

TEAMBUILDING – DU LỊCH GẮN KẾT

Đinh Thị Trà Nhi

Khoa Du lịch - Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. HCM

dinhtranhi@hufliet.edu.vn

TÓM TẮT

Mục đích của nghiên cứu này nhằm làm nổi bật những lợi ích của các hoạt động xây dựng đội nhóm, bằng cách sử dụng nhiều hoạt động giải trí, trong nhà và ngoài trời, khuyến khích thi đấu vượt qua những thách thức với mục đích chính là tăng hiệu quả của đội, nhóm. Phương pháp hoạt động kết nối giữa các cá nhân thành một đội, nhóm, tập trung vào việc xây dựng các kỹ năng cụ thể cho các thành viên trong một đội, nhóm, cũng như cách xây dựng kế hoạch hành động. Tính tích cực thông qua hoạt động này là mang đến những cảm xúc thật cho các thành viên trong nhóm khi tương tác với nhau, giúp họ giải quyết được những mâu thuẫn, những mục tiêu của mình và làm tăng hiệu quả của nhóm. Việc xây dựng tốt đội ngũ qua những chương trình Teambuilding kết hợp với thực hành – đánh giá – đào tạo là một bài toán nhân sự cần thiết cho các doanh nghiệp, cùng với sự góp sức của những thành viên tạo ra tính tích cực hơn cho đội/nhóm của họ. Đồng thời, người tham gia nhận được sự tin tưởng hơn vào các thành viên trong nhóm, sự hài lòng hơn khi được là một phần của nhóm và tự tin hơn rằng nhóm sẽ đạt được mục đích của mình.

Từ khóa: du lịch đội nhóm, trong nhà, ngoài trời, kỹ năng đội nhóm.

1. Giới thiệu về hoạt động Teambuilding

Teambuilding đã tạo nên một sắc diện mới cho du lịch ngày nay. Loại hình du lịch này đã không còn xa lạ với các sản phẩm du lịch của doanh nghiệp, nó được xếp vào nhóm 1 trong 7 loại hình du lịch hút khách nhất hiện nay bởi tính sáng tạo, năng động, sự gắn kết giữa các thành viên trong cùng một đội nhóm để cùng vượt qua những thử thách không những trong công việc hiện tại mà còn trong cuộc sống thực, được mô tả qua các games của chương trình du lịch này.

Là một hình thức sản phẩm dịch vụ “trẻ” ở Việt Nam. Có thể hiểu du lịch nói chung sẽ bao gồm nhiều hình thức trong đó có cả Teambuilding, nó mang tính đặc trưng khác với du lịch nghỉ dưỡng, tham quan... Đây là loại hình mang tính hoạt động tổ chức xây dựng đội nhóm có hiệu quả, xây dựng văn hóa đặc trưng thông qua các hoạt động có sự tham của cả tập thể. Và là một trong các hoạt động bao hàm nhiều phần, trong đó có những chuyến đi xa của tập thể kết hợp với hoạt động Teambuilding, hoặc tham gia sinh hoạt tập thể vào dịp cuối tuần. Trong các chương trình du lịch được thiết kế, loại hình này luôn nhấn mạnh đến các yếu tố của con người trong lao động, học tập và trau dồi kỹ năng để giúp các doanh nghiệp xây dựng môi trường văn hóa thông qua yếu tố con người, thúc đẩy cho mỗi cá nhân biết sẽ chia công việc, tương tác cùng các cộng sự để có thể hoàn thành tốt nhất công việc được giao.

Teambuilding hiện nay được đánh giá là một trong những hình thức du lịch cộng đồng đang có khuynh hướng phát triển mạnh, kết hợp với đào tạo nhằm xây dựng kỹ năng làm việc đội, nhóm, được doanh nghiệp vận dụng ngày càng nhiều trong chiến lược xây dựng hình ảnh của doanh nghiệp. Chương trình thường có nhiều trò chơi kết hợp với thực hành – đánh giá – đào tạo, nhằm kết nối với các thành viên và giữ người tài, đồng thời khơi dậy động lực và niềm tự hào trong mỗi nhân viên để cùng hướng đến một mục đích chung.

2. Vai trò của Teambuilding trong việc xây dựng đội ngũ

Thực chất việc xây dựng đội ngũ khá quan trọng, không những được thực hiện để mang đến một tinh thần cao cho nhân viên, mà còn để tìm ra điểm mạnh của mỗi thành viên trong nhóm, giúp họ hòa nhập để khám phá sự tương đồng, ảnh hưởng tích cực đến tinh thần đồng đội để thực hiện hiệu quả hơn. Trong thực tế, quản lý đội, nhóm trong một thời gian tương đối ngắn để tích hợp một nhóm, tập hợp các thành viên của mình để tạo dựng niềm tin vào các giá trị của các thành viên khác, liên kết để

đạt hiệu quả hơn. Đây được xem là một giải pháp nhân sự quan trọng trong hoạt động Teambuilding. Nên, việc đổi mới và sáng tạo của chương trình là điều hết sức cần thiết cho từng đối tượng tham gia hoạt động Teambuilding.

Theo những nghiên cứu gần đây của các nhà tổ chức du lịch và tại các công ty du lịch chuyên tổ chức những chương trình du lịch có sự kết hợp với loại hình này, thì khách hàng của họ hay đối tượng tham gia chương trình luôn là các công ty, tập đoàn nước ngoài, hay các công ty liên doanh và các trường học. Nơi có đội ngũ nhân viên khá đồng, có sức trẻ và sự nhiệt huyết, thêm vào đó là những đối tượng khách trung niên, có kinh nghiệm vốn sống cũng như dày dặn kinh nghiệm trong công việc. Chính vì vậy mà việc xây dựng đội, nhóm là một giải pháp để giải quyết một số vấn đề mang tính nội bộ của một tổ chức và có thể được thiết kế với một mục đích cụ thể để giải quyết các vấn đề khác nhau xảy ra trong giao tiếp, công việc, để giúp mọi người hiểu biết nhau, tương trợ nhau.

Teambuilding là nơi rèn luyện về mặt kỹ năng thông qua bằng hành động [1, 2-3]. Thay vì chỉ thu mình một chỗ, hay chỉ biết mỗi vai trò của mình, các thành viên trong đội trực tiếp tham gia vào các hoạt động, đa dạng hóa nội dung, đa vai trò, tương hỗ cho các thành viên khác. Bên cạnh đó, loại hình du lịch Teambuilding không chỉ là những chuyến trải nghiệm, mà thông qua chuyến đi và các hoạt động kèm theo, những thành viên tham gia còn học được những bài học thông qua những thông điệp được truyền tải của chương trình. Mỗi một chương trình được xây dựng khác nhau về số lượng, độ tuổi và nghề nghiệp của người tham gia cũng như thông điệp được nhận lại. Kết nối mọi người trong cùng một nhóm và phát triển kỹ năng làm việc nhóm. Đó cũng chính là cơ hội cho các nhà lãnh đạo nhìn nhận, đánh giá điểm mạnh của cá nhân và điểm yếu của nhân viên, nhưng trên hết, một chương trình Teambuilding là cách dễ nhất để liên kết các cá nhân vào một khối thống nhất.

Từ những nhận định trên, có thể thấy rằng, mức độ mong muốn mà Teambuilding mang lại là sự tận tâm của các thành viên đối với tổ chức, sự tâm huyết, kỹ năng liên tục được trao đổi và phát huy đúng lợi thế, đó chính là chìa khóa thành công, đạt được mục tiêu mong muốn.

Ngoài những lợi ích được nhấn mạnh, Teambuilding cũng có lợi thế như sau:

- Khuyến khích sự gắn kết với các thành viên.
- Được hình thành và trau dồi các kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức.
- Thúc đẩy sự đổi mới trong học tập, công tác mang tính tích cực.
- Được nuôi dưỡng sự lãnh đạo, khả năng thích ứng và sáng tạo.
- Kích thích giải quyết các vấn đề và tư duy chiến lược.

3. Teambuilding trong triển khai sản phẩm du lịch

Có nhiều dạng hoạt động riêng biệt, thích hợp, thay đổi tùy theo tình hình nhân sự, cũng như tùy thuộc vào mục đích của chuyến đi trong loại hình này. Đa phần các chương trình Teambuilding bao gồm 2 dạng dịch vụ cơ bản chủ yếu là Indoor và Outdoor, tức là hoạt động Teambuilding được triển khai trong nhà và ngoài trời. Với dạng Indoor games các thành viên của nhóm được hướng dẫn cách làm việc nhóm hiệu quả, cách điều hành nhóm, phối hợp giữa các thành viên một cách khoa học, thông qua những bài games nhỏ gắn với số lượng thành viên và quy mô của địa điểm thực hiện, dù sao, hoạt động Teambuilding indoor games bó hẹp hơn về mặt quy mô, và thậm chí cả hình thức phải thích hợp với điều kiện khách quan so với hoạt động còn lại. Với Outdoor games, các nhà tổ chức tạo dựng thành nhiều dạng bài tập thông qua những trò chơi vận động với luật mở, để các thành viên thực hiện các hoạt động theo yêu cầu của nhà tổ chức. Bố trí theo bố cục của chương trình hay cách triển khai các hoạt động thường được gắn liền với những điều kiện du lịch sẵn có như biển, hồ, núi đồi... Kết quả thực hiện được chưa phải là kết quả cuối cùng, mà là quá trình thực hiện. Nhà tổ chức sẽ quan sát cách thực hiện, sự phối hợp nhóm để đưa ra nhận xét, góp ý để nhóm cảm nhận được hiệu quả của sự chia sẻ, vai trò với từng thành viên, và quan trọng hơn là sự phối hợp cùng nhau.

Để lồng ghép chương trình du lịch kết hợp cùng hoạt động Teambuilding này, nhà tổ chức trên cơ sở nghiên cứu đối tượng tham gia chương trình, tâm lý của khách du lịch trải nghiệm chương trình, để xây dựng những hoạt động liên hoàn, có bố cục, thậm chí là kịch bản được dựng sẵn. Người tham gia từ xuất phát điểm thường e ngại, rụt rè sẽ được trải qua nhiều trạng thái như: **Forming** – quá trình hoạt động khi bắt đầu hình thành đội nhóm cho tới **Norming** – phân chia vị trí, thành phần; **Storming** – tăng cường tương tác giữa các thành viên nội bộ của các đội và cuối cùng là **Performing** – các đội đạt tới trạng thái gắn kết, hiểu nhau trong hoạt động tương tác và hợp nhóm [2, 6-12]. Hành trình của các đội sẽ liên tục được trải qua những thử thách, từ đó thể hiện và bộc lộ hết các tố chất, tăng cường tính cọ xát của mỗi đội.

Những hoạt động trong chương trình du lịch kết hợp Teambuilding, tác động đến sự biến đổi trạng thái của những người tham gia cả về lượng lẫn về chất [3,237] kết hợp yếu tố thực hành; tạo động lực; tạo nên sức mạnh cùng hướng đến mục tiêu của tập thể và doanh nghiệp [4, 7-36].

Vấn đề khoa học của loại hình này có thể làm phép so sánh thuật ngữ “team” và “group” về mức độ chính xác trong nghiên cứu. “Team” – “Đội”, trước hết là một nhóm người cộng tác và cùng hướng đến mục tiêu chung, mục tiêu chi phối các mục tiêu cá nhân, tất cả các thành viên đều phải chia sẻ về mặt trách nhiệm. Đội là tập hợp một số người với những kỹ năng bổ sung cho nhau vì mục đích, mục tiêu, phương thức làm việc chung và trên tinh thần tín nhiệm các đặc điểm chung đó. Nên, thực chất đây là một nhóm có tổ chức thống nhất, cùng làm việc và hướng tới mục đích chung và duy nhất, và giữa các thành viên tồn tại mối dây liên kết về trách nhiệm.

“Group” nghĩa là “Nhóm” như “nhóm máu”, “nhóm nhảy”, “nhóm nguyên tố”... được hiểu là những người có những mục đích cá nhân khác nhau tập hợp lại dựa trên một vài điểm chung, một vài lợi ích chung. Nhóm hoàn toàn có thể tiến hành cạnh tranh, ganh đua, không mang đậm tinh thần thống nhất, tính chất liên hiệp. Sự liên kết giữa các cá nhân trong nhóm là sự trùng hợp về lợi ích, không mang tính ràng buộc về trách nhiệm, tính chất đồng đội, lợi ích tập thể, nên sự cạnh tranh, ganh đua trong nhóm là hoàn toàn có thể.

Điểm khác biệt của “Team” nghĩa là “Đội” so với “Nhóm” là ở tính liên kết rất chặt chẽ, ràng buộc về mục đích chung và chia sẻ trách nhiệm [2, 6-12]. Như vậy, đặc trưng cơ bản của nhóm là sự quan tâm tới mục tiêu chung, mối liên hệ giữa các thành viên, khả năng làm việc với các thành viên khác.

Từ những nhận định trên, hoạt động Teambuilding có những đặc trưng trong hoạt động như sau:

- *Tính tự rèn luyện*: Teambuilding rèn luyện kỹ năng cho con người không phải trên lý thuyết mà người tham gia tự học qua quá trình trao đổi kinh nghiệm, qua nỗ lực của bản thân.
- *Tính tập thể*: Teambuilding là các hoạt động đòi hỏi sự tham gia của tập thể, yêu cầu cá nhân phải hợp tác với các thành viên còn lại trong đội để thực hiện những hoạt động có tính thách thức.
- *Tính ngoài công việc*: Teambuilding gồm các hoạt động ngoài công việc (mô phỏng đặc điểm, kỹ năng công việc, hoặc xây dựng các tình huống của công việc). Tính chất này không có nghĩa là chỉ phục vụ cho giải trí. Ngoài ra có những trường hợp hoạt động Teambuilding xây dựng lại chân thực những khó khăn của công việc thực tế để các thành viên có sự chuẩn bị tinh thần, làm quen, chuẩn bị các phương án và kinh nghiệm xử lý.
- *Tính chuyên nghiệp*: hoạt động này cần sự tham gia tổ chức hoặc cố vấn của nhà Teambuilding chuyên nghiệp, không chỉ đơn thuần là trò chơi, nó còn có chức năng đào tạo con người. Quá trình đào tạo ấy phức tạp, tùy thuộc vào mục đích và đặc điểm mà đội hướng tới. Một trong những đặc điểm chính là vị trí mà đội đó đang đứng trong “vòng đời” phát triển của nó. Mỗi giai đoạn khác nhau lại yêu cầu một cách tổ chức Teambuilding phù hợp nếu không kết quả sẽ đi ngược lại mong muốn. Chính vì những lý do đó mà sự tham gia của

nhà Teambuilding chuyên nghiệp là cần thiết để đảm bảo cho hoạt động Teambuilding đi đúng chương trình, đúng hướng.

Với áp lực công việc cùng nhịp sống ngày càng tăng cao, con người không thể tránh khỏi hiện tượng căng thẳng – stress càng trở nên phổ biến hơn. Một trong những hình thái hữu hiệu để giảm căng thẳng là thư giãn, cùng đồng nghiệp, bạn bè cùng tham gia những trò chơi nhóm, tập thể, cùng kết hợp du lịch ngắn ngày, cuối tuần tại một số điểm đến thu hút, có đủ điều kiện cho một sân chơi lớn. Loại hình này còn là một giải pháp nhân sự quan trọng, sự rèn luyện kỹ năng bằng hành động, tăng cường mối quan hệ giữa con người với nhau, giúp cá nhân hiểu được ưu nhược điểm của bản thân và hòa nhập với phương thức làm việc hiện đại.

Cũng chính vì điều này, loại hình du lịch kết hợp Teambuilding dần dần có một chỗ đứng trong lối định hình du lịch theo nhóm, tập thể, tiết kiệm được thời gian, chi phí hơn. Đây là loại hình kinh doanh du lịch mới trong khuôn khổ kinh doanh du lịch thuần túy tại Việt Nam trong những năm trở lại đây.

Tuy nhiên, để thực hiện thành công, cũng như tổ chức tốt các chương trình Teambuilding, thì ngoài tinh thần đồng đội, khả năng chỉ huy của trưởng nhóm, trong đó điều kiện tự nhiên tại các điểm du lịch góp phần làm nên thành công cho chương trình, để thấy rằng điểm diễn ra các chương trình Teambuilding cùng kết hợp nghỉ dưỡng là hết sức quan trọng, thuận tiện kết hợp cả hai vấn đề, nghỉ ngơi, thư giãn.

Các hoạt động tập thể này có thể được tổ chức ở tất cả mọi nơi như bãi biển, khu vực sông nước, núi non, sân chơi rộng... Những điểm tập trung phổ biến hiện nay được các công ty, đơn vị kinh doanh lữ hành thường xuyên lựa chọn như: Tuần Châu – Hạ Long (Quảng Ninh), khu du lịch (KDL) Sơn Tây – Ba Vì (Hà Nội), Flamingo Đại Lải, Hồ Đại Lải (Vĩnh Phúc), KDL Tràng An (Ninh Bình), Bản Lác (Mai Châu), Bãi biển Lăng Cô – Huế, Sơn Trà, điểm du lịch Bà Nà và các bãi biển Đà Nẵng, Hòn Tằm – Nha Trang, Mũi Né – Bình Thuận, Hồ Tràm – Bà Rịa – Vũng Tàu, Thác Giăng Đền – Đồng Nai... Để phát triển tốt loại hình du lịch vừa học vừa chơi một cách hiệu quả, cần nghiên cứu đúng việc tổ chức thực hiện các chương trình du lịch Teambuilding hiện nay, xác định được những điểm mạnh, điểm yếu của nó, đặc biệt là trong khâu thiết kế chương trình phong phú, phù hợp với từng đối tượng như học sinh – sinh viên, nhân viên trẻ các công ty, xí nghiệp, phù hợp từng độ tuổi. Tổ chức chương trình để có thể tìm ra những giải pháp cho việc phát triển loại hình này, và dần dần được người tiêu thụ sản phẩm du lịch, hay cảm thụ loại hình du lịch được rõ, và được ấn định trong tâm trí khách hàng. Loại hình du lịch Teambuilding này không chỉ cung cấp cho các công ty lữ hành những con người được đào tạo bài bản về du lịch cũng như nghiệp vụ ngành nghề mà còn có cả các cơ sở đào tạo du lịch.

3.1. Du lịch khi kết hợp cùng Teambuilding

Mỗi một chương trình đem lại những hiệu quả khác nhau, tùy thuộc vào mục đích của từng khách hàng. Tuy nhiên, Teambuilding đi kèm chương trình du lịch luôn đem lại hiệu quả cho doanh nghiệp, bởi mỗi cá nhân nhận thức và vận dụng các yếu tố “làm việc hiệu quả trong đội” từ những ảnh hưởng, tính lãnh đạo, được thể hiện vai trò cá nhân, làm việc có hệ thống, có kế hoạch và phối hợp nhịp nhàng với nhau, cho đến giao tiếp có hiệu quả và tạo mối quan hệ. Loại hình Teambuilding rất thích hợp với những công ty đang có sự thay đổi nhân viên, luân chuyển giữa các bộ phận, hoặc nội bộ như những tập đoàn lớn, những công ty đa quốc gia, những công ty có rất nhiều bộ phận.

Những chuyên gia về quản trị nhân sự nhận định rằng, các hình thức của Teambuilding luôn đem lại sự thay đổi toàn diện và tạo môi trường chung giúp mọi người làm việc một cách có hiệu quả nhất [4, 70-90]. Trong các chương trình du lịch thiết kế cho Teambuilding luôn nhấn mạnh đến các mặt của con người trong lao động, sản xuất, học tập, trao đổi kỹ năng đồng đội, giúp các nhà doanh nghiệp xây dựng môi trường văn hóa cho mình thông qua yếu tố con người.

Mặt khác, du lịch khi kết hợp cùng Teambuilding luôn có những tác động tích cực cho người tham gia, đem lại ý nghĩa sau mỗi một chương trình được đầu tư, được xây dựng trên những yếu tố đã phân tích là:

- Việc giao tiếp với nhau có hiệu quả cao hơn giữa những nhân viên không cùng một bộ phận trong công ty, hoặc những người cùng một đơn vị, cùng chung bộ phận nhưng ít có dịp hợp tác làm việc chung với nhau.
- Huấn luyện cho một trưởng nhóm điều hành (Team leader) thông qua những công việc như hoạch định, xây dựng kế hoạch, tổ chức, phân công trách nhiệm công việc, bố trí, sắp xếp các thành viên và tài nguyên hợp lý để đưa đội nhóm đạt được mục tiêu cuối cùng.
- Dựa vào sức mạnh của đồng đội để sáng tạo hướng giải quyết vấn đề nhanh, logic.
- Thấy được rõ tính cách và khả năng xử lý tình huống của mỗi cá nhân trong nhóm, bộc lộ những điểm mạnh, điểm yếu của từng người để phối hợp với nhau làm việc tốt hơn.
- Cùng cố, xây dựng được tinh thần đoàn kết, niềm tin lẫn nhau, tính cạnh tranh lành mạnh giữa các đội nhóm với nhau, cùng hướng đến sự thành công của doanh nghiệp.
- Tạo ra bầu không khí thoải mái, thư giãn, giảm căng thẳng sau nhiều giờ làm việc...

Bên cạnh đó, những thành viên sau khi cùng tham gia hoạt động du lịch kết hợp Teambuilding sẽ có một nguồn động lực tinh thần rất lớn, đồng thời nhận thức rõ ràng hơn về hoạt động này, vì Teambuilding luôn diễn ra ở bất cứ nơi nào và sự cần thiết của Teambuilding trong cuộc sống thường ngày cũng như công việc. Đồng thời, không chỉ đơn thuần là Teambuilding, đó còn là một sản phẩm du lịch kết hợp Teambuilding đem lại một môi trường, không khí thực sự thoải mái cho du khách, và du khách là những người cùng trải nghiệm ở những địa hình, địa điểm, những nơi có danh lam thắng cảnh nổi tiếng mà chương trình du lịch kết hợp Teambuilding tổ chức. Không những thế, hình thức du lịch kết hợp Teambuilding còn là một hình thức giải trí hết sức hiệu quả và bổ ích đối với các cá nhân tham gia loại hình này, làm thay đổi cách nhìn đơn giản của hoạt động du lịch là chỉ đi và ngắm.

3.2. Giá trị sản phẩm du lịch Teambuilding mang lại

Với tính chất đặc thù của loại hình này là phụ thuộc rất lớn vào điều kiện tự nhiên, yếu tố ngoại cảnh như: điều kiện về thời tiết, khí hậu, cảnh quan, yếu tố về địa hình, dòng nước, thời gian nắng, lượng gió, hệ động thực vật... đều là những yếu tố có khả năng tổ chức hoạt động giải trí theo mùa. Ngoài ra, những vùng được phân ra hai mùa rõ rệt, thì yếu tố còn lại để tổ chức cho hoạt động Teambuilding thường là trong nhà (hay thường gọi là hoạt động Team-building indoor games).

Nên, sản phẩm du lịch khai thác hoạt động đội nhóm đã trở thành một phần không thể thiếu trong nhiều hành trình, tour du lịch. Những minh họa nổi bật nhất cho những điều này được thể hiện ở những lý do:

Thứ nhất, các tour du lịch thuần túy kết hợp thư giãn ở các khu nghỉ dưỡng khác nhau đang dần trở nên đơn điệu, bình thường, có thể nói là nhàm chán vì thiếu kết nối với các thành viên trong nhóm. Khách du lịch dần mệt mỏi với việc đi theo nhiều điểm tham quan rập khuôn và chán ngán với các loại hình dịch vụ tại các công viên sinh thái và khu nghỉ dưỡng. Hơn nữa, khách du lịch luôn mong đợi các tour du lịch có thể cung cấp cho khách du lịch không chỉ các lĩnh vực dịch vụ chất lượng cao mà còn có sự gắn kết độc đáo và ấn tượng với tất cả các thành viên của nhóm.

Thứ hai, là một nhà lãnh đạo của các tổ chức kinh doanh, những CEO của mỗi công ty, đơn vị luôn mong muốn kết nối tất cả các nhân viên trong tổ chức và xây dựng văn hóa kinh doanh với mục đích cải thiện các kỹ năng cần thiết, sáng tạo và tư duy logic của mỗi thành viên. Do đó, du lịch Teambuilding là một chọn lựa đúng của các doanh nghiệp có nhu cầu trong cuộc sống hiện đại.

Thứ ba, sự đa dạng về địa điểm và thời gian tổ chức đã trở thành một lợi thế nổi bật của việc tổ chức các hoạt động xây dựng đội, nhóm. Nếu các tour du lịch truyền thống thường phân khúc theo

từng giai đoạn cụ thể như: mùa du lịch lễ hội (3 tháng đầu năm), tour du lịch mùa hè, kinh doanh du lịch trong nước, thì hoạt động teamgroup này không bị giới hạn về không gian và thời gian. Do đó, nhiều doanh nghiệp có thể quyết định thời gian và địa điểm phù hợp để tổ chức chương trình Teambuilding (tại khu nghỉ dưỡng, công viên sinh thái, khu dã ngoại, địa điểm miền núi, biển, hồ...) cho các doanh nghiệp đi kết hợp các hoạt động Teambuilding để chọn các gói xây dựng phù hợp nhất cho doanh nghiệp.

Từ đó tạo được giá trị riêng, trong sản phẩm đặc thù, thì việc xác lập mô hình cho hoạt động Teambuilding trở thành một loại hình sản phẩm du lịch theo từng cấp độ [5, 244]:

- *Sản phẩm cốt lõi*: xác định những gì cần thiết nhất để đáp ứng nhu cầu của khách hàng và cạnh tranh trong thị trường sản phẩm cùng loại. Loại hình du lịch kết hợp Teambuilding có thời gian từ nửa ngày đến vài ngày với những chương trình quy mô và đòi hỏi cao về chất lượng, nhưng vẫn đáp ứng được những nhu cầu cơ bản về lưu trú và ăn uống cho người chơi.
- *Sản phẩm mong đợi*: sản phẩm du lịch kết hợp Teambuilding không hoàn toàn khác so với sản phẩm du lịch thuần túy. Nó vẫn bao gồm những điểm đến hấp dẫn, những cảnh quan mà khách được trải nghiệm tại chỗ. Nó không chỉ đem lại những cảm giác thú vị, hấp dẫn, kỳ lạ cho khách lần đầu được trải nghiệm mà còn giúp đơn vị tổ chức nhận thấy rõ những vấn đề trong khâu tổ chức, giúp cho những cá nhân tham gia hiểu rõ hơn cũng như học hỏi được nhiều điều thú vị khi được tham gia vào hoạt động Teambuilding.
- *Sản phẩm hoàn thiện*: sản phẩm này sẽ cung cấp những tính năng của dịch vụ, lợi ích vượt quá sự mong đợi thông thường của khách hàng, giúp cho sản phẩm dịch vụ có sự khác biệt hay độc đáo hơn so với các sản phẩm khác. Mỗi một chương trình du lịch kết hợp Teambuilding sẽ có những lời dẫn giới thiệu cho chương trình, qua đó tác động đến một phần tâm lý của du khách ngay khi chương trình bắt đầu khởi động.
- *Sản phẩm tiềm năng*: sản phẩm này thực sự là một sản phẩm tiềm năng nó có khả năng đem lại doanh thu vượt bậc cho doanh nghiệp. Khả năng phát triển sản phẩm phù hợp với tiêu dùng trong tương lai chứ không chỉ phù hợp với tiêu dùng hiện tại.

3.3. Một vài chương trình Teambuilding kết hợp du lịch tại điểm đến

❖ Vượt xe tăng trên cát

Nội dung: các đội chơi 6 người chia làm 2 đội nhỏ, mỗi đội được cấp 4 miếng ván gỗ, làm quai đeo chân cho các thành viên đeo chân vào đó.

Yêu cầu: các thành viên phải biết phối hợp làm sao cho 6 cái chân của 3 người có cự ly vừa đủ với 3 người, nếu cự ly quá dài sẽ làm cho những bạn có chân ngắn hơn khó có thể theo kịp, điều này dẫn đến cả đội sẽ ngã, đứt đoạn, chặng đường các bạn phải vượt qua là phải lên dốc cát khoảng 5m và quay lại để hoàn thành nhiệm vụ. Đội nào bị ngã hoặc về chậm hơn các đội khác sẽ bị trừ điểm. Trò chơi này đòi hỏi không chỉ tinh thần đồng đội, sự khéo léo mà còn cả trí tuệ, sự nhanh nhẹn của thành viên để đưa cả đội dành chiến thắng. Sau khi các đội chơi đã vượt qua tất cả những thử thách trên, mỗi đội đều sẽ được nhận được 1 bức mật thư và nhiệm vụ tiếp theo trong cuộc hành trình.

❖ Hiểu ý đồng đội

Yêu cầu của trò chơi Teambuilding này không khó nhưng đòi hỏi các thành viên phải thực sự phối hợp với nhau ăn ý thông qua các hoạt động trên. Nội dung: bằng việc cử ra hai bạn 1 bạn bịt mắt cầm cây kéo và 1 bạn ngậm 1 sợi dây buột cái thìa phía dưới, các thành viên còn lại của đội hướng dẫn làm sao cho bạn bịt mắt có thể hiểu ý và cắt đứt được sợi dây đó. Yêu cầu: mỗi đội chỉ được cắt 1 lần duy nhất, nếu đội nào cắt trượt sẽ thua.

Các trò chơi Teambuilding trên biển sẽ thực sự thú vị khi kết thúc những trò chơi này các thành viên có thể lưu giữ những khoảnh khắc tuyệt vời nhất của mình. Và mỗi người có thể tự bỏ đi nguyên tắc của cá nhân sang một bên để tất cả các thành viên hòa vào làm một.

KỊCH BẢN TEAMBUILDING
"Đấu Xưa Con Đường Từ Lúa"

I. Thời Gian : 9h00 đến 16h30
 II. Địa Điểm : Hội An
 III. Số Lượng : 65 khách chia làm 5 đội
 IV. Nội Dung

08h00 xuất phát tại KS

- Trên xe : HNV dẫn nhập nội dung và chia sẻ một số kỹ năng cần thiết trước khi bước vào chương trình

09h00 tập kết tại làng rau Trà Quế

- HNV warm up (chia đội, thiết kế cờ logo)
- Các đội cử thành viên nhận xe đạp vào chợ Hội An tìm mua một số vật dụng cần thiết. Các thành viên còn lại ở nhà tham gia các game.

- GAME 1: " Thu Hoạch Vụ Mùa "
- GAME 2: " Điền Thủy Tái Canh "

11h15: Các đội tập trung về lại nhà hàng ngay tại làng rau Trà Quế. Với các vật dụng mà các đội đã mua được ở chợ Hội An và số rau thu hoạch được cùng với sự hướng dẫn của đầu bếp chuyên nghiệp tại nhà hàng, các đội được tìm hiểu và trở tài tay chế biến các món đặc sản của hội an như : Cao lầu, Tam Hôu, Hoàng thành, bánh hồng trắng, bánh khoai nướng, vv...

- BTC chấm điểm các món ăn và khả năng phân chia công việc của các đội.

12h15: Các đội dùng cơm trưa và nghỉ ngơi tại nhà hàng

14h00 : Các đội giải mật thư và di chuyển bằng xe đạp vào phố cổ Hội An

Trạm 1: Tại Hội Quán Phước Kiến
 Trạm 2: Tại công viên tượng đài Ka-Zik
 Trạm 3: Tại nhà cổ Phước An
 Trạm 4: Tại Chùa Cầu

- Các đội hoàn thành các thử thách và nhận đủ 5 tấm bảng đồ, 3 đội lần lượt ghép 15 tấm bảng đồ tìm được để biết bí mật ẩn giấu sau THỦY QUÁI MAMAZU
 - o HNV tổng kết, các đội chụp hình lưu niệm

16h00: Các đội lên ôtô di chuyển về lại v.v tri xuất phát

- o Chào tạm biệt - Bèo gặp lại!

The End

Hình 1: Teambuilding trong triển khai sản phẩm du lịch

Ngoài ra, Teambuilding không chỉ là những hoạt động vui chơi giải trí nằm bên ngoài khu văn phòng, mà còn có thể được tổ chức được ngay bên trong văn phòng, hoặc hội trường, hay nhà thi đấu.

❖ Hòa nhập – hòa tan

Là một hoạt động thú vị nghiêng về tính chất vui chơi, vận động, rất phù hợp để tổ chức ở văn phòng hàng ngày vì chúng ta phải thường xuyên ngồi làm việc quá lâu và ở một tư thế.

Số lượng người chơi: 20 - 50 thành viên.

Dụng cụ hỗ trợ: 1 chiếc loa.

Nội dung: sắp xếp các thành viên trong nhóm đứng thành vòng tròn. Khi đội hình đã ổn định, người điều khiển trò chơi bắt đầu hô. Các thành viên phải tạo thành một nhóm có số người bằng với số người điều khiển vừa đọc. Yêu cầu: những ai không tạo được thành một nhóm sẽ bị loại, hoặc những nhóm có nhiều hơn số lượng yêu cầu cũng sẽ bị loại. Thành viên bị loại sẽ ngồi ở giữa vòng tròn.

Một cách chơi khá thú vị khác của trò chơi này đó là bạn sẽ chia nhóm không theo số thành viên mà theo đặc tính giống nhau như: tuổi tác, nơi ở, cỡ giày, sở thích, chữ cái đầu tiên của tên gọi...

❖ Ai làm vua

Đây là một trò chơi vui nhộn mang tính giải trí cao. Trò chơi thiết kế trong nhà và người chơi có nhiều cơ hội thể hiện biệt tài.

Số lượng người chơi: tùy ý.

Dụng cụ hỗ trợ: giấy để làm phiếu bốc thăm.

Nội dung: đầu tiên chia các thành viên thành 2 đội chơi. Sau đó, chuẩn bị số lượng lá phiếu bằng số lượng tất cả các thành viên tham gia, trong đó có 2 phiếu ghi chữ VUA ở bên trong, còn lại bỏ trống. Tiếp theo, người điều khiển chương trình để thành viên của mỗi đội lần lượt bốc thăm. Ai bốc được phiếu ghi chữ VUA thì sẽ trở thành vua của mỗi đội.

Mỗi ông VUA đến từ 2 đội sẽ được hành hạ các thuộc hạ của đội đối phương đến khi đội đối phương không chịu nhận lời thách đấu và nhận thua cuộc.

Như vậy, mục tiêu của du lịch Teambuilding về cơ bản bao gồm:

- Tạo động lực để cá nhân phát huy khả năng sáng tạo.
- Phá vỡ bức tường vô hình ngăn cách giữa các thành viên trong đội.
- Khẳng định được tầm quan trọng của làm việc nhóm.
- Xây dựng được lòng tin và có thể hỗ trợ lẫn nhau.
- Giúp tìm ra những khó khăn tiềm ẩn của nhóm.
- Tạo ra nguồn sinh lực cho các thành viên khi tham gia nhóm.
- Tăng cường sự nhận thức của các thành viên về việc thay đổi chính mình để ngày càng tốt hơn, hoàn thiện hơn.

Dưới đây là một vài hình ảnh mà tác giả đã tham gia trong khâu xây dựng; thực hiện và chụp ảnh chương trình Teambuilding cho các đơn vị: Japanese High School in Ha Noi (JHS); 1.200 nhân viên khu nghỉ dưỡng Intercontinental - DaNang Peninsula và Teambuilding cho CEO của hệ thống METRO (nay là MEGA) toàn Việt Nam.



Hình 2



Hình 3

Hình 2, 3: Giá trị sản phẩm Teambuilding mang lại
(Game outdoor “We are the Champion” cho các CEO hệ thống METRO (nay là MEGA) tại Đà Nẵng)



Hình 4



Hình 5

Hình 4, 5: giá trị sản phẩm Teambuilding mang lại

(Teambuilding “Gắn Kết Đồng Đội” tại làng rau Trà Quế - Hội An – Quảng Nam cho 1,200 nhân viên khu nghỉ dưỡng Intercontinental – Đà Nẵng Peninsula)



Hình 6: Teambuilding trong triển khai sản phẩm du lịch

(Teambuilding “Sức mạnh tinh thần” tại biển Mỹ Khê – Đà Nẵng cho 50 học sinh trường JHS - Hà Nội)

4. Kết luận

Có thể nói, nhu cầu về du lịch kết hợp loại hình Teambuilding ngày nay đang dần trở nên phổ biến và phát triển hơn. Riêng với nhu cầu du lịch này, cũng như lượng du khách đến du lịch tại một điểm đến bất kỳ ngày một tăng; theo số liệu thống kê của Tổng cục du lịch trong 6 tháng của năm 2019, lượng khách ước đạt 8.480.993 lượt khách, tăng 7,5% so với cùng kỳ năm 2018. Cộng thêm vào đó là tình trạng “cháy tour” của các chương trình du lịch của các hãng, công ty lữ hành vào các dịp lễ

lớn, dịp lễ nghỉ ngắn ngày... Ngoài ra nhận thức về Teambuilding thấu đáo và ngày càng được đề cao trong cuộc sống, trong công việc.

Do vậy, cần phải có một đội ngũ chuyên nghiên cứu về những games và cấu trúc của các chương trình, kịch bản, địa điểm mang tính hấp dẫn, tính sáng tạo để tạo nên những sản phẩm khác biệt, tạo dấu ấn thương hiệu cho doanh nghiệp, đơn vị trong lĩnh vực kinh doanh loại hình Teambuilding này.

Quan hệ với các tổ chức MICE, chuyên huấn luyện Teambuilding, tham khảo những mô hình sản phẩm của tổ chức này, hoặc có thể lấy thông tin từ các đối thủ khác. Mô hình sản phẩm Teambuilding cũng như các chương trình du lịch khác, là những mô hình rất dễ bị sao chép, nhưng với đội ngũ nhân viên am hiểu về Teambuilding có thể tư vấn và viết những kịch bản mang tính hỗ trợ doanh nghiệp, hoặc PR hình ảnh của doanh nghiệp.

Teambuilding là một sản phẩm du lịch hết sức tiềm năng, và nếu song hành cùng với những sản phẩm khác của doanh nghiệp lữ hành, có thể khai thác một cách triệt để, lợi nhuận đem lại là hoàn toàn không nhỏ. Đây cũng là một sản phẩm mang tính chiến lược của các công ty làm phong phú thêm các loại hình sản phẩm của doanh nghiệp.

Thị trường khách du lịch Teambuilding đang có xu hướng ngày càng mở rộng, kỹ năng làm việc nhóm như các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và nhiều doanh nghiệp trong nước cũng quan tâm đến vấn đề này. Để khai thác loại hình du lịch giáo dục “vừa học vừa chơi này” cần có sự phối hợp và chuẩn bị thật kỹ giữa nhiều đơn vị để hiện thực hóa sản phẩm du lịch Teambuilding đến với nhiều đối tượng, nhiều du khách trong và ngoài nước./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Miller, Brian, Cole, More Quick Team-Building Activities for Busy Managers, *American Management Association (New York, NY)*, **171**:2-3,2006.
- [2] James C. Collins, Jerry I. Porras, Building Your Company's Vision, *Harvard Business Review*, , 6-12,1996.
- [3] Patric M. Lencioni, The five dysfunctions of a team, 2nd edition, *Journal Title*, Published by Jossey-Bass A Wiley Imprint, **237**, 2014.
- [4] Lê Thị Ngọc Quý, Tìm hiểu hoạt động Teambuilding trong ngành du lịch, *Khóa luận tốt nghiệp, Đại học KHXHNV – Đại học Quốc gia Hà Nội*, **120**:7-36, 70-90, 2016.
- [5] John Newstron, Edward Scannell. The big book of Teambuilding games. *1st Edition*, Published by McGraw-Hill Publishing Company, England, 244, 2010.

TEAMBUILDING - TRAVEL CONNECTION

Đinh Thi Tra Nhi

Department of Tourism and Hospitality, HUFLIT

dinhtranhi@hufliit.edu.vn

Abstract: the purpose of the research to highlight the obvious benefits of team-building activities, intensified by the use of a wide variety of indoor and outdoor leisure and entertainment activities, incentives, competitions, and challenges with the major purpose of increasing team effectiveness. The method of interpersonal linking into a team that focuses on building specific skills for members of a team or a group, as well as how to develop an action plan. Being positive through this activity is bringing real emotions to the team members when interacting with each other, helping them to solve their conflicts, their goals, and increase team performance as well. Building a good team through Teambuilding programs combined with practice – assessment – training, is an essential human resource problem for business, along with the contribution of members who create more positive for

their team/group. At the same time, participants gain greater confidence in the group members, greater satisfaction in being part of the group, and greater confidence that the group will achieve its goals.

Keywords: *team-building tour, indoor, outdoor, teamwork skills.*



ThS. **Đinh Thị Trà Nhi**, sinh ngày 17/10/ 1979. Tốt nghiệp Cử nhân ngành Kinh tế du lịch năm 2001. Nhận học vị Thạc sĩ ngành Du lịch tại Đại học KHXHNV (Đại học Quốc gia Hà Nội) năm 2011. Hiện là Giảng viên cơ hữu khoa Du lịch – Khách sạn tại Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. HCM (HUFLIT). Tác giả đã tham gia những công trình nghiên cứu du lịch của Viện nghiên cứu và phát triển du lịch, du lịch tàu biển của Đại học Duy Tân và những vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh lữ hành, lưu trú du lịch. Tác giả đang nghiên cứu về lĩnh vực hoạt động “Kinh tế Đêm” đầu ra cho du lịch và du lịch nông nghiệp chuỗi giá trị du lịch ngày nay.