

|  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG  
KHOA KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN  
----- ✍️ 📖 ✍️ -----



MÔN HỌC  
**TÂM LÝ HỌC DU LỊCH**

GIẢNG VIÊN: ThS. NGÔ THỊ KIM DUNG

TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG

BÀI GIẢNG ĐIỆN TỬ

Môn học

TÂM LÝ HỌC DU LỊCH

Biên soạn: Th.s. Ngô Thị Kim Dung

Địa chỉ email: [dungngo2@yahoo.com](mailto:dungngo2@yahoo.com); ĐT: 38405994

Đơn vị chủ quản: khoa KHXH-NV

Số tín chỉ : 3

Đối tượng áp dụng: sinh viên ngành du lịch

# Chương I: Tâm lý học du lịch

1.1.Sơ lược về hiện tượng tâm lý con người

1.2 Tâm lý học kinh doanh du lịch

1.3 Các phương pháp tìm hiểu tâm lý trong kinh doanh

# 1.1.Sơ lược về hiện tượng tâm lý con người

## 1.1.1.Khái niệm tâm lí:

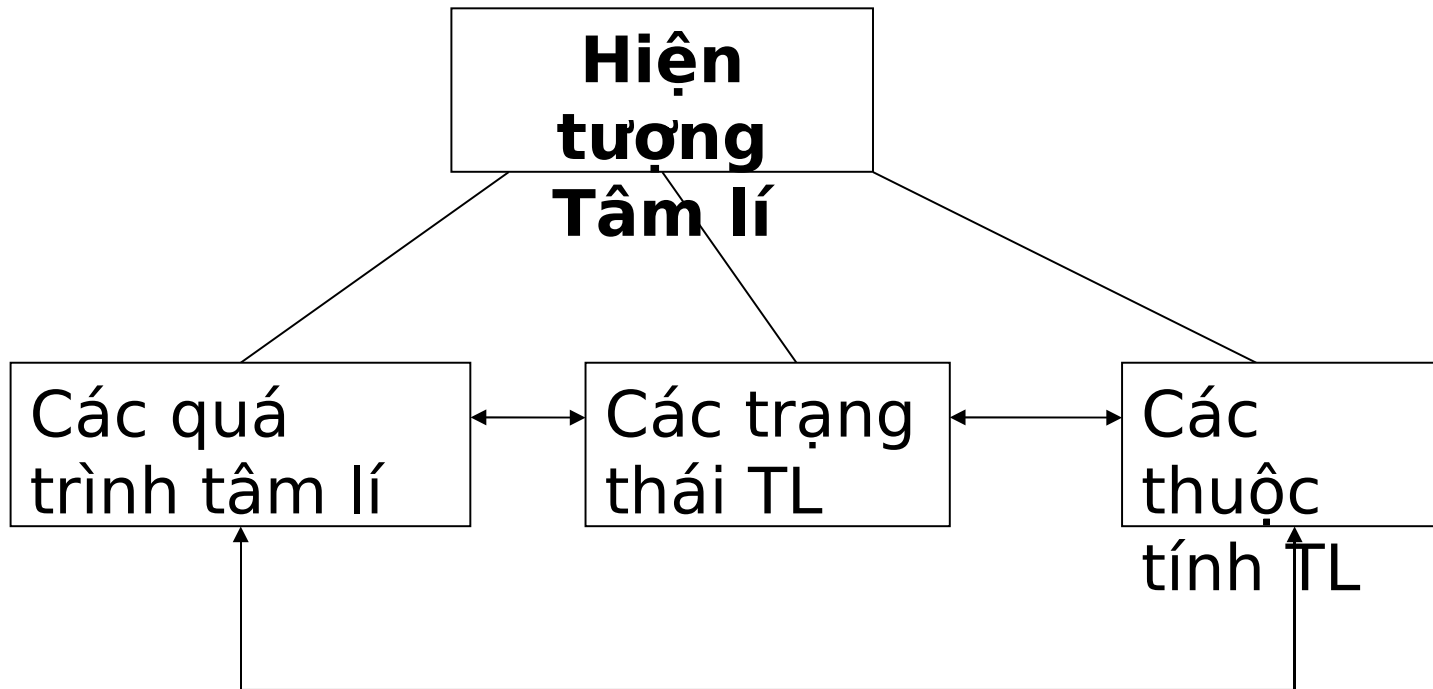
Trong từ điển tiếng Việt: Tâm lý là ý nghĩ, tình cảm ... làm thành đời sống nội tâm, thế giới bên trong của con người.

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

## 1.1.2. Bản chất của hiện tượng tâm lí người

- b. Tâm lí là chức năng của não
- c. Tâm lí người là sự phản ánh hiện thực khách quan
- d. Tâm lí mang tính chủ thể
- d. Bản chất XH-Lịch sử của tâm lí người

# 1.1.3. Phân loại hiện tượng tâm lí.



# 1.2. TÂM LÍ HỌC DU LỊCH

- TLH du lịch là 1 ngành của KH tâm lí và cũng là 1 ngành trong hệ thống các KH về du lịch.

## NHIỆM VỤ CỦA TÂM LÝ HỌC DU LỊCH

n/cứu các hiện tượng tâm lí của du khách, CBNV ngành DL tìm ra những đặc điểm TL, quy luật TL của họ

N/c các hiện tượng tâm lí XH trong DL và cơ chế diễn biến của chúng



# Vai trò, ý nghĩa của TLHDL

- cung cấp hệ thống lý luận về TLH
- các nhà KD du lịch sẽ có khả năng nhận biết, đánh giá đúng về khả năng KD của mình
- hoàn thiện và nâng cao năng lực chuyên môn, năng lực giao tiếp và rèn luyện các phẩm chất tâm lý cần thiết.
- nắm được những đặc trưng tâm lý của du khách, các hiện tượng TLXH thường gặp trong DL giúp cho việc phục vụ khách DL tốt hơn

# 1.3 Các phương pháp tìm hiểu tâm lý trong kinh doanh

1.3.1. Phương pháp quan sát

1.3.2. PP thực nghiệm tự nhiên

1.3.3. Test (trắc nghiệm)

1.3.4. Phương pháp đàm thoại

1.3.5. Phương pháp dùng bảng câu hỏi

1.3.6. PP xạ ảnh

1.3.7. PP nghiên cứu tiểu sử cá nhân

1.3.8. PP trắc lượng XH

# 1.3.1. Phương pháp quan sát

- **Khái niệm:** Quan sát là tri giác có chủ định, có kế hoạch, có sử dụng những phương tiện cần thiết nhằm thu thập t/tin về đối tượng n/cứu qua một số biểu hiện như hành động, cử chỉ, cách nói năng, nét mặt...của con người
- - **Các hình thức quan sát:** quan sát toàn diện hay quan sát bộ phận, quan sát có trọng điểm, trực tiếp hay gián tiếp.

# Các yêu cầu khi q/sát:

- QS trong điều kiện bình thường của đối tượng, từ nhiều khía cạnh , điều kiện khác nhau
- Xác định mục đích, nội dung, kế hoạch quan sát, hình thức QS (tham dự hay không tham dự)
  - Chuẩn bị chu đáo về mọi mặt (phương tiện, tài liệu...)
  - Tiến hành QS một cách cẩn thận và có hệ thống, không để đối tượng biết mình bị Qs
  - Ghi chép tài liệu trung thực, khách quan.

## 1.3.2. Pp thực nghiệm tự nhiên

- K/Niệm: là quá trình tác động vào đối tượng một cách chủ động, trong những điều kiện đã được khống chế, để gây ra ở đối tượng những biểu hiện về quan hệ nhân quả, tính quy luật, cơ cấu, cơ chế của chúng, có thể lặp đi lặp lại nhiều lần và đo đạc (định lượng, định tính) một cách khách quan các hiện tượng cần n/cứu.

Gia cát Lượng:

*“Cho việc khó để thử tài*

*Hỏi lúc vội vàng để xem trí*

*Cho đi xa để xem trung*

*Cho ở gần để xem kính*

*Giao vật chất để xem nhân*

*Cho chén say để xem tính khí...”*

## 1.3.3. Test (trắc nghiệm)

- **K/niệm:** Test là một phép thử để “đo lường” tâm lí đã được chuẩn hóa trên một số lượng người đủ tiêu biểu.
- Test trọn bộ bao gồm bốn phần:
  - + Văn bản test
  - + Hướng dẫn quy trình tiến hành
  - + Hướng dẫn đánh giá
  - + Bản chuẩn hóa

- Dùng Test để xác định các loại phẩm chất tâm, sinh lý con người
- Được sử dụng rộng rãi vào nhiều mục đích khác nhau:
  - tuyển chọn nv, cán bộ
  - Nhân tài
  - Chọn người bán hàng....



- Ưu:
  - + có khả năng làm cho http cần đo được trực tiếp bộc lộ qua hành động giải bài tập test
  - + Có khả năng tiến hành nhanh, tương đối đơn giản
  - + Có khả năng lượng hóa, chuẩn hóa chỉ tiêu tâm lí cần đo

- **Nhược:**
  - + **Khó soạn thảo một bộ test đảm bảo tính chuẩn hóa**
  - + **chủ yếu cho biết kết quả, ít bộ lộ quá trình suy nghĩ**

## 1.3.4. Phương pháp đàm thoại

- Đó là cách đặt câu hỏi cho đối tượng và dựa vào câu trả lời của họ để trao đổi, hỏi thêm, nhằm thu thập t/tin về vấn đề cần n/cứu.
- Nhược: độ tin cậy không cao.

- Muốn đàm thoại tốt:
  - Chuẩn bị hệ thống câu hỏi, tránh câu hỏi rắc rối, khó hiểu.
  - Xác định rõ mục đích yêu cầu
  - Tìm hiểu trước t/tin về đối tượng với một số đặc điểm của họ
  - Có một kế hoạch trước để “lái hướng” câu chuyện; linh hoạt lái hướng.
  - Quá trình nói chuyện phải tự nhiên, thân mật không gò ép

## 1.3.5.Pp dùng bảng câu hỏi (điều tra bằng anket)

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

+ Câu hỏi: đóng hoặc mở

- Đánh giá:
  - + Ưu: thời gian ngắn có thể thu thập được một lượng lớn ý kiến
  - + Nhược: Đó là ý kiến chủ quan của người được nghiên cứu

- Muốn điều tra tốt nên:
  - Câu hỏi (CH) rõ ràng, dễ hiểu, phù hợp với trình độ của đối tượng
  - Soạn kỹ bản hướng dẫn điều tra viên
  - Khi xử lý cần sử dụng các biện pháp toán xác suất thống kê
  - CH không nên hàm chứa 1 số gợi ý cách trả lời như thế nào là tốt-xấu; nên có thái độ trung lập
  - CH đụng đến q/điểm chính trị, quyền lợi, uy tín, danh dự cá nhân=> tế nhị, nên hỏi gián tiếp

## 1.3.6. Phương pháp xạ ảnh

- Là PP căn cứ vào tác động của phản ứng TL không có chủ định để tìm hiểu động cơ, cá tính của đối tượng
- Thường áp dụng n/c **động cơ** người tiêu dùng



## 1.3.6.1. Liên tưởng từ

- Người n/c cho đối tượng 1 bảng gồm nhiều chữ không có liên quan gì tới họ, cho đối tượng đọc xong thì hỏi họ xem từ nào họ liên tưởng tới trước tiên.
- Phân tích nội dung những từ được đưa ra + thời gian phản ứng
- => người n/c biết được ấn tượng, thái độ, nhu cầu của đối tượng.

- PP liên tưởng gồm:  
**liên tưởng tự do**
- **Liên tưởng có khống chế**
- **Liên tưởng liên tục**

## 1.3.6.2. Liên tưởng bằng hình vẽ

Nhà n/c đưa cho đối tượng nhiều hình vẽ trong đó các n/vật đang nói chuyện với nhau, nhưng đang bỏ trống 1 câu nói nào đó, n/vụ của đối tượng là đưa ra 1 câu nói nào đó nếu họ là n/vật trong hình vẽ

## III.6.3.3. PP hoàn thành nốt 1 câu

- Người n/cứu đưa cho đối tượng những câu văn không hoàn chỉnh. N/vụ của đối tượng là nhanh chóng điền nốt đoạn câu còn lại.

## 1.3.6.4. Phương pháp TAT (Thematic Apperception Test)

Người n/c đưa cho đối tượng những bức tranh không rõ nghĩa, y/c giải thích nội dung bức tranh đó , qua đó tìm hiểu được nhu cầu, động cơ và những yếu tố nội tâm của họ.

## 1.3.7. Phương pháp n/cứu tiểu sử cá nhân

- Là p/pháp nghiên cứu tâm lí dựa trên cơ sở tài liệu lịch sử của đối tượng nghiên cứu
- thông qua sản phẩm lao động, đánh giá tổng quát đạo đức, năng lực, trình độ của n/v, => phát hiện nhân tài , đào tạo thành những người quản lí giỏi

## III.8.PP trắc lượng XH

- Nhà TLH J.L.Moreno (người Mỹ gốc Ý)
- N/cứu cơ cấu không chính thức trong 1 nhóm, 1 tập thể nhằm phát hiện ra thủ lĩnh.

- Kết quả: Vẽ ra được lược đồ XH của tập thể trong đó sẽ phản ánh ai là nhân vật trung tâm (ngôi sao , ai là người bị xa lánh, ai là thủ lĩnh công việc, ai là thủ lĩnh tình cảm...) .những t/tin rất có lợi cho quản lí.



- Muốn n/cứu tâm lí một cách KH, chính xác, khách quan cần phải:
  - + sử dụng pp n/cứu một cách thích hợp với vấn đề n/cứu
  - + Sử dụng phối hợp đồng bộ các pp.

## ***Chương 2: Các hiện tượng tâm lý cơ bản***

2.1. Cơ sở khoa học của tâm lý người (du khách)

2.2. Hoạt động nhận thức

2.3. Đời sống tình cảm

2.4. Các hiện tượng tâm lý xã hội trong du lịch

2.4.1. Các qui luật hình thành các hiện tượng tâm lý xã hội

2.4.2. Các hiện tượng tâm lý xã hội gắn với phong tục tập quán ở một số vùng trên thế giới

# 2.1. Hoạt động nhận thức

## Khái niệm:

Hoạt động nhận thức bao gồm nhiều quá trình khác nhau, thể hiện những mức độ phản ánh hiện thực khách quan (cảm giác, tri giác, tư duy, tưởng tượng) và mang lại những sản phẩm khác nhau về hiện thực khách quan (hình ảnh, hình tượng, biểu tượng, và khái niệm).

- **Cảm giác là 1 quá trình TL phản ánh 1 cách riêng lẻ từng thuộc tính bên ngoài của sự vật, và hiện tượng đang trực tiếp tác động vào các giác quan của ta**

## **Một số qui luật của cảm giác:**

- Quy luật ngưỡng cảm giác
- *Qui luật Tính thích ứng của cảm giác*
- *Quy luật tác động qua lại lẫn nhau giữa các cảm giác.*

- **Tri giác:** tri giác là một quá trình nhận thức phản ánh một cách trọn vẹn dưới hình thức hình tượng những sự vật hay những hiện tượng đang trực tiếp tác động vào các giác quan của ta.

- NHỮNG QUI LUẬT CỦA TRI GIÁC
- Qui luật về tính đối tượng của tri giác
- Tính trọn vẹn của tri giác
- Tính ý nghĩa của tri giác
- Tính lựa chọn của tri giác
- Tính ổn định của tri giác
- Qui luật tổng giác

- **Trí nhớ:** Trí nhớ là sự ghi lại, giữ lại và tái hiện những gì cá nhân thu được trong hoạt động sống của mình.



- **Tư duy:** Tư duy là một quá trình nhận thức phản ánh những thuộc tính bản chất, những mối liên hệ và quan hệ có tính chất quy luật của sự vật và hiện tượng mà trước đó ta chưa biết.

- **Tưởng tượng:** tưởng tượng là một quá trình tâm lý phản ánh những cái chưa từng có trong kinh nghiệm của cá nhân bằng cách xây dựng những hình ảnh mới trên cơ sở những biểu tượng đã có.

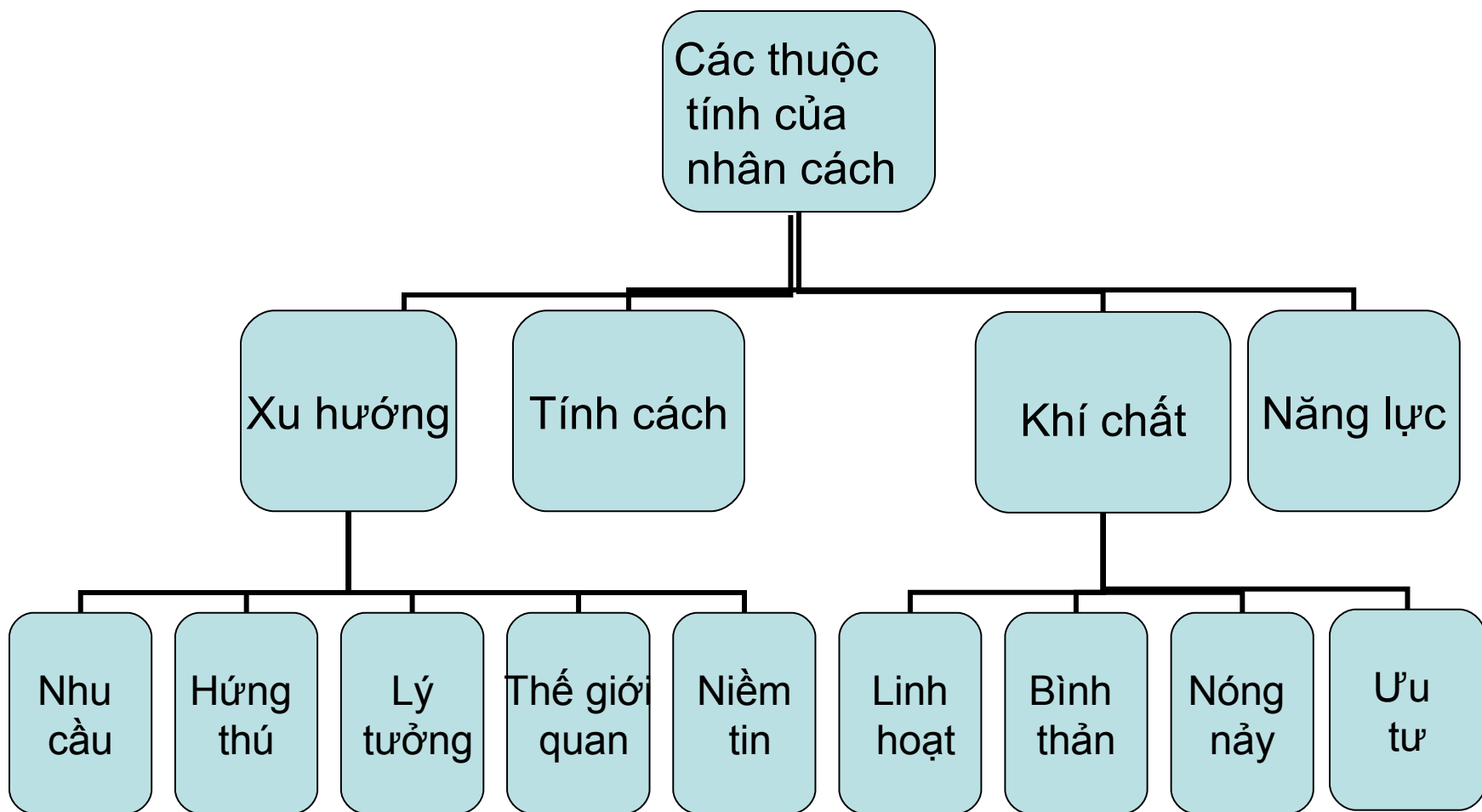
## 2.2.Đời sống tình cảm

- **Tình cảm:** là sự phản ánh hiện thực khách quan, biểu thị thái độ riêng của con người đối với sự vật hay hiện tượng có liên quan đến sự thỏa mãn hay không thỏa mãn một nhu cầu vật chất hay tinh thần nào đó của con người.

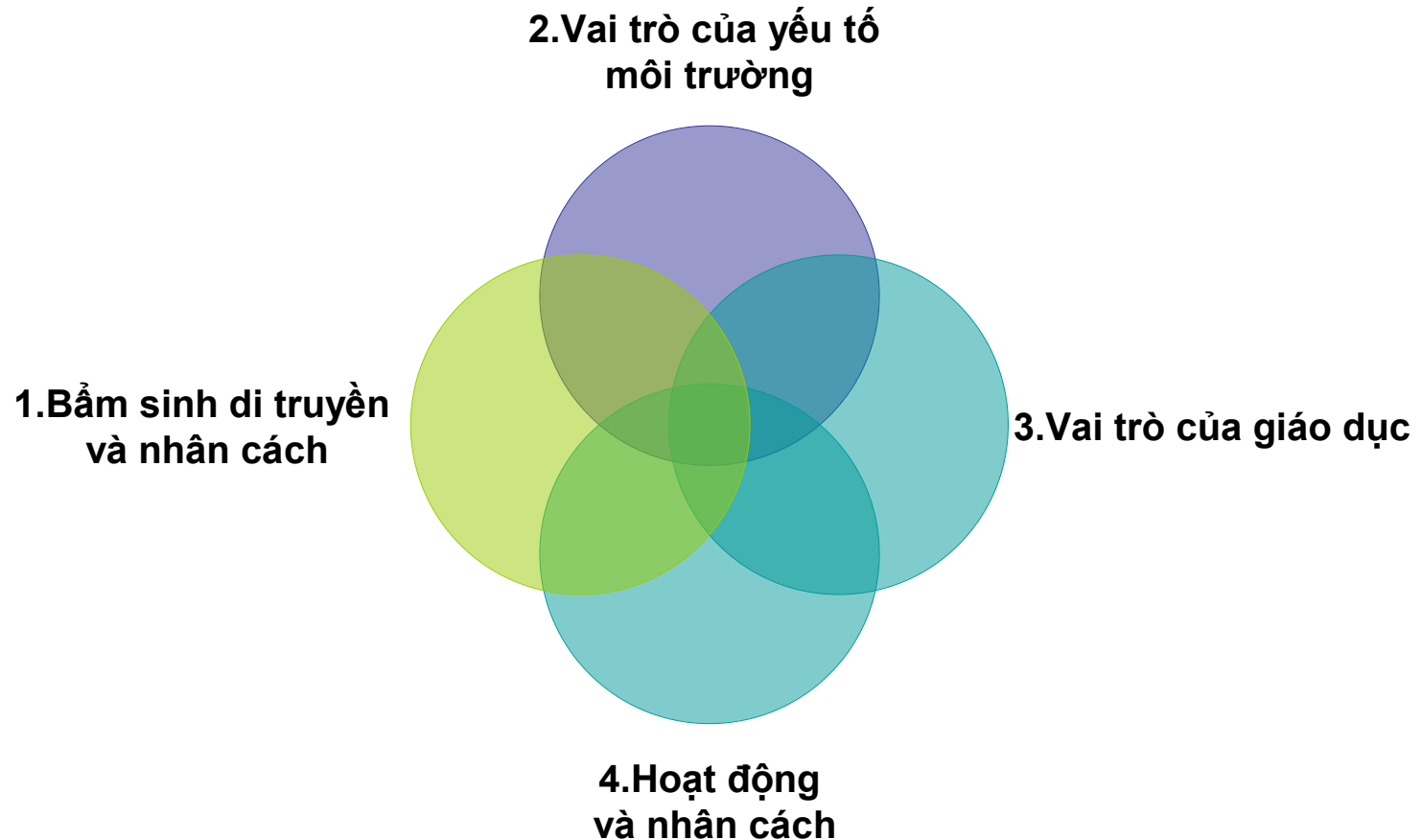
- **Những quy luật của đời sống tình cảm**
  1. Quy luật lây lan của xúc cảm và tình cảm
  2. Quy luật thích ứng của xúc cảm và tình cảm
  3. Quy luật tương phản của xúc cảm và tình cảm
  4. Quy luật di chuyển của tình cảm:
  5. Quy luật pha trộn tình cảm

- **Nhân cách** là tổ hợp những đặc điểm, những thuộc tính tâm lí của cá nhân, biểu hiện ở bản sắc và giá trị XH của người ấy.

- Các thuộc tính của nhân cách:
  - a. Xu hướng
  - b. Tính cách
  - c. Khí chất
  - d. Năng lực



# Sự hình thành và phát triển nhân cách





## 2.4. Các hiện tượng tâm lí xã hội trong du lịch

### 2.4.1. Phong tục tập quán

#### Phong tục:

- Nề nếp, thói quen lâu đời
- Mang tính ước lệ, buộc mọi người phải tuân theo

- **Tập quán:**

- Thói quen lâu đời

- Cách ứng xử lặp đi lặp lại, lan truyền trong 1 cộng đồng người

- Tự hình thành

## 2.4.2. Truyền thống

- giá trị tinh thần, tư tưởng
- **Hình thức:** khái niệm, nghi lễ, qui chế điều chỉnh cách ứng xử của mọi thành viên trong cộng đồng

### 2.4.3. Tín ngưỡng tôn giáo

- **Tín ngưỡng:** là sự tin tưởng vào cái gì siêu nhiên và niềm tin đó chi phối cuộc sống tinh thần, vật chất và hành vi của con người, an ủi con người vượt qua những rủi ro trong cuộc đời
- **Tôn giáo:** hình thức tổ chức có cương lĩnh, có mục đích, có nghi thức và hệ thống lí luận để đưa lại cho con người 1 tín ngưỡng nào đó 1 cách bền vững.

## 2.4.4. Tính cách dân tộc

- tính cộng đồng về lãnh thổ và đời sống kinh tế, ngôn ngữ
- **Biểu hiện:** Văn hóa (văn học, nghệ thuật, phong tục tập quán, cách biểu cảm của con người...)
- Bản sắc văn hóa
- Tài nguyên du lịch

## 2.4.5.Thị hiếu và “mốt

- sở thích của con người hướng vào 1 đối tượng nào đó
  - Một sản phẩm tiêu dùng
  - Một cách nghĩ
  - Một cách trang trí
  - Một hoạt động
- Không bền vững
- Phụ thuộc vào đặc điểm cá nhân

## 2.4.6. Bầu không khí tâm lý xã hội

- là không gian chứa đựng trạng thái tâm trạng chung của nhiều người.
- **Tác dụng:** thúc đẩy hoặc kìm hãm hoạt động của con người

## **2.4.1.Các qui luật hình thành các hiện tượng tâm lí xã hội**

**2.4.1.1.Bắt chước:** sự mô phỏng, lặp lại hành vi, tâm trạng, cách suy nghĩ, cách ứng xử của người khác hay của nhóm người nào đó



- **2.4.1.2. Lây lan:** Đó là sự lây lan cảm xúc từ người này sang người khác, từ nhóm này sang nhóm khác trước một vấn đề, một sự việc, một hiện tượng nào đó nảy sinh trong những khoảng thời gian nhất định.
- Lây lan từ từ
- Lây lan vô thức và lây lan có ý thức
- Lây lan bùng nổ

- **2.4.1.3. Quy luật kế thừa:** truyền đạt kinh nghiệm sống, VH tinh thần
- Sự kế thừa được thực hiện nhờ giao tiếp.
- mang tính chọn lọc, cải biên, bổ sung những cái mới, hoàn thiện hơn.
- Các thế hệ, lứa tuổi khác nhau thì sự kế thừa cũng khác nhau

#### **2.4.1.4. Quy luật tác động qua lại giữa con người với con người**

## **2.4.2. Các hiện tượng tâm lí xã hội gắn với phong tục tập quán ở một số vùng trên thế giới.**

Đối với Cơ đốc giáo

Đối với Do thái giáo và Hồi giáo

Phật giáo

Ấn giáo

Tâm lí xã hội gắn với phong tục tập quán ở một số quốc gia.

# **Chương 3: Tâm lý khách du lịch**

3.1. Khái quát về du lịch

3.2. Một số đặc điểm tâm lý chung của khách du lịch

3.3. Sở thích của khách du lịch

3.4. Nhân cách của khách du lịch

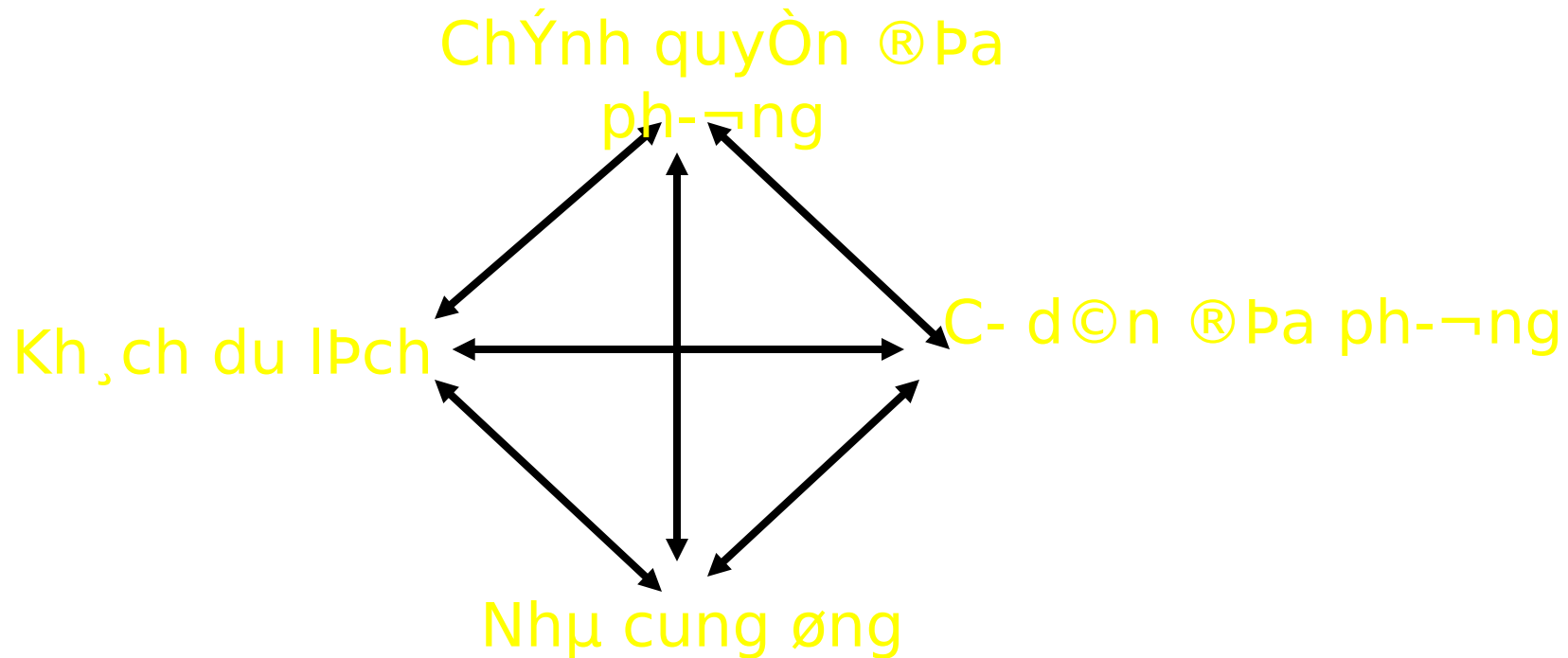
# 3.1. KHÁI QUÁT VỀ DU LỊCH

## 3.1.1. Khái niệm Du lịch:

- Cách thức sử dụng thời gian rỗi ở bên ngoài nơi cư trú thường xuyên
- Một dạng chuyển cư đặc biệt tạm thời
- Một ngành kinh tế phi sx  
nhằm phục vụ nhu cầu VH-XH của nhân dân

# du lịch vớ t- c, ch

- mét hiõn t-ìng x- hói
- mét ngumh kinh tũ



- du lịch là việc đi lại lưu trú tạm thời bên ngoài nơi cư trú thường xuyên của cá nhân với mục đích thỏa mãn nhu cầu đa dạng.

## 3.1.2. Khách du lịch

du lịch” - “tour”: có nghĩa là cuộc dạo chơi, cuộc dã ngoại.

=> “tourism”

“tourist” là người đi du lịch hay còn gọi là du khách.



**“khách du lịch”** là những người rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình đến nơi có điều kiện để nghỉ ngơi giải trí nhằm phục hồi, nâng cao sức khỏe; tham quan, văn cảnh, thoả mãn nhu cầu tìm hiểu, thưởng thức cái mới lạ; hoặc kết hợp nghỉ ngơi với việc hội họp, kinh doanh, nghiên cứu khoa học ...

Hội nghị của Tổ chức Du lịch Thế giới tháng 9 – 1968:

- “Khách du lịch” là những người lưu lại một đêm tại nơi không phải là nhà mình và với **mục đích chính** của sự di chuyển **không nhằm kiếm tiền.**

**“Khách du lịch quốc tế”** bao gồm : những người hành trình ra nước ngoài với mục đích thăm viếng người thân, nghỉ dưỡng, chữa bệnh, tham gia các hội nghị, hội thảo quốc tế, ngoại giao, thể thao, thực hiện công vụ (ký kết hợp đồng mua bán, thăm dò thị trường ...), những người đi trên các chuyến tàu biển vượt đại dương .

Có hai loại : khách du lịch và khách tham quan.

Sự khác biệt giữa khách du lịch và khách tham quan là khách tham quan **không lưu lại qua đêm** ở nơi đến du lịch

# II. NHU CẦU, ĐỘNG CƠ CỦA KHÁCH DU LỊCH

## II.1. Khái niệm hành vi người tiêu dùng:

các hành động và thái độ mà người tiêu dùng biểu hiện trong việc tìm kiếm, lựa chọn, đánh giá và quyết định mua, sử dụng các sản phẩm và dịch vụ với sự mong đợi sẽ thoả mãn tổ đa nhu cầu của họ .

hai loại tiêu dùng :

- +Tiêu dùng của cá nhân.
- +Tiêu dùng của tổ chức

## **II.1.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng**

Nhóm các yếu tố về sản phẩm, dịch

Nhóm các yếu tố văn hoá

Nhóm các yếu tố xã hội

Nhóm các yếu tố cá nhân

Nhóm các yếu tố tâm lý

## II.1.3. Phân loại hành vi người tiêu dùng du lịch

Căn cứ vào  
mức độ  
biểu hiện nhu  
cầu của khách:

Nhóm khách  
DL có nhu cầu  
ở mức độ  
khát vọng

TÂM LÝ HỌC DU LỊCH

nhóm khách DL  
có nhu cầu  
ở cấp độ ý muốn

TH.S. NGÔ THỊ KIM DUNG

nhóm khách DL  
có nhu cầu  
ở cấp độ ý hướng

**Căn cứ vào  
thái độ cá nhân  
của khách đối với  
người phục vụ:**

*Nhóm khách khó  
tính gây nên  
sự bức dọc,  
khó chịu*

TÂM LÝ HỌC DU LỊCH

*Nhóm khách khó  
tính nhưng không  
gây sự bức dọc  
và khó chịu*

TH.S. NGÔ THỊ KIM DUNG

*nhóm khách tạo  
ra sự phục vụ  
thoải mái*



**Căn cứ vào khả năng thanh toán và thói quen tiêu tiền:**

Khách có khả năng thanh toán cao và tiêu tiền dễ

TÂM LÝ HỌC DU LỊCH

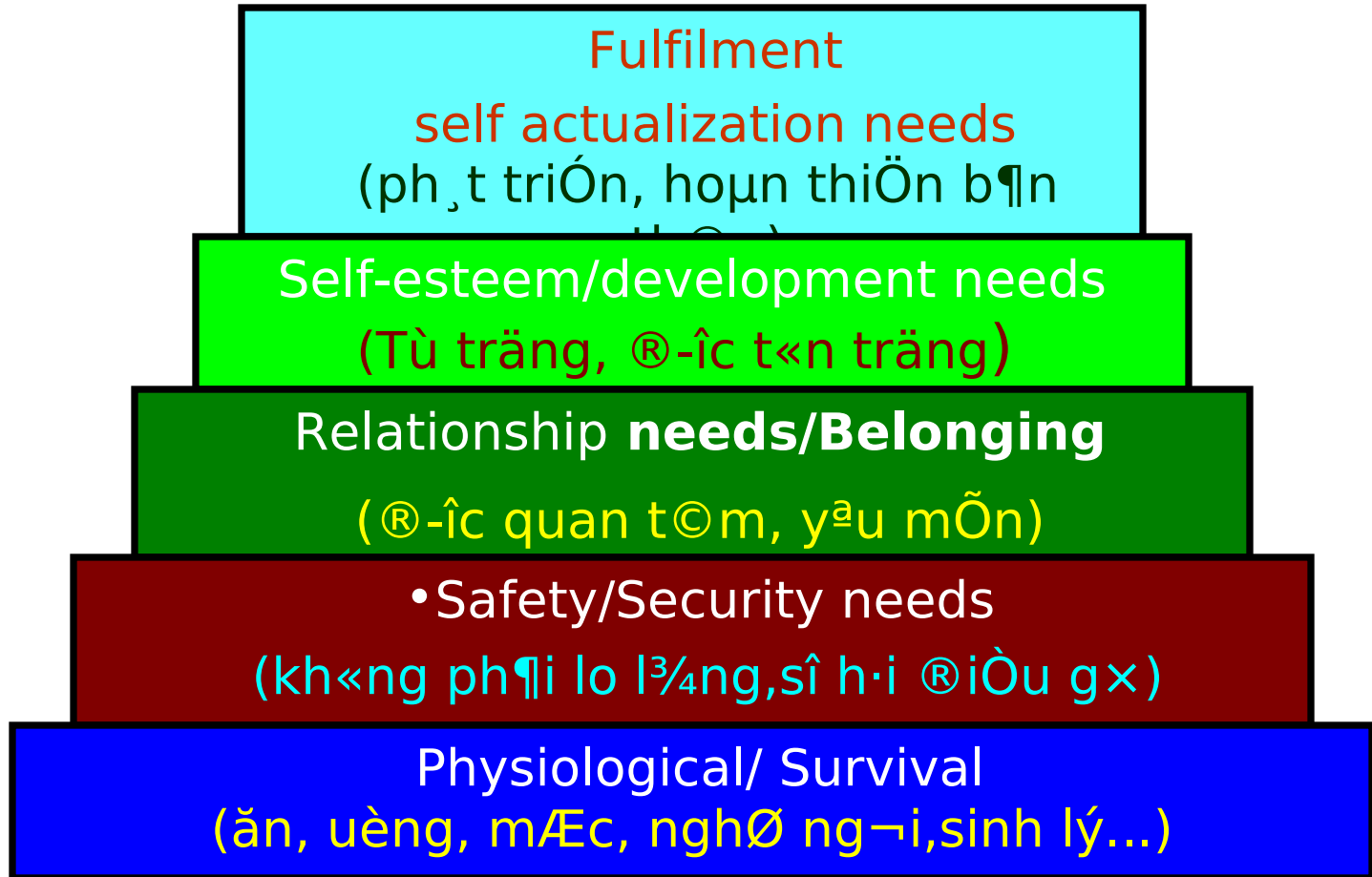
khách có khả năng thanh toán thấp và thói quen tiêu tiền khó

TH.S. NGÔ THỊ KIM DUNG

khách có khả năng thanh toán trung bình, tiêu tiền dễ

- \* *Khả năng thanh toán* : được hiểu là mức độ thu nhập của khách
- \* *Thói quen tiêu tiền* : là kết quả của sự giáo dục và giáo dục của họ .

## II.2. Nhu cầu, động cơ của khách du lịch



## *II.2.1.Nhu cầu du lịch của con người*

**II.2.1.1.Khái niệm :** Nhu cầu du lịch là một loại nhu cầu đặc biệt và tổng hợp của con người. Nhu cầu này được hình thành và phát triển trên nền tảng của nhu cầu sinh lý (sự đi lại) và các nhu cầu tinh thần (nhu cầu nghỉ ngơi, tự khẳng định, nhận thức và giao tiếp ).

## **Nhu cầu du lịch của con người ngày càng phát triển, do những nguyên nhân:**

- Đi du lịch đã trở thành phổ biến đối với mọi người .
  - Số thành viên trong gia đình ít, tạo điều kiện cho người ta đi du lịch dễ dàng.
  - Khả năng thanh toán cao, phí tổn du lịch giảm dần.
  - Trình độ dân trí được nâng cao.
  - Đô thị hoá .
  - Thời gian nhàn rỗi nhiều.
  - Mối quan hệ thân thiện hoà bình giữa các quốc gia.
  - Du lịch là tiêu chuẩn của cuộc sống.
- Các xu hướng du lịch sinh thái, du lịch tín ngưỡng phát triển nhanh

Nhu cầu du lịch phụ thuộc vào các điều kiện:  
thiên nhiên  
chính trị, KT – XH trong một XH cụ thể  
nhóm XH mà con người ta sống, lao động và  
giao tiếp.  
kinh nghiệm, đòi hỏi bên trong của mỗi con  
người cụ thể .

Quá trình hình thành nhu cầu của du khách: 2  
giai đoạn :

- Giai đoạn 1* : con người hình thành những nhu cầu chung đối với việc du lịch
- Giai đoạn 2* : con người hình thành những nhu cầu cụ thể

## ***II.2.1.2. Các nhu cầu của khách du lịch:***

*Nhu cầu vận chuyển – dịch vụ vận chuyển*

*Nhu cầu ở và ăn uống – dịch vụ lưu trú và ăn uống*

*. Nhu cầu cảm thụ cái đẹp và giải trí về bản chất*

*Các nhu cầu khác – Các dịch vụ khác*



## *II.2.3. Động cơ của khách du lịch*

*Khái niệm động cơ* : động cơ là sự kích thích đã được ý thức, nó chi phối hoạt động để thoả mãn một nhu cầu nào đó của cá nhân

2 thành tố cơ bản : nhu cầu và tình cảm

## *Động cơ du lịch*

Một người quyết định đi du lịch đều chịu tác động của hai nhân tố : chủ quan và khách quan.

**\* Phân loại động cơ đi du lịch:**

Nhóm giải trí

Nhóm nghiệp vụ

Các động cơ khác

# III. Tâm trạng của khách du lịch

## III. 1. Tâm trạng của khách du lịch

### III.1.1. Tâm trạng ban đầu của khách du lịch:

Có thể gò bó, không thoải mái, e ngại ở những nơi du lịch xa lạ .

Tâm thế sẵn sàng giải trí, nghỉ ngơi với hy vọng tốt đẹp về nơi du lịch.

Khách DL khi đi DL với tâm trạng dương tính

Khách DL đi du lịch mang tâm trạng âm tính

## III.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến tâm trạng của khách du lịch

- Môi trường thiên nhiên , khí hậu và cảm xúc con người có mối quan hệ mật thiết
- Những giá trị văn hoá, lịch sử
- Nếp sống văn hoá, phong tục tập quán
- Cơ sở vật chất kỹ thuật và việc mở rộng nhiều loại dịch vụ
- Bầu không khí vui vẻ, thoải mái của phòng ăn kết hợp với chất lượng và chủng loại món ăn đồ uống đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên tâm trạng tốt cho khách.
- mối quan hệ giữa khách du lịch và người phục vụ

**Tóm lại, duy trì và phát triển tâm trạng dương tính của khách DL trong quá trình phục vụ họ như là một trong các chỉ tiêu khách quan để đánh giá chất lượng phục vụ, sự phát triển và hoàn thiện của một doanh nghiệp nào đó.**

# IV. SỞ THÍCH CỦA KHÁCH DU LỊCH

## VI.1. Khái niệm

Sở thích là một biểu hiện của hứng thú – đó là thái độ của du khách đối với đối tượng nào đó **có ý nghĩa** đối với du khách và đem lại sự **khoái cảm** cho du khách do sự hấp dẫn, lôi cuốn của đối tượng đó.

## **IV.2.Sự hình thành sở thích du lịch**

Sở thích được hình thành trên cơ sở của các nhu cầu - chỉ có nhu cầu ở cấp độ **khát vọng** => sở thích (ý thức, hiểu rõ ý nghĩa)



## **một sở thích cá nhân tồn tại phải thoả mãn hai điều kiện :**

- cá nhân hiểu rõ ý nghĩa của nó đối với đời sống riêng của mình.
- gây ra ở cá nhân những xúc cảm dương tính.

- **Các yếu tố ảnh hưởng đến sở thích du lịch:**

- Sự phát triển của các sản phẩm du lịch.
- Đặc điểm tâm lý – xã hội của cá nhân.
- Trào lưu của xã hội trong du lịch
- Mục đích, động cơ của chuyến đi

# **Chương IV. NHỮNG PHẨM CHẤT CẦN CÓ CỦA NHÂN VIÊN DU LỊCH**

- 1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ LĐ TRONG DL**
- 2. ĐẶC ĐIỂM LAO ĐỘNG CỦA NHÂN VIÊN DL**
- 3. NHỮNG PHẨM CHẤT CẦN CÓ CỦA NVDL**

# **VI.1. KHÁI QUÁT VỀ LAO ĐỘNG TRONG DU LỊCH**

**IV.1.1. Lao động trong du lịch là quá trình phục vụ khách du lịch nhằm thoả mãn những nhu cầu DL của du khách .**

## IV.1.2. Đặc điểm của lao động trong DL

là một bộ phận cấu thành của lao động XH hình thành và phát triển trên cơ sở của sự phân công lao động XH

các đặc điểm:

- Đáp ứng nhu cầu XH về lao động .
- Tạo ra của cải vật chất cho XH.
- Thúc đẩy XH phát triển...

## **những đặc điểm riêng:**

– Lao động trong DL bao gồm lao động SX của cả vật chất và lao động SX phi vật chất.

– Thời gian lao động phụ thuộc vào nhu cầu của khách.

– Môi trường làm việc phức tạp và có nhiều áp lực tâm lý .

# **IV.2. ĐẶC ĐIỂM LAO ĐỘNG CỦA NHÂN VIÊN DL**

## **IV.2.1. Khái niệm về nhân viên DL**

-đa số người lao động trong du lịch là người lao động trực tiếp

Trong những người lao động trực tiếp trong DL có những người tham gia vào quá trình phục vụ khách (nhân viên phục vụ du lịch).

**nhân viên phục vụ du lịch:** hướng dẫn viên, lễ tân du lịch, phục vụ ăn uống, phục vụ buồng, bảo vệ, đón tiếp, khâu vá, trực điện thoại, vận chuyển...



## IV.2.2. Đối tượng lao động:

- =>khả năng thích ứng và xử lý tình huống linh hoạt.
- =>phải sử dụng các hình thức ngôn ngữ và phi ngôn ngữ đúng mức, phù hợp với từng loại đối tượng giao tiếp
- =>nhân viên du lịch phải có sức khoẻ và sức chịu đựng tốt, thích ứng được với yêu cầu di chuyển liên tục

## IV.2.3. Mục đích LĐ

- Thoả mãn tối đa tất cả các nhu cầu, thị hiếu của khách DL trong điều kiện có thể
- có nhiều hoạt động khác nhau để Khách DL có thể hài lòng với những gì họ chờ đợi .

## IV.2.4. Phương tiện lao động

kiến thức các loại

có kiến thức chuyên sâu vào từng lĩnh vực.

**các loại kiến thức cơ bản:**

- Kiến thức cơ bản về tổ chức dịch vụ DL, kỹ thuật phục vụ và hướng dẫn DL.
- Kiến thức về địa lý – lịch sử ,các kiến thức về con người; các kiến thức văn hoá XH khác của khu vực tổ chức DL và các khu vực có liên quan.

Có năng lực sử dụng tiếng Việt chuẩn xác, tiếng nói có âm sắc ấm áp, ngọt ngào, hấp dẫn, có sức thuyết phục người nghe

Có trình độ ngoại ngữ

sử dụng thành thạo các phương tiện kỹ thuật thông tin, thiết bị văn phòng...

Tóm lại, phương tiện LĐ chủ yếu nhất của nhân viên DL là **năng lực hiểu biết và tổ chức hoạt động du lịch và vận dụng linh hoạt** trong thực tiễn phục vụ khách DL.

## IV.2.5. Điều kiện lao động

phải làm việc ngoài trời là chính

thường phải kéo dài thời gian làm việc, giờ giấc thất thường

luôn ở trạng thái kiểm chế, giữ gìn, căng thẳng thần kinh..

## IV.2.6. Tính chất lao động

Sản phẩm: chủ yếu là các dịch vụ bằng lao động trí óc

luôn làm khách DL hài lòng, sẵn sàng sử dụng những DV của đơn vị mình

sôi nổi nhưng lại phải có khả năng tự chủ cao, luôn tươi cười, vui vẻ, sẵn sàng phục vụ các nhu cầu của khách.

hình thức: lịch thiệp, duyên dáng.

ngoại hình cân đối, không có dị tật, thể lực tốt, có khả năng chịu đựng cuộc sống thay đổi thường xuyên của thời tiết và điều kiện sinh hoạt .



# IV.3. NHỮNG PHẨM CHẤT CẦN CÓ CỦA NVDL

## IV.3.1. PHẨM CHẤT CHÍNH TRỊ, ĐẠO ĐỨC

- Trung thành với quyền lợi của Tổ quốc, đơn vị
- Có tư tưởng vững vàng, nắm vững đường lối phát triển KT của Nhà nước
- Có tinh thần trách nhiệm cao, trung thực
- Tự giác, tự trọng
- Thể hiện truyền thống dân tộc
- Lối sống lành mạnh, giữ gìn bản sắc dân tộc

## IV.3.2. Các phẩm chất tâm lí cá nhân

- Tính tự chủ, tự kiềm chế
- Tính kiên trì, nhẫn nại
- Lịch thiệp, niềm nở, tận tâm, tự giác, có tinh thần trách nhiệm
- Nhanh nhẹn, khéo léo, linh hoạt trong ứng xử
- Có ý thức cảnh giác

## IV.3.3. Một số năng lực cần thiết

- Năng lực tổ chức
- Nắm vững các kiến thức chuyên môn, nghiệp vụ
- Hiểu biết rộng về các lĩnh vực
- Có năng lực giao tiếp, giỏi ngoại ngữ
- Có kiến thức tối thiểu về an ninh trong DL
- Có kỹ năng sử dụng các thiết bị chụp ảnh, thông tin liên lạc...

# Chương 5: **GIAO TIẾP TRONG DU LỊCH**

I. Khái quát về giao tiếp

II. Giao tiếp trong du lịch

# I. Khái quát về giao tiếp

## I. Khái quát về giao tiếp

### – Khái niệm giao tiếp

Giao tiếp là mối quan hệ hay tiếp xúc giữa con người với nhau trong xã hội loài người. Đó là quá trình trao đổi thông tin, nhận biết và tác động lẫn nhau trong quan hệ giữa người với người để đạt được mục đích nhất định.

## **2. Các chức năng cơ bản của giao tiếp**

*Chức năng thông báo*

*Chức năng điều khiển, điều chỉnh hành vi*

## **3. Phân loại giao tiếp:**

Dựa vào phương tiện giao tiếp, có 3 loại :

- giao tiếp bằng ngôn ngữ,
- giao tiếp phi ngôn ngữ
- giao tiếp vật chất

## II. GIAO TIẾP TRONG QUÁ TRÌNH PHỤC VỤ KHÁCH DU LỊCH

Quá trình phục vụ khách du lịch bao gồm 3 giai đoạn chính:

- Đón tiếp khách du lịch.
- Đáp ứng những nhu cầu của khách trong quá trình phục vụ .
- Tiễn khách .

# 1. MỘT SỐ NGHỊ THỨC GIAO TIẾP CƠ BẢN TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH

Điện thoại

Công văn – thư tín

Danh thiếp

- Fax
- In ternet



## **2. Một số lễ nghi của giao tiếp**

Chào hỏi

Bắt tay

Giới thiệu làm quen

### **3. MỘT SỐ NGHỆ THUẬT GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH DU LỊCH.**

- Nghệ thuật xã giao trong đàm phán
- Nghệ thuật xã giao trong các cuộc họp.
- Kỹ năng cần thiết trong đối ngoại phục vụ du lịch.
- Tiếp xúc trong du lịch đối ngoại

# KẾT THÚC