính, biết được khả năng nhận thức của đối tượng giao tiếp sẽ tránh được những nội dung thừa, nhàm chán, gây khó chịu cho đối tượng giao tiếp. Bên cạnh đó, việc sinh viên nhận biết, đánh giá được kiến thức của đối tượng giao tiếp về những vấn đề họ sắp trình bày sẽ làm cho cuộc trao đổi thú vị hơn. Cũng như việc sinh viên hiểu biết được về kinh nghiệm và bản lĩnh của đối tác giúp lượng hóa được mức độ thành công trong công việc. Người có kinh nghiệm và bản lĩnh thường làm việc trách nhiệm, linh hoạt trong mọi tình huống. Có thể nói, mức độ thành thạo kỹ năng này cũng giúp sinh viên thành công trong giao tiếp hơn với đối tác của mình.

Thứ ba, sự quan tâm của đối tượng giao tiếp là biểu hiện của nhu cầu, nguyện vọng cá nhân. Sự quan tâm thể hiện sở thích, thị hiếu,

thái độ, định hướng chính của đối tượng đối với hoạt động kinh tế. Vì thế, khi giao tiếp, chủ thể giao tiếp cũng cần phải xác định tâm trạng, xu hướng của đối tác như: sự phấn chấn, nhu cầu, mong muốn, thái độ. Kỹ năng xác định mức độ quan tâm của đối tượng giao tiếp được sinh viên tự đánh giá có điểm trung bình chung là 2,12;  $\Delta LC = 0,40$  mức khá đầy đủ và được biểu hiện ở các nội dung: biết được nhu cầu, nguyện vọng, sở thích của đối tượng giao tiếp ( $\Delta TB = 2,11$ ;  $\Delta LC = 0,56$ ); đánh giá được thái độ của đối tượng đối với vấn đề cần trong cuộc giao tiếp ( $\Delta TB = 2,36$ ;  $\Delta LC = 0,55$ ); nhận định được khả năng thương thuyết, hợp tác của đối tượng giao tiếp ( $\Delta TB = 2,16$ ;  $\Delta LC = 0,58$ ). Hiểu biết nhu cầu, sở thích, quan điểm, thái độ là thể hiện sự hiểu biết sâu sắc về đối tượng giao tiếp, hoạt động này đòi hỏi phải có kỹ năng nhận định, đánh giá, quan sát. Kết quả nghiên cứu cho thấy, mặc dù sinh viên chưa làm việc thực tiễn nhưng các em cũng tự trang bị cho mình kiến thức và có những cách thức đánh giá về đối tượng giao tiếp thông qua trải nghiệm, qua tình huống giả định và thậm chí là chính kinh nghiệm sống của các em trong xã hội. Sinh viên tự đánh giá về mức độ nhận biết đối tượng giao tiếp có điểm càng cao càng thể hiện mức độ nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của kỹ năng. Hiểu rõ về đối tượng giao tiếp sẽ giúp cho chủ thể dự đoán được phương thức hành vi giao tiếp, dự đoán được mức độ thành công của cuộc giao tiếp. Do đó các em cũng sẽ rèn luyện để hình thành năng lực và có kỹ năng tốt trong hoạt động nghề nghiệp sau này.

Qua khảo sát thực tiễn và tổng hợp các công trình nghiên cứu đi trước cho thấy, kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế là tổ hợp các biểu hiện của nhiều kỹ năng: thu thập thông tin cá nhân của đối tượng giao tiếp, xác định mức độ hiểu biết của đối tượng giao tiếp, xác định mức độ quan tâm

của đối tượng giao tiếp. Đây là quá trình nhận thức về đối tượng giao tiếp, từ việc thu thập các thông tin, sự kiện bên ngoài đến việc phân tích, đánh giá thái độ bên trong của đối tượng giao tiếp nhằm lựa chọn nội dung, cách thức giao tiếp cho phù hợp. Nghiên cứu cũng cho thấy, kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp có vị trí quan trọng trong hệ thống các kỹ năng giao tiếp trong hoạt động kinh tế. Kết quả nghiên cứu cho phép nhận định rằng các em sinh viên tự đánh giá về thực trạng mức độ về các kỹ năng của các em ở mức khá cao, khá rất đầy đủ.

#### **4. KẾT LUẬN**

Kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế là tổ hợp các biểu hiện của nhiều kỹ năng: kỹ năng thu thập thông tin cá nhân, kỹ năng xác định mức độ hiểu biết, kỹ năng xác định mức độ quan tâm của đối tượng giao tiếp. Đây là một quá trình nhận thức về đối tượng giao tiếp, từ thu thập thông tin, sự kiện bên ngoài đến việc phân tích, đánh giá thái độ bên trong của đối tượng giao tiếp nhằm lựa chọn nội dung, cách thức giao tiếp cho phù hợp. Qua nghiên cứu cũng cho thấy, kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp là một kỹ năng thành phần và có vị trí quan trọng đối với giao tiếp trong hoạt động kinh tế. Nghiên cứu giúp sinh viên nhìn nhận và lượng hóa về mức độ, khả năng nhận biết đối tượng giao tiếp để từ đó học hỏi, củng cố kỹ năng sau khi ra trường, đồng thời cũng giúp các nhà giáo dục định hướng trong việc hình thành kỹ năng cho sinh viên.

Kết quả nghiên cứu thực trạng về kỹ năng nhận biết đối tượng giao tiếp trong hoạt động kinh tế của sinh viên cho thấy: nhìn chung sinh viên tự đánh giá mức độ về các kỹ năng của mình khá cao nghĩa là mức từ tương đối đầy đủ đến rất đầy đủ. Cụ thể, trong các kỹ năng thì những nội dung về thu thập thông tin



cá nhân của đối tượng giao tiếp được sinh viên đánh giá cao hơn so với các nội dung ở kỹ năng xác định mức độ hiểu biết của đối tượng giao tiếp và xác định mức độ quan tâm của đối tượng giao tiếp. Việc tự đánh giá mức độ đầy đủ đối với các kỹ năng giúp sinh viên nhận biết được chính mình, nhận biết những mặt thuận lợi và hạn chế để học tập và tự rèn

luyện kỹ năng nhằm rút ngắn khoảng cách giữa môi trường học tập và thực tiễn xã hội, thành công và linh hoạt trong tình huống thực tế. Quá trình nhận thức về đối tượng giao tiếp, từ việc thu thập các thông tin, sự kiện bên ngoài đến việc phân tích, đánh giá thái độ bên trong của đối tượng giao tiếp nhằm lựa chọn nội dung, cách thức giao tiếp cho phù hợp.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Dale Carnegie, *“Đắc nhân tâm - Nghệ thuật thuyết phục lòng người”*, NXB Văn hóa Thông tin, (2002).
- [2] David J. Lieberman, *“Không thể bị lừa dối”*, NXB Lao động xã hội, (2008).
- [3] Jinnifer B. Kahnweiler, *“Lãnh đạo hướng nội - phát huy sức mạnh tiềm ẩn nhờ quy trình 4P”*, NXB Tri thức, (2010).
- [4] Maurice A. Bercoff, *“Nghệ thuật đàm phán”*, NXB Lao động, (2008).
- [5] Nhữ Văn Thao, *“Kỹ năng giao tiếp của Chính trị viên trong Quân đội nhân dân Việt Nam”*, Luận án tiến sĩ Tâm lý học, Học viện Quốc phòng, (2012).
- [6] Rober B.Cialdini, *“Thuyết phục bằng tâm lý”*, NXB Lao động xã hội, (2011).
- [7] Trần Thị Thanh Hà, *“Một số kỹ năng giao tiếp trong vận động quần chúng của cán bộ phụ nữ cấp cơ sở”*, Luận án tiến sĩ, Viện Tâm lý học, (2005).
- [8] Vũ Dũng, *“Tâm lý học quản lý”*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội, (2006).

---

*Thông tin liên hệ:* **Vũ Thị Nguyệt**

Điện thoại: 0983510632 - Email: vtnguyet@uneti.edu.vn

Khoa Khoa học cơ bản, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.



