LỜI CẢM ƠN

Luận văn là công trình thể hiện sự nghiên cứu, nỗ lực hết sức nghiêm túc của tác giả với mong muốn chia sẻ hiểu biết, học hỏi, nâng cao nhận thức về chuyên đề.

Luận văn được hoàn thành với sự hướng dẫn tận tình của thầy giáo hướng dẫn Vũ Mạnh Hà cùng những ý kiến đóng góp quý báu của các thầy cô giáo trong bộ môn và các bạn học đã chia sẻ, củng cố kiến thức giúp tôi hoàn thành khóa luận trong điều kiện thuận lợi.

Xin chân thành cảm ơn thầy cô và các bạn – những người đã chia sẻ, định hướng giúp tôi trong suốt quá trình thực hiện nghiên cứu này.

Ước mong thầy cô mạnh khỏe và thành công!

Hải Phòng, ngày 01/06/2010.

Sinh viên

Nguyễn Thị Nam

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU 3
1. Lý do chọn đề tài: 3
2. Ý nghĩa của đề tài. 3
3. Đối tượng nghiên cứu. 4
4. Phạm vi nghiên cứu. 4
5. Mục đích nghiên cứu. 4
6. Phương pháp nghiên cứu. 5
7. Lịch sử nghiên cứu vấn đề. 5

PHẦN NỘI DUNG 7
CHƯƠNG I: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING VÀ HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING TRONG DU LỊCH. 7
1. Khái niệm thuật ngữ teambuilding (khái niệm chung, phân tích nội hàm, so sánh với các khái niệm tương đồng). 7
1.1. Khái niệm chung: 7
1.2. Phân tích, so sánh nội hàm khái niệm teambuilding và các khái niệm gần nghĩa. 8
2. Đặc trưng, chức năng của hoạt động Teambuilding. 10
2. Đặc trưng, chức năng của hoạt động Teambuilding. 11
2.1. Đặc trưng của hoạt động Teambuilding. 11
2.2. Vai trò của hoạt động Teambuilding. 11
2.3. Chức năng của hoạt động Teambuilding. 13
3. Quá trình hình thành và phát triển của hoạt động teambuilding. 14
4. Lý luận chung về hoạt động teambuilding trong du lịch. 18
4.1. Mối liên hệ giữa chức năng của hoạt động teambuilding và những đặc thù của hoạt động du lịch. 18
4.2. So sánh giữa hoạt động teambuilding thông thường và hoạt động teambuilding trong du lịch. 18
4.3. Các loại hình hoạt động teambuilding trong du lịch và các kỹ năng tổ chức, ứng dụng hoạt động trong du lịch. 19
4.3.1. Một số khái niệm, phân loại và đặc điểm hoạt động du lịch: 19
4.3.2. Các loại hình teambuilding trong du lịch được tác giả phân chia một cách tương đối theo các tiêu chí sau: 24
4.3.3. Các kỹ năng tổ chức, ứng dụng hoạt động trong du lịch: 27
TIỂU KẾT CHƯƠNG I 29

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG KHAI THÁC HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING CỦA SINH VIÊN NGÀNH DU LỊCH TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG. 30

1. Giới thiệu chung về trường Đại học dân lập Hải Phòng và khoa Văn hóa - du lịch của trường..... 30
2. Loại hình teambuilding du lịch được ứng dụng đào tạo tại Bộ môn văn hóa – du lịch và thực tế khai thác của sinh viên trường ĐHDL Hải Phòng. 33
2.1. Teambuilding trong hoạt động du lịch và dã ngoại nói chung. 33
2.2. Bước đầu tiếp cận của sinh viên ngành Du lịch về hoạt động Teambuilding thông qua các loại hình đào tạo của trường. 34
2.2.1. Hoạt động Teambuilding qua các môn học trên lớp. 38
2.2.2. Hoạt động Teambuilding qua các chuyến thực tế. 44
2.2.3. Tác dụng của hoạt động Teambuiding đối với sinh viên ngành Du lịch. 49
TIỂU KẾT CHƯƠNG II 54

CHƯƠNG III. MỘT SỐ NHẬN ĐỊNH VÀ KHUYẾN NGHỊ. 55
1. Một số nhận định. 55
2. Một số khuyến nghị. 56
2.1. Sớm đưa lý luận về hoạt động Teambuilding vào chương trình giảng dạy cho sinh viên ngành Văn hóa du lịch; hoặc ít nhất đưa vào chương trình thảo luận ngoài khóa, vì: 56
2.2. Sớm đưa nhiều hoạt động Teambuilding vào các chương trình dã ngoại của sinh viên. 57
2.3. Sinh viên ngành Du lịch nên thực tập tại các công ty lữ hành hoạt động về lĩnh vực Teambuilding tour. 58
2.3. Sinh viên ngành Du lịch nên thực tập tại các công ty lữ hành hoạt động về lĩnh vực Teambuilding tour. 59
KẾT LUẬN 60
TÀI LỆU THAM KHẢO
HÌNH ẢNH MINH HỌA

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

"Từ một hiện tượng xã hội, du lịch đã trở thành một ngành kinh tế, hay đúng hơn, nó đã trở thành một ngành kinh tế dịch vụ mang tính xã hội sâu sắc"[1].

Sự tồn tại đồng thời của hai đặt tính: Kinh tế và xã hội, xét một cách tổng quan, vừa đặt ra yêu cầu, vừa là động lực cho quá trình phát triển của ngành du lịch. Sự tăng lên cả về chiều rộng và chiều sâu nhu cầu xã hội đã gợi mở những hướng khai thác mới cho ngành kinh tế vốn rất nhạy bén này. Sự kết hợp giữa hoạt động Teambuilding (xây dựng đội) và du lịch xuất hiện trong những năm gần đây là một hướng khai thác mới đang rất được lưu tâm.

Teambuilding tạo nên một sắc diện mới cho du lịch, đem đến những loại hình mới đầy mầu sắc cho hoạt động du lịch. Teambuilding còn mới mẻ đối với thị trường du lịch Việt Nam và thực tế trong quá trình kết hợp vẫn còn những vấn đề cần điều chỉnh để đạt tới "độ chuẩn" của hoạt động này, nhìn nhận hoạt động với giá trị, ý nghĩa đích thực của nó.

Là sinh viên ngành Du lịch, tác giả nhận thấy nó rất cần thiết cho công việc sau này, và cũng đặc biệt bị thu hút bởi sự kết hợp giữa hoạt động Teambuilding với ngành du lịch. Tác giả mong muốn nghiên cứu chuyên sâu về hoạt động kết hợp đầy ý nghĩa văn hóa và xã hội này nên đã quyết định chọn đề tài: ***"Tìm hiểu hoạt động Teambuilding của sinh viên ngành Văn hóa du lịch trường Đại học dân lập Hải Phòng".***

[1]PGS.TS Trần Đức Thanh, *Quan điểm mới về du lịch và du lịch học*, Kỷ yếu hội thảo nghiên cứu và đào tạo du lịch ở Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế, 05/2007, Tr 169.

2. Ý nghĩa của đề tài.

- Ý nghĩa khoa học: Nghiên cứu đã tổng hợp và phát biểu rõ ràng hơn cơ sở lý luận về hoạt động Teambuilding, đưa ra quan điểm tiếp cận của tác giả về hoạt động Teambuilding của sinh viên ngành Du lịch, từ đó góp phần bổ sung cơ sở lý luận về hoạt động Teambuilding trong du lịch.

- Ý nghĩa thực tiễn: Đề tài góp phần nhận thức, cung cấp cứ luận về các loại hình Teambuilding trong du lịch cho Ngành học du lịch, các nhà quản lý, nhà kinh doanh du lịch trong xây dựng và đa dạng hóa sản phẩm. Nghiên cứu cũng giúp ích phần nào cho tác giả thực hiện các đề tài liên quan.

3. Đối tượng nghiên cứu.

+ Hoạt động teabuilding nói chung;

+ Hoạt động teambuiding trong du lịch;

+ Nghiên cứu thực tế ứng dụng hoạt động này tại Bộ môn văn hóa du lịch: Trong hoạt động giảng dạy và quá trình thực tế của sinh viên.

4. Phạm vi nghiên cứu.

+ Nội dung nghiên cứu đi sâu vào loại hình teambuilding trong du lịch, thông qua việc tập trung đi sâu phân tích quá trình ứng dụng thực tiễn hoạt động Teambuilding tại Ngành Văn hóa – du lịch của trường đại học dân lập Hải Phòng.

+ Thời gian nghiên cứu: Nghiên cứu được tiến hành trong khoảng thời gian từ năm 2008-2010, trong thời gian thực tập của tác giả với quá trình trải nghiệm thực tiễn và liên hệ thực tế sâu sắc nhằm đóng góp một góc nhìn xây dựng đối với hoạt động Teambuiding du lịch.

5. Mục đích nghiên cứu.

+ Phân tích làm rõ loại hình hoạt động Teambuiding thông thường và Teambuiding trong du lịch.

+ Nêu bật các đặc điểm, quy trình kết hợp Teambuiding trong du lịch, soi chiếu và thực tế thông qua hoạt động giảng dạy nghiên cứu và ứng dụng của Ngành văn hóa du lịch trường Đại học Dân lập Hải Phòng, từ đó nhận ra các vấn đề còn tồn tại để đưa ra giải pháp và khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả, chất lượng hoạt động.

6. Phương pháp nghiên cứu.

- Phương pháp thu thập và xử lý thông tin:

Phân tích tài liệu: Nhằm kế thừa những nghiên cứu và tri thức đã có. Tác giả đã tiến hành tìm hiểu, phân loại và đánh giá những công bố liên quan đến hoạt động Teambuilding và Teambuilding trong du lịch.

- So sánh, đối chiếu: lập bảng so sánh với hệ thống tiêu chí cụ thể nhằm tạo cơ sở khoa học và mức độ tin cậy cho các đánh giá.

- Quan sát, tham thực hiện phương pháp này qua hoạt động giảng dạy của giáo viên trên lớp, các chuyến thực tế của tác giả. Phương pháp này giúp tác giả rút ra nhận định bước đầu về việc khai thác hoạt động Teambuilding trong du lịch của sinh viên.

7. Lịch sử nghiên cứu vấn đề.

Trong quá trình tìm hiểu và thu thập thông tin của mình, tác giả đã xác định được những công trình khác nhau cùng nghiên cứu về vấn đề này. Do hạn chế về khả năng nên sự thiếu sót là không thể tránh khỏi. Các tài liệu tác giả tìm được chủ yếu thuộc thể loại sách. Tác giả cũng đã mở rộng phạm vi tìm kiếm và tham khảo trên internet.

Bảng 1.1. *Các công trình nghiên cứu về hoạt động Teambuilding và Teambuilding trong du lịch.*

Stt	Tài liệu	Tác giả	Nội dung chính
1	The big book of Teambuilding games.	John Newstron & Edward Scannell	Các hoạt động xây dựng đội, các bài tập và các hoạt động đội có tính vui vẻ khác…
2	The five dysfunctions of a team	Patrict M.Lencioni	Tập trung vào 5 lĩnh vực chính: không tin tưởng, xung đột, thiếu các cam kết, tránh né trách nhiệm, không đạt kết quả.
3	Khóa luận tốt nghiệp: "Tìm hiểu hoạt động Teambuilding trong du lịch".	Lê Thị Ngọc Quý (trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn).	Cơ sở khoa học về hoạt động Teambuilding và Teambuilding du lịch.

8. Bố cục đề tài nghiên cứu.

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và tài liệu tham khảo, phần nội dung nghiên cứu bao gồm 3 chương:

Chương I: Một số vấn đề lý luận chung về hoạt động Teambuilding và hoạt động Teambuilding trong du lịch.

Chương II: Thực trạng khai thác hoạt động teambuilding của sinh viên ngành du lịch trường Đại học Dân lập Hải Phòng.

Chương III: Một số nhận định và giải pháp cơ bản.

PHẦN NỘI DUNG

CHƯƠNG I: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING VÀ HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING TRONG DU LỊCH.

1. Khái niệm thuật ngữ teambuilding (khái niệm chung, phân tích nội hàm, so sánh với các khái niệm tương đồng).

1.1. Khái niệm chung:

Cách cơ bản và dễ hiểu nhất về khái niệm Team-Building: "Team-Building là một loạt các hình thức sinh hoạt tập thể dùng làm cầu nối mang mọi người đến gần nhau để cùng đạt được mục tiêu chung cao hơn".

Team building (Xây dựng nhóm) là thuật ngữ đề cập đến việc lựa chọn, phát triển hướng đến kết quả chung của toàn đội (một nhóm người) thông qua các hoạt động thực hành như tham gia các trò chơi năng động; là giải pháp xây dựng và phát triển đội nhóm. Nó kết hợp vừa lý thuyết - thực hành - đánh giá - đào tạo và tạo động lực, nhằm liên kết và phát triển nhóm... Đồng thời khơi dậy động lực và niềm tự hào trong mỗi thành viên trong nhóm cùng hướng đến mục đích chung.

Team building có nhiều dạng hoạt động riêng biệt, thích hợp và thay đổi tuỳ theo từng tình hình nhân sự. Đa phần các chương trình teambuilding đều mang những màu sắc, tên gọi, hay những cách thức hoạt động khác nhau, tuy nhiên cùng mong muốn mang đến một mục đích là sự đoàn kết, thống nhất trong tinh thần làm việc, giao tiếp giữa các thành viên trong một khối.

Chương trình Team-Building tuỳ vào thời lượng và mục tiêu ban đầu mà

gồm nhiều phần khác nhau. Thông thường một chương trình Teambuilding thường gồm 4 phần chính: giới thiệu, hoà nhập, tăng lực, tổng kết.

Mỗi phần của chương trình sẽ gồm nhiều trò chơi được thiết kế dành riêng cho các vấn đề khác nhau và gắn kết hoàn toàn với những gì đang diễn ra và gợi ý cho cách giải quyết thông qua việc các cá nhân tham gia vào các trò chơi.

1.2. Phân tích, so sánh nội hàm khái niệm teambuilding và các khái niệm gần nghĩa.

Phân tích các yếu tố cấu thành của hoạt động teambuilding, xét nội hàm của thuật ngữ teambuilding thông qua việc tìm hiểu nội hàm của 2 từ "team" và " building":

" Team" nghĩa là " đội, tổ, nhóm" , team được sử dụng trong cụm từ "team spirit" với ý nghĩa là " tinh thần đồng đội".

Trong quá trình chuyển đổi giữa hai ngôn ngữ luôn đặt ra thách thức về mức độ chính xác, một từ trong ngôn ngữ này có thể được hiểu bằng một số từ trong ngôn ngữ khác. Để kiểm chứng và đảm bảo mức độ chính xác cao nhất có thể trong nghiên cứu khoa học, ta sử dụng phép so sánh giữa khái niệm "team" và "group".

" Group" nghĩa là "nhóm" trong khái niệm " nhóm nguyên tử", "nhóm máu".. " nhóm" được hiểu là những người có những mục đích cá nhân khác nhau tập hợp lại dựa trên các 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 canh tranh, ganh đua trong nhóm là hoàn toàn có thể.

"Team" – "đội" là khái niệm cao cấp hơn khái niệm " nhóm", đội trước hết là một nhóm người cộng tác và cùng hướng tới mục tiêu chung, mục tiêu chung 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 nhỏ người với những kỹ năng bổ sung cho nhau hết lòng vì mục đích, mục tiêu, phương thức làm việc chung và trên tinh thần tín nhiệm các điểm chung đó.

"Đội" thực chất là một nhóm có tổ chức thống nhất, cùng làm việc và hướng tới mục đích chung và duy nhất, mỗi thành viên có thể có những mục đích cá nhân

khác nhau nhưng chỉ nhằm đóng góp cho mục đích chung và giữa các thành viên tồn tại mối dây liên kết về trách nhiệm.

Điểm khác biệt và cao cấp của "Đội" so với "nhóm" là ở tính liên kết rất chặt chẽ, rằng buộc về mục đích chung và chia sẻ trách nhiệm. Khái niệm "Đội" mang đậm tính chất đoàn kết, liên kết, thống nhất. 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 thanh viên khác.

Trong một vài nghiên cứu có nhắc đến thuật ngữ " team-bonding", tuy thuật ngữ này không được sử dụng rộng rãi, song nên đi sâu so sánh nội hàm hai thuật ngữ này để thấy tính ưu việt và độ chính xác của thuật ngữ "teambuiding".

"Building" nghĩa là xây dựng, dựng nên, lập nên.

" Bonding" nghĩa là xây ghép gạch đá.

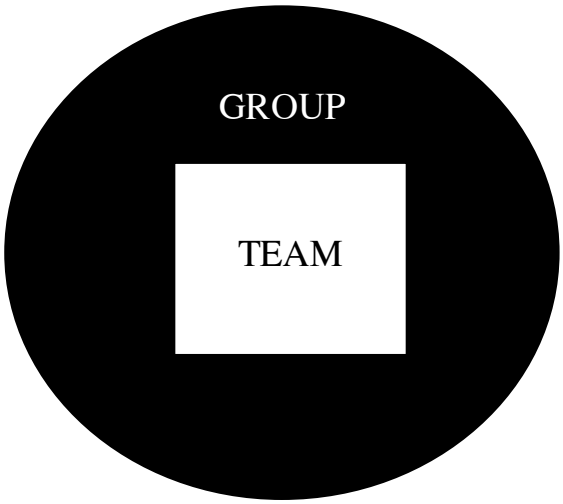
Xây dựng một đội thành một khối thống nhất đã bao gồm việc liên kết họ, khái niệm "bonding" chỉ là tạo dựng sự liên kết, nên khái niệm "bonding" nằm trong khái niệm "building"

Khái niệm teambuilding được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu khoa học bởi tính ưu Việt và độ chính xác của nó.

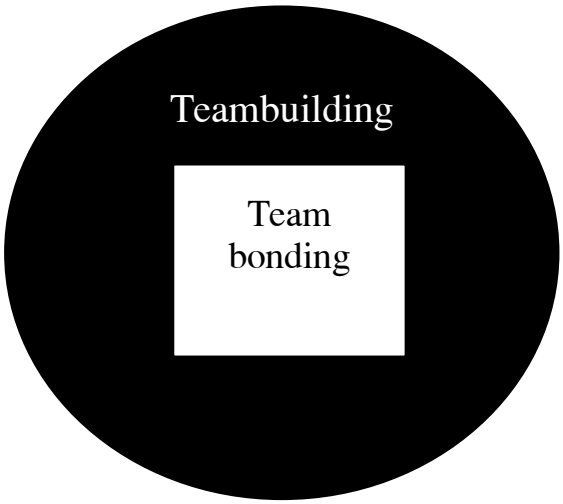
Phần nghiên cứu trên đã đưa ra một số vấn đề lý luận chung về hoạt động Teambuilding và hoạt động Teambuilding trong du lịch thông qua tìm hiểu lịch sử quá trình hình thành và phát triển của hoạt động teambuilding; phân tích, so sánh nội hàm khái niệm teambuilding và các khái niệm gần nghĩa; phân tích các dặc trưng hoạt động teambuilding; Phân loại hoạt động teambuilding; khai thác Vai trò và chức năng của hoạt động teambuilding; tìm ra mối liên hệ giữa chức năng của hoạt động teambuilding và những đặc thù của hoạt động du lịch, các tiêu chí, đặc điểm gắn kết của hai loại hình hoạt động này; so sánh giữa hoạt động teambuilding thông thường và hoạt động teambuilding trong du lịch; tập trung đi sâu phân tích các loại hình hoạt động teabuilding trong du lịch và các kỹ năng tổ chức, ứng dụng hoạt động trong du lịch bằng sự phân tích, nêu bật bản chất và đặc trưng của hoạt

động du lịch để từ đó lựa chọn loại hình tổ chức phù hợp, hài hòa nhất với đặc thù của du lịch. Với tinh thần làm việc nghiên cứu sâu sắc, khách quan nhằm đóng góp cái nhìn tương đối đầy đủ, sáng rõ về loại hình hoạt động này.

Sơ đồ 1.2. *Mối quan hệ giữa "Group" và "Team"*



Sơ đồ 1.3. *Mối quan hệ giữa "Teambuilding" và "Team bonding"*



2. Đặc trưng, chức năng của hoạt động Teambuilding.

2.1. Đặc trưng của hoạt động Teambuilding.

Từ nội hàm và thực tế hoạt động Teambuilding, tác giả đã rút ra đặc trưng của hoạt động Teambuilding như sau:

- Tính tự rèn luyện: Teambuilding rèn luyện kỹ năng cho con người không phải trên sách vở, không phải là những bài thuyết giáo mà những người tham gia tự học qua quá trình trao đổi kinh nghiệm, qua nỗ lực của mỗi 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. Có những trường hợp, nó là 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 chứ không hoàn toàn là công việc). Tính chất ngoài công việc không có nghĩa là chỉ phục vụ cho giải trí, có 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 phương án và kinh nghiệm xử lý.

- Tính chuyên nghiệp: Hoạt động Teambuilding cần sự tham gia tổ chức và/ hoặc cố vấn của nhà Teambuilding chuyên nghiệp. Sở dĩ tác giả nhấn mạnh tới sự cần thiết của các nhà Teambuilding chuyên nghiệp là do hoạt động Teambuilding không chỉ đơn thuần là trò chơi, nó có chức năng đào tạo con người. Quá trình đào tạo ấy rất phức tạp, tùy thuộc vào mục đích mà đội hướng tới và đặc điểm của đội. 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 nếu không, kết quả sẽ đi ngược lại mong muốn. Chính vì vậy, sự tham gia của nhà Teambuilding chuyên nghiệp là cần thiết để đảm bảo cho hoạt động Teambuilding đi đúng hướng.

2.2. Vai trò của hoạt động Teambuilding.

* Đối với tổ chức:

- Hoạt động Teambuilding là một giải pháp nhân sự quan trọng.

Các hoạt động trong Teambuilding mang tính tập thể rõ nét và nhiều trường hợp có tính thách thức khiến cho các cá nhân nhận thức được yêu cầu phải liên kết với nhau. Trong quá trình thực hiện, họ giao tiếp, trao đổi kinh nghiệm, giúp đỡ, hiểu và tin tưởng lẫn nhau. Quá trình đó làm tăng cường sự cố kết giữa các thành viên trong đội, phát triển lên thành khối đoàn kết và niềm tự hào về tổ chức.

Teambuilding là sự rèn luyện kỹ năng làm việc bằng hành động. Thay vì ngồi một chỗ, các thành viên của đội trực tiếp tham gia vào các hoạt dộng đa dạng. Họ dễ dàng thể hiện điểm mạnh, bộc lộ điểm yếu, giúp người lãnh đạo.

- Hoạt động Teambuilding làm tăng hiệu quả làm việc, giúp rút ngắn con đường vươn tới mục đích chung.

Từ những lý giải trên, có thể khẳng định, hệ quả (mong muốn) mà Teambuilding mang lại sự tận tâm của các thành viên đối với tổ chức. Sự tâm huyết, kỹ năng liên tục được trao dồi và phát huy đúng lợi thế- dó chính là chìa khá giúp tăng năng suất,rút ngắn con đường tới mục đích chung.

+ Hoạt động Teambuilding giúp tăng cường mối quan hệ giữa người lãnh (leader) và các nhân viên (member)

Mối quan hệ giữa lãnh đạo và nhân viên trong bất kỳ dội nào cũng luôn luôn là mối quan hệ hai chiều. Nhờ hoạt động Teambuilding, người lãnh đạo có thể tìm hiểu, đánh giá nhân viên nhằm đưa ra chiến lược dùng người hợp lý nhất. ngược lại, các nhân viên có cơ hội thực hiện việc trao đổi thông tin, đưa ra ý kiến phản hồi với người lãnh đạo. Môi trường ngoài công việc cũng phần nào tạo nên sự cởi mở hơn cho mối quan hệ hai chiều này.

Quá trình vận động của (vòng đời) một đội, từ định hình (forming) đến hoạt động (perforrming), song song với quá trình chuyển biến mối quan hệ từ
Hoạt động Teambuilding giúp hoàn thiện kỹ năng sống.

Các thành viên không chỉ học cách làn việc với một/một vài người khác, hơn thế,còn tợ mình rút ra kinh nghiệm về ứng xử, về cách quan tâm và giúp đỡ đồng nghiệp, cách yêu cầu được giúp đỡ…Đó chính là kỹ năng sống.

+ Hoạt động Teambuilding giúp cá nhân hòa nhập với phương thức làm việc hiện đại.

Hệ quả của chuyên môn hóa là sự phụ thuộc lẫn nhau. Để tồn tại và điều hòa các mối quan hệ phụ thuộc, con người đã chọn con đường hòa bình là hợp tác và cho đến ngày nay, nó đã trở thành một xu thế toàn cầu (toàn cầu hóa). Nằm trong xu thế đó, làm việc theo đội, nhóm đã trở thành một yêu cầu đối với mọi cá nhân, tổ chức.

Nhưng không phải ai sinh ra cũng đã có bản năng liên kết hoặc bẩm sinh thuộc về một đội, nhóm nhất định nào. Teambuilding cung cấp cho họ những kỹ năng để hòa nhập và hợp tác.

+ Hoạt động Teambuilding giúp cá nhân hiểu được chinh mình

Không một ai là hoàn hảo, và cũng không một ai làm tốt tất cả mọi việc, đảm nhiệm được mọi vị trí. Mỗi cá nhân khi tham gia vào các hoạt động Teambuilding, sẽ tự nhận biết mình làm được gì và không làm được gì,mình phù hợp với vị trí nào…Họ nhận định được ưu-nhược điểm từ sự đúc kết thực tiễn chứ không phải lý thuyết suông. khi đó, họ sẽ tự đưa ra giải pháp khắc phục điểm yếu và hoàn thiện bản thân.

2.3. Chức năng của hoạt động Teambuilding.

- Chức năng giáo dục

+ Đào tạo và rèn luyện kỹ năng làm việc đội: cộng tác,lãnh đạo giải quyết vấn đề…Các kỹ năng đó không chỉ được sử dụng trong công việc, nó là kỹ năng cơ bản nhất mà người tham gia có áp dụng trong cuộc sống,cách sống

+ Nâng cao hiểu biết về công việc và các lĩnh vực khác: thành viên của đội có thể trau dồi kiến thức qua các bài tập thực hành mô phỏng công việc thực tế; hoặc

các trò chơi dựa trên nguyên lí toán học, vật lý, hóa học; hoặc các cuộc thảo luận về một vấn đề xã hội…

Bồi dưỡng tinh thần, hoàn thiện tâm hồn, tư tưởng,tình cảm: thể hiện ở việc vun đắp tinh thần đoàn kết, sẵn sàng sẻ chia và giúp dỡ đồng nghiệp, cảm thông với người lãnh đạo…

- Chức năng liên kết

Chọn lựa những người có khả năng phù hợp với công việc và mục đích của đội là có thể, nhưng rất khó để chọn lựa tính cách của họ. Qua các hoạt động Teambuilding , người lãnh đạo sẽ rút ra cách phân công mọi người vào vị trí phìu hợp, cách kết hợp những người có thể bổ trợ cho nhau…Các cá nhân năng động và ởi mở sẽ hòa nhập nhanh chóng hơn. Các cá nhân nội tâm, thầm nặng hoặc thích lamf việc đọc lập…vẫn được phát huy năng lực và cảm thấy mình được tập thể chấp nhận. Teambuilding giúp xây dựng sự thông hiểu và tin tưởng lẫn nhau trên tinh thần chung của đồng đội.

- Chức năng giải trí

Nội hàm Teambuilding không phản ánh chức năng giải trí. Tuy vậy trong thực tế,một số phân loại Teambuilding đã thể hiện chức năng này.

Người ta sáng tạo ra Teambuilding, tìm đến với Teambuilding để tránh khỏi sự cứng nhắc của những bài thuyết giảng trong không gian làm việc đã quá quen thuộc. Sự đa dạng trong hình thức hoạt động vàn không gian tổ chức của Teambuilding góp phần tạo nên sự phấn khởi cho người tham gia, sức lôi cuốn hấp dẫn mà vẫn không làm mất đi tính hiệu quả của việc đào tạo. Mong muốn lôi kéo được tất cả các thành viên tham gia thật tích cực đã làm cho hoạt động Teambuilding ngày càng được thể hiện rõ chức năng này hơn. Điều
này đang có xu hướng trở thành một đặc trưng mới của hoạt động Teambuilding.

3. Quá trình hình thành và phát triển của hoạt động teambuilding.

Teambuilding xuất hiện trên thế giới vào khoảng cuối những năm 20 và đầu những năm 30 của thế kỷ XX. Frederick Winslow Taylor(1856-1915) chính là

người đầu tiên nghiên cứu những hoạt động này, ông đã khai sáng ra "hoạt động tương quan giữa người và người" (Human Relations Movement), với những chuỗi hoạt động thử thách trong những điều kiện nhất định, nhằm thử khả năng làm việc của nhóm công nhân. Là kỹ sư cơ khí và ở cương vị người giám sát tại công ty thép Midvale ở Philadelphia vào cuối những năm 1800, Taylor đã quan tâm đến những phương cách cải tiến sự vận hành của máy tiện. ông đã bắt đầu thu thập các sự việc và áp dụng việc phân tích khách quan. Ông đã nghiên cứu công việc của từng công nhân tiện để phát hiện thật chính xác họ đã thực hiện công việc của mình như thế nào.ông đã nhận dạng từng khía cạnh của từng công việc và định lượng mọi cái có thể đo đạt được.

Mục đích của ông là cung cấp cho người thợ tiện những tiêu chuẩn khách quan có căn cứ khoa học để xác định khối lượng công việc của một ngày thực sự.

Các cuộc thử nghiệm tiếp theo do Elton Mayo thực hiện tại Hawthorne Works - một nhà máy lắp ráp của Western Electric ở phía bắc Illinois - trong suốt thập niên 1920. Mayo hy vọng các tác động tiêu cực ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của nhân viên như sự mệt mỏi, buồn tẻ, điều kiện làm việc khắc nghiệt có thể kiểm soát và hóa giải thông qua việc cải thiện ánh sáng, nghỉ giải lao nhiều hơn, phân chia giờ làm việc khác nhau, nhiệt độ phòng, và các yếu tố khác về môi trường làm việc. Ông đã tập trung tiến hành thử nghiệm trên một nhóm nhân viên bằng cách thường xuyên thay đổi môi trường làm việc của họ như tăng lương thưởng, điều chỉnh nhiệt độ và ánh sáng, nghỉ giải lao, v.v. Hiệu suất làm việc tăng lên, nhưng Mayo vô cùng ngạc nhiên khi nhận thấy sự cải thiện ấy dường như độc lập với điều kiện làm việc. Ông kết luận rằng nhân viên làm việc tốt hơn vì cấp quản lý đã tỏ ra quan tâm đến những hình thức cải thiện ấy. Việc thảo luận về thời gian làm việc và nghỉ ngơi với nhân viên đã làm nhân viên cảm thấy rằng cấp quản lý đã xem họ là thành viên của một tập thể - điều mà trước đó họ chưa từng cảm nhận được.

Theo David Garvin và Norman Klein, nghiên cứu của Mayo đã chỉ ra rằng kết quả công việc không chỉ đơn giản là chức năng của việc thiết kế khoa học một công việc mà còn chịu ảnh hưởng bởi các chuẩn mực xã hội, giao tiếp giữa cấp quản lý và nhân viên, và mức độ tham gia của nhân viên vào các quyết định nơi làm việc: "Hiệu suất làm việc cao gắn liền với sự thỏa mãn của nhân viên, và sự thỏa mãn ấy lại gắn liền với những yếu tố phi kinh tế như cảm giác sở hữu và được tham gia vào việc ra quyết định".

Nhờ công trình nghiên cứu mang tính đột phá của Mayo, giờ đây chúng ta hiểu rằng nơi làm việc là một hệ thống xã hội phức hợp mà tại đó, sự thỏa mãn và tận tâm của nhân viên ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc.

Qua nhiều lần nghiên cứu và phân tích, người ta đồng ý rằng yếu tố chủ yếu thành công là xây dựng tinh thần đồng nhất, tạo sự gắn kết và hỗ trợ nhau trong tập thể.

Qua 2 thập niên sau đó, nhiều cuộc thử nghiệm và phân tích được áp dụng cho nhiều nhóm công nhân, đã minh chứng rằng năng suất làm việc tăng nhanh khi các công nhân được lập thành nhóm. Cùng thời kì đó, Abraham Maslou đã đưa ra thang bậc nhu cầu (Hierarchy of Needs), có liên quan đến động cơ thúc đẩy và thi hành.

Vào những năm 1950, tập đoàn Genaral Foods đã có một cuộc thử nghiệm về khái niệm làm việc nhóm. Nhiều nghiên cứu sau đó liên tục được đưa ra, nhấn mạnh tầm quan trọng của nhóm trong việc tăng năng suất làm việc.

Những thập niên sau đó, càng ngày càng có nhiều tập đoàn như Genaral Motors, Saab, Volvo, Honeywell, Xerox, và Pratt & Whitney tổ chức những hoạt động, nhằm chứng tỏ hiệu quả lớn lao của "làm việc nhóm".

Kể từ đó, các tập đoàn, doanh nghiệp đã bắt đầu nghĩ tới ý tưởng thành lập nhóm và áp dụng những giải pháp mang tính thách thức cao, nhằm mục đích xây dựng nhóm làm việc hiệu quả. Và cho đến ngày nay, những hoạt động

teambuilding vẫn là mối quan tâm hàng đầu trong việc phát triển nguồn nhân sự của toàn cầu.

Hình thức teambuilding được hiểu là tổng hợp của việc xây dựng nhóm và làm việc nhóm. Đây là một quá trình lâu dài mà một tổ chức, tập thể thực hiện để gắn kết các thành viên lại với nhau, để các thành viên phối hợp, đoàn kết tạo ra hiệu quả công việc cao hơn.

Hiện nay, Teambuilding trở thành một dịch vụ mà nghe đến cái tên của nó bất kì doanh nghiệp nào cũng thấy thích, tuy nhiên, trong danh sách các nhà cung cấp dịch vụ Teambuilding hiện nay chỉ có một số ít là thực sự làm team, còn lại chỉ giống như những trò chơi giúp vui mà chưa tiến tới phần chia sẻ, còn đặt nặng cái sự thắng thua để tạo ra sự ganh đua trong trò chơi, tạo không khí vui vẻ nhất thời.

Dịch vụ teambuilding có 2 dạng là indoor và outdoor. Với dạng indoor, các thành viên của nhóm được hướng dẫn về phương pháp làm việc nhóm sao cho hiệu quả, cách điều hành nhóm, phối hợp giữa các thành viên một cách khoa học. Một số bài tập nhẹ nhàng kết hợp với bài giảng để các thành viên ngộ ra được hiệu quả nhóm một cách lý thú.

Với dạng Outdoor, thường được các nhà tổ chức tạo dựng thành một loạt các bài tập từ những trò chơi vận động, nhưng với luật chơi là luật mở, để các thành viên nhóm thực hiện các hoạt động của nhóm theo yêu cầu của nhà tổ chức. ở đây, kết quả thực hiện chưa phải là cái cuối cùng, mà là quá trình thực hiện, nhà tổ chức sẽ quan sát cách thực hiện, sự phối hợp của các nhóm để đưa ra nhận xét, và góp ý để nhóm thực hiện lại công việc (nếu thời gian cho phép) và cảm nhận được hiệu quả của sự phối hợp, chia sẻ.

Team building vào Việt Nam bằng nhiều con đường: Từ những doanh nghiệp dịch vụ như AQL tại thành phố Hồ Chí Minh; từ tổ chức phi chính phủ như IOGT, và qua liên kết đào tạo là sự liên kết với Thụy Điển - nơi có chuyên ngành đào tạo Teambuilding với sự hỗ trợ của một giáo sư chuyên về Teambuilding là Oille.

Ngoài ra còn một lực lượng các học viên của Việt Nam được cử sang đào tạo tại Thụy Điển đã đem teambuilding về phát triển tại Việt Nam.

4. Lý luận chung về hoạt động teambuilding trong du lịch.

4.1. Mối liên hệ giữa chức năng của hoạt động teambuilding và những đặc thù của hoạt động du lịch.

Với chức năng cơ bản là tạo lập nhóm, đội với tinh thần đoàn kết và phát huy đối đa năng lực của tập thể dưới một "dây chuyền" hoạt động. Teambuilding là công cụ hữu hiệu hỗ trợ, làm phong phú hoạt động du lịch.

Du lịch là loại hình hoạt động giao lưu văn hóa mang tính tập thể, đa phần các hoạt động du lịch được tổ chức theo nhóm theo tour. Với loại hình hoạt động mang đậm tính tập thể và tính văn hóa như vậy, teambuilding thực sự thích hợp để được vân dụng trong các hoạt động du lịch. Thực tế các nhà du lịch hiên nay đang rất chú trọng và đi sâu khai thác công năng của hoạt động này trong du lịch, hoạt động kết hợp hài hòa với những yêu cầu, đặc trưng của du lịch, vừa tạo nên một tập thể hoạt động nhịp nhàng, hài hòa lợi ích, tôn trọng đề cao tính văn hóa, tập thể. Đối tượng điều chỉnh của teambuilding là các đội và khách hàng mục tiêu của du lịch cũng là các tập thể thuộc doanh nghiệp, các tổ chức, các gia đình .. mang tính chất hoạt động đội sâu sắc. Team - building thực sự là một khách thể của quá trình kết hợp với những đặc trưng của du lịch.

4.2. So sánh giữa hoạt động teambuilding thông thường và hoạt động teambuilding trong du lịch.

Tuy nhiên, để quá trình kết hợp giữa **teambuilding** phù hợp với những đặc trưng của hoạt động du lịch, teambuilding đã có một số cải biến nhất định khiến cho hoạt động teambuiding trong du lịch có một số điểm khác biệt với teambuilding thông thường.

Đặc trưng nổi bật của hoạt động du lịch là tính giải trí, chính vì thế hoạt động teambuiding trong du lịch mang đậm tính giải trí hơn, nhạt nhòa dấu ấn của công việc,đào tạo; tính thoải mái, thư giãn cao.

Hoạt động teambuiding trong du lịch chỉ chủ yếu tăng cường sự cố kết các thành viên, giảm tải các yêu cầu về đào tạo theo như những chuẩn mực đào tạo của hoạt động teambuiding thông thường.

Hoạt động teambuilding trong du lịch mang đậm tính chất cởi mở thân thiện hơn, đê dàng hơn trong việc tìm hiểu bản thân, lãnh đạo và các thành viên khác trong nhóm của mình..

Teambuiding trong du lịch thể hiện rõ ưu thế, phát huy tôi đa vai trò trong việc thu hẹp khoảng cách, rèn luyện cách sống, phát huy vai trò tăng hiệu quả làm việc của nhân viên, tăng các tác động tâm lý tích cực.

Song teambuiding trong du lịch nhạt nhòa ấn tượng sự đào tạo kỹ năng trong công việc hơn vì yêu cầu hài hòa với đặc trưng thư giãn, giải trí. Du lịch là sự thể hiện mới của teambuilding, điểm khác biệt lớn nhất của hoạt động teambuilding du lịch và hoạt động teambuilding thông thường chính ở sự thư giãn, giải trí, người ta tìm tới teambuilding trong du lịch đơn giản vì sự tham gia cấu kết, giải trí nhiều hơn là giải quyết công việc, tính chất, mức độ đào tạo trong hoạt động teambuiding cũng giảm bớt nặng nề, được hài hòa nhẹ nhàng với mục đích thư giãn chung.

4.3. Các loại hình hoạt động teambuilding trong du lịch và các kỹ năng tổ chức, ứng dụng hoạt động trong du lịch.

4.3.1. Một số khái niệm, phân loại và đặc điểm hoạt động du lịch:

Theo liên hiệp Quốc các tổ chức lữ hành chính thức(International Union of Official Travel Oragnization: IUOTO): du lịch được hiểu là hành động du hành đến một nơi khác với địa điểm cư trú thường xuyên cuả mình nhằm mục đích không phải để làm ăn, tức không phải để làm một nghề hay một việc kiếm tiền sinh sống...

Tại hội nghị LHQ về du lịch họp tại Roma _ Italia (21/8 – 5/9/1963), các chuyên gia đưa ra định nghiã về du lịch: Du lịch là tổng hợp các mối quan hệ, hiện tượng và các hoạt động kinh tế bắt nguồn từ các cuộc hành trình và lưu trú cuả cá

nhân hay tập thể ở bên ngoài nơi ở thường xuyên cuả họ hay ngoài nước họ với mục đích hoà bình. Nơi họ đến lưu trú không phải là nơi làm việc cuả họ

Theo các nhà du lịch Trung Quốc thì hoạt động du lịch là tổng hoà hàng loạt quan hệ và hiện tượng lấy sự tồn tại và phát triển kinh tế, xã hội nhất định làm cơ sở, lấy chủ thể du lịch, khách thể du lịch và trung gian du lịch làm điều kiện.

Theo I.I pirôgionic, 1985 thì: Du lịch là một dạng hoạt động cuả dân cư trong thời gian rỗi liên quan với sự di chuyển và lưu lại tạm thời bên ngoài nơi cư trú thường xuyên nhằm nghĩ ngơi, chữa bệnh, phát triển thể chất và tinh thần, nâng cao trình độ nhận thức văn hoá hoặc thể thao kèm theo việc tiêu thụ những giá trị về tự nhiên, kinh tế và văn hoá.

Theo nhà kinh tế học người áo Josep Stander nhìn từ góc độ du khách thì: khách du lịch là loại khách đi theo ý thích ngoài nơi cư trú thường xuyên để thoả mãn sinh hoạt cao cấp mà không theo đuổi mục đích kinh tế

Nhìn từ góc độ thay đổi về không gian cuả du khách: du lịch là một trong những hình thức di chuyển tạm thời từ một vùng này sang một vùng khác, từ một nước này sang một nước khác mà không thay đổi nơi cư trú hay nơi làm việc

Nhìn từ góc độ kinh tế: Du lịch là một ngành kinh tế, dịch vụ có nhiệm vụ phục vụ cho nhu cầu tham quan giải trí nghĩ ngơi, có hoặc không kết hợp với các hoạt động chữa bệnh, thể thao, nghiên cứu khoa học và các nhu cầu khác

Bản chất du lịch

+ Nhìn từ góc độ nhu cầu của du khách:

Du lịch là một sản phẩm tất yếu của sự phát triển kinh tế - xã hội của loài người đến một giai đoạn phát triển nhất định. chỉ trong hoàn cảnh kinh tế thị trường phát triển, gia tăng thu nhập bình quân đầu người, tăng thời gian rỗi do tiến bộ cuả khoa học - công nghệ, phương tiện giao thông và thông tin ngày càng phát triển, làm phát sinh nhu cầu nghỉ ngơi, tham quan du lịch cuả con người. Bản chất đích thực của du lịch là du ngoạn để cảm nhận những giá trị vật chất và tinh thần có tính văn hoá cao

+ Xét từ góc độ các quốc sách phát triển du lịch:

Dựa trên nền tảng của tài nguyên du lịch để hoạch định chiến lược phát triển du lịch, định hướng các kế hoạch dài hạn, trung hạn và ngắn hạn. lựa chọn các sản phẩm du lịch độc đáo và đặc trưng từ nguồn nguyên liệu trên, đồng thời xác định phương hướng qui hoạch xây dựng cơ sở vật chất - kỹ thuật và cơ sở hạ tầng dịch vụ du lịch tương ứng.

+ Xét từ góc độ sản phẩm du lịch:

Sản phẩm đặc trưng cuả du lịch là các chương trình du lịch, nội dung chủ yếu cuả nó là sự liên kết những di tích lịch sử, di tích văn hoá và cảnh quan thiên nhiên nổi tiếng cùng với cơ sở vật chất - kỹ thuật như cơ sở lưu trú, ăn uống, vận chuyển.

+Xét từ góc độ thị trường du lịch:

Mục đích chủ yếu của các nhà tiếp thị du lịch là tìm kiếm thị trường du lịch, tìm kiếm nhu cầu cuả du khách để mua chương trình du lịch.

Các loại hình du lịch và sản phẩm du lịch

Các lọai hình du lịch: phân loại một cách tổng quát bao gồm các loại hình du lịch sau:Du lịch truyền thống hay du lịch đại chúng; Du lịch nghĩ dưỡng; Du lịch tắm biển; Du lịch tham quan phong cảnh; Du lịch lễ hội, thăm viếng chùa chiền; Du lịch chuyên biệt ;Du lịch văn hoá;…..

Ngoài ra, các loại hình du lịch còn được phân loại theo các tiêu chí khác như : phạm vi lãnh thổ, vùng miền, mục đích, phương tiện, sản phẩm, thời gian lưu trú, hình thức tổ chức và hoạt động du lịch.

Hoạt động du lịch là hoạt động mang tính thời vụ và tính thư giãn, giải trí cao, hoạt động mang đậm mầu sắc văn hóa các vùng miền và giao hòa với thiên nhiên.

Chính từ hiểu biết về bản chất và đặc điểm của hoạt động du lịch ta thấy sẽ xác định hoạt động teambuiding phù hợp. Đây là yếu tố hết sức quan trọng đối với sự thành công của quá trình tổ chức, ứng dung hoạt động teambuilding trong du lịch, tránh được những điều cấm kị khiến hạn chế hoạt động, công việc đang được tiến hành.

Yếu tố số lượng thành viên cũng rất đáng lưu tâm, nếu số lượng người trong đội quá lớn sẽ không đảm bảo tát cả các thành viên đều tham gia được hoạt động, nhà tổ chức cần phân chia số lượng người hợp lý để đảm bảo tầm phủ sóng của hoạt động tới mọi thành viên. Phân chia đội cũng cần dựa trên các tiêu chí cơ bản, đảm bảo đồng đều, cân đối về mặt sức khỏe, độ tuổi, giới tính, thành phần…cụ thể, chi tiết hơn cần nghiên cứu về mặt tính cách, khả năng, thị hiếu … để tránh sắp xếp những người có nhiều điểm mâu thuẫn trong cùng một đội.

- Xác định điều kiện tổ chức là một công việc hết sức quan trọng. Cần xác định được địa điểm, thời gian tổ chức. Xét các điều kiện về không gian: đóng hay mở, diện tích phù hợp, đặc điểm về địa hình, các điều kiện vật chất, kỹ thuật.

Yếu tố không gian và thời gian không thể bỏ qua, bởi như vậy sẽ tạo ra cảm giác khập khiễng, không khớp giữa tư duy bối cảnh của hoạt động và không gian thực tế, tạo ra sự hụt hẫng và trong quá trình hoạt động sẽ không lường trước được những khó khăn.

Từ việc xác đinh không gian phù hợp sẽ lựa chon hoạt động thích hợp, Ví dụ như không gian hẹp không thích hợp đối với các hoạt động di chuyển nhiều, không gian có địa hình không bằng phẳng không thích hợp với các hình thức thể thao cần sự cân bằng về địa hình như kéo co….

Thời gian cũng là yếu tố không kém phần quan trọng, số lượng thời gian dài hay ngắn và thời điểm diễn ra hoạt động là ban ngày hay tối, các yếu tố đó chi phối tới kết quả của hoạt động, cần lựa chọn hoạt động thích hợp với yếu tố trên: Ví dụ nếu thời gian ngắn không thể tổ chúc hoạt động yêu cầu lượng thời gian khá lơn, sẽ dẫn tới cháy chương trình hay thời điểm diễn ra hoạt động là vào buổi tối với độ chiếu sáng không cao lại tổ chức các hoạt động yêu cầu độ chính xác cao là không thể thực hiện được.

Thời gian và không gian là những yếu tố quan trọng hàng đầu, quyết định tới sự thành bại của hoạt động teambuilding.

- Xác định ý tưởng: ý tưởng đối với hoạt động teambuilding là hết sức quan trọng, nó chi phối tinh thần toàn hoạt động. Thực chất hoạt động teambuilding hoàn toàn có thể xảy ra trùng lặp và các quy trình tổ chức của hoạt động thường là cố định nên rất dễ gây ra nhàm chán, chính vì thế đột phá trong ý tưởng là hết sức cần thiết, nó tạo nên sự cuốn hút đối với các thành viên, tạo sức hấp dẫn, hội tụ gắn kết hứng thú của các thành viên.

Việc xác định ý tưởng là cần thiết, nên được đầu tư vì nó là tinh thần bao trùm cả quá trình hoạt động.

- Xây dựng nội dung là quá trình lựa chọn hoạt động phù hợp và lập trật tự thực hiện nội dung hoạt động, trong giai đoạn này, điều quan trọng là thiết lập, đưa ra trình tự hợp lý nhằm chuyển tải mục đích và ý tưởng một cách lô gic và hiệu quả nhất, nhà tổ chức đưa ra các biện pháp kiểm soát đồng thời dự kiến rủi ro có thể gặp phải từ đó tạo dựng 1 kịch bản hoàn thiên nhất cho tổng thể quy trình hoạt động.

- Hoạch định bao gồm việc lập danh sách các chuỗi hoạt động, chuẩn bị đầy đủ các phương tiện và điều kiện vật chất để tiến hành hoạt động: từ tài liệu, đạo cụ, âm thanh, ánh sáng, phông màn, các vật dụng phụ đạo…..

Bố trí không gian nhằm phục vụ truyền tải ý tưởng của nhà tổ chức. bày trí không gian nhằm truyền tải tối đa ý tưởng, mục tiêu của hoạt động. Lập bảng chương trình hoàn thiện với trình tự lôgíc của một chuỗi các hoạt động...đồng thời với việc sắp xếp trật tự các hoạt động theo chuỗi là việc phân chia, bố trí khoảng thời gian phù hợp với các hoạt động trên.

Cuối cùng là tổng hợp, tổng duyệt toàn bộ chuỗi hoạt động và công việc trên bảng biểu, tập hợp toàn bộ nội dung kịch bản của hoạt động: toàn bộ công việc, người thực hiện công việc,và thời gian định mức hoàn thành.

Sau đó là quá trình thực hiện các hoạt động song song với việc kiểm soát, giám sát, điều chỉnh kịp thời quá trình thực hiện.

Việc đánh giá kết quả là công việc hết sức quan trọng cần thiết. Làm phiếu khảo sát, thu thập ý kiến về việc xác định mức độ mục đích đạt được(đánh giá về độ hoàn thiện và tăng cường của kỹ năng, mức độ liên kết của đội....), sau cùng là việc rút ra bài học kinh nghiệm, bài học cho những lần tổ chức hoạt động sau.

4.3.2. Các loại hình teambuilding trong du lịch được tác giả phân chia một cách tương đối theo các tiêu chí sau:

- Theo nhóm đối tượng khách bao gồm các loại hình: Meeting tour(du lịch gặp gỡ, hội họp), Incentive tour (du lịch khen thưởng), exhibition tour (du lịch triển lãm), study tour (du lịch nghiên cứu, học tập), sport tour (du lịch thể thao), du lịch thi đấu.

+ Đặc điểm của metting tour là kết hợp với cuộc họp của những người cùng tổ chức, công ty với các lọi hình teambuil ding phù hợp như: Teambuil ding gamme, teambuilding activities, teambuilding excercises.

+ Đặc điểm của Incentive tour (du lịch khen thưởng) , mức độ kết hợp chặt chẽ nhất với teambuilding, phù hợp với các loại hình teambuilding: teambuilding gamme, teambuilding activities.

+ Đặc điểm của exhibition tour (du lịch triển lãm) kết hợp với triễn lãm dành cho người tiêu dùng, phù hợp với loại hình teambuilding gmame.

+ Đối với study tour (du lịch nghiên cứu, học tập), loại hình teambuilding phù hợp là Teambuil ding gamme, teambuilding activities.

+ Đặc điểm của sport tour (du lịch thể thao) là kết hợp với các môn thể thao mang tính đồng đội cao, các loại hình teambuilding phù hợp là teambuilding activities, teambuilding gamme

+ Đặc điểm của du lịch thi đấu là kết hợp với các cuộc thi có nội dung thử thách thí sinh về các kỹ năng, các loại hình teambuilding phù hợp là : Teambuil ding gamme, teambuilding activities, Teambuil ding excercises.

- Theo không gian tổ chức:

+ Không gian đóng(indoor): du lịch bằng ôtô, tàu, thuyền: không gian tổ chức chính là không gian phương tiện, thời gian trên phương tiện phải đủ lớn để tối thiểu một hoạt động teambuiding được diễn ra, loại hình phù hợp là teambuilding gamme.

+ Không gian tổ chức mở, các loại hình du lịch biển, du lịch sinh thái,các hình thức teambuilding phù hợp Teambuil ding gamme, teambuilding activities, Teambuil ding excercises.

- Theo mục đích của đội

+ Mục đích cố kết đội: các loại hình du lịch : Meeting tour(du lịch gặp gỡ, hội họp), Incentive tour (du lịch khen thưởng)phù hợp với các loại hinh teambuiding Teambuil ding gamme, teambuilding activities, Teambuil ding excercises.

+ Mục đích rèn luyện kỹ năng: các loại hình study tour (du lịch nghiên cứu, học tập), sport tour (du lịch thể thao), du lịch thi đấu phù hợp với các loại hình teambuiding Teambuil ding gamme, teambuilding activities, Teambuil ding excercises.

Teambuilding gamme là loại hình được sử dụng nhiều nhất trong du lịch, là do các đặc trưng của teambuilding gamme phù hợp với các yêu cầu của lĩnh vực du lịch.

Bản chất của teambuilding gamme là những trò chơi tập thể, tính chất vui vẻ, thư giãn thoải mái của nó phù hợp với chức năng giải trí của hoạt động du lịch.

Teambuilding gamme không nặng nề tính đào tạo như teambuilding exercices, không mang tính chất chuẩn xác cao và tính rèn luyện kỹ năng tương đối, chủ yếu tập trung vào sự thư giãn, giải trí. Bản chất là những trò chơi vui vẻ, giải trí, rất phù hợp với đặc trưng của ngành du lịch.

Teambuilding gamme phong phú, đa dạng về loại hình, dễ tổ chức, với những công cụ đơn giản nhất cũng có thể tổ chức, dẫn dắt trò chơi hấp dẫn.

Chính mục tiêu chiến thắng là động lực cơ bản của người chơi khi tham gia hoạt động, người chơi cảm giác được thư giãn hoàn toàn, không nảy sinh những phản ứng tâm lý "phản ứng lại" với việc học, rèn luyện hay "gò vào khuôn khổ".

Hoạt động teambuilding gamme không đòi hỏi phải nghiên cứu sâu hay vì thế không đặt ra những yêu cầu quá cao đối với người chơi, không hạn chế, giới hạn số lượng người chơi, tất cả đều có thể tham gia và ai ai cũng có thể tiếp nhận được những giá trị mà hoạt động này mang lại.

- Incentive tour (du lịch khen thưởng)

Mục tiêu hoạt động này là tăng cường giải trí, đoàn kết đi đôi với niềm tự hào về tổ chức, đoàn thể, thúc đẩy tinh thần, hiệu quả làm việc.

Song đối tượng của Incentive tour (du lịch khen thưởng) khác với các loại hình hoạt động teambuilding khác, thường tập trung vào nhóm đối tượng là những người nòng cốt, bộ phận cốt cán, có hiệu quả làm việc cao.

Chính đặc thù về đối tượng tham gia nên hoạt động Incentive tour (du lịch khen thưởng) có hạn chế về mặt thời gian, không diễn ra quá dài, quá nhiều làm ảnh hưởng tới các hoạt động chung, tiến độ phát triển doanh nghiệp, đảm bảo sự bắt nhịp liên tục của các thành viên với công việc chung của công ty.

Hoạt động Incentive tour (du lịch khen thưởng) là công cụ đắc lực để lồng ghép và truyền tải những mục tiêu cứng nhắc, của công ty vào hoạt động du lịch truyền thống tập thể.

- Meeting tour(du lịch gặp gỡ, hội họ): là sự kết hợp của hoạt động du lịch tour và hoạt động coporate meeting là hoạt động hướng tới đối tượng của cùng một tổ chức, đơn vị, mang đặc trưng của đội, phù hợp loại hình teambuilding.

- exhibition tour (du lịch triển lãm): là loại hình tổ chức nhằm trưng bày triển lãm, bán các sản phẩm, xây dựng các chính sách giá, khuyến mại, xây dựng các gian hàng nhằm thu lợi nhanh nhất và nhiều nhất.

- Study tour (du lịch nghiên cứu, học tập): đối tượng chủ yếu của nhóm hoạt động này là các nhà nghiên cứu, các đối tượng học sinh sinh viên đi du lịch nhằm

nghiên cứu trải nghiệm thực tế, kiểm chứng các lý thuyết đã học, hoạt động này đặc biệt thích hợp đối với sinh viên ngành du lịch.

- Sport tour (du lịch thể thao): loại hình du lịch kết hợp với tổ hợp đa dạng các môn thể thao, hoạt động mang tính đồng đội cao bởi đặc trưng của hoạt động teambuilding và đặc trưng của hoạt động thể thao đều nêu cao tinh thần đồng đội.Hoạt động du lịch này thường kết hợp với môn thể thao mang tính tập thể cao.

- Du lịch thi đấu: Điển hình là các cuộc thi hoa hậu thế giới, hoa hậu hoàn vũ, các cuộc thi người đẹp tại nhiều địa danh với nhiều điểm du lịch nổi tiếng. Cuộc thi là một chuỗi các hoạt động nhóm, các thi sinh lần lượt bước qua nhiều hoạt động teambuilding vừa để thể hiện bản thân, vừa tiếp cận học hỏi, vừa là quá trình giúp Ban giám khảo nhìn nhận thí sinh một cách chân thực nhất để từ đó soi chiếu với các tiêu chí của cuộc thi và chọn ra đại diện tiêu biểu nhất.

4.3.3. Các kỹ năng tổ chức, ứng dụng hoạt động trong du lịch:

Xây dựng hoạt động teambuiding là một quá trình, tuần tự các bước nối tiếp nhau, theo một trật tự logíc:

Trước tiên cần xác định rõ mục đích tổ chức hoạt động teambuiding, tiếp đó là xác định các đặc điểm của đội tham gia hoạt động, khảo sát và xác định các điều kiện tổ chức; tiếp đó xác định ý tưởng và xây dựng nội dung kịch bản chương trình chi tiết; sau đó cần hoạch định kế hoạch tổ chức hoạt động cụ thể, từ đó thực hiện kế hoạch và kiểm soát; cuối cùng là hoạt động tổng kết đánh giá kết quả của hoạt động về các mặt.

- Xác định mục tiêu cần căn cứ trên mục đích công việc thực tế: hoạt động teambuiding không trực tiếp mang lại lợi nhuận cho đội, hay trực tiếp tác động lên đội đối phương mà hoạt động chủ yếu tác động lên kỹ năng và quan hệ giữa các thành viên để gián tiếp tác động, thực hiện mục đích uối cùng của đội. Như vậy mục đích của hoạt động hoàn toàn lệ thuộc, theo định hướng nhằm thực hiện mục đích chung của đội trong nhiệm cụ và mục tiêu thực tế của công việc.

Để xác định mục đích của hoạt động trước hết cần xác định rõ mục đích chung của đội là gì? sau đó xác định các điểm yếu, các kẽ hở của đội cũng như những thế mạnh, chìa khóa để đạt được hiệu quả cao trong thực hiện mục tiêu. Cuối cùng là xác định mục đích của hoạt động teambuiding nhằm khắc phục các điểm yếu và cung cấp các kỹ năng cơ bản cho các thành viên của đội.

- Xác định đặc điểm của đội: Việc xác định đặc trưng của đội là hết sức cần thiết, việc xác định đúng các yếu tố về lứa tuổi, giới tính, thành phần, nghề nghiệp, các giai đoạn phát triển của đội…sẽ giúp ích nhiều cho việc lựa chon ra mô hình teambuilding phù hợp với đặc điểm của đội. khiến "e kíp" hoạt động với hiệu quả và độ gắn kết tối đa.

TIỂU KẾT CHƯƠNG I

Phần nghiên cứu trên đã đưa ra một số vấn đề lý luận chung về hoạt động Teambuilding và hoạt động Teambuilding trong du lịch thông qua tìm hiểu lịch sử quá trình hình thành và phát triển của hoạt động teambuilding; phân tích, so sánh nội hàm khái niệm teambuilding và các khái niệm gần nghĩa; phân tích các dặc trưng hoạt động teambuilding; Phân loại hoạt động teambuilding; khai thác Vai trò và chức năng của hoạt động teambuilding; tìm ra mối liên hệ giữa chức năng của hoạt động teambuilding và những đặc thù của hoạt động du lịch, các tiêu chí, đặc điểm gắn kết của hai loại hình hoạt động này; so sánh giữa hoạt động teambuilding thông thường và hoạt động teambuilding trong du lịch; tập trung đi sâu phân tích các loại hình hoạt động teabuilding trong du lịch và các kỹ năng tổ chức, ứng dụng hoạt động trong du lịch bằng sự phân tích, nêu bật bản chất và đặc trưng của hoạt động du lịch để từ đó lựa chọn loại hình tổ chức phù hợp, hài hòa nhất với đặc thù của du lịch. Với tinh thần làm việc nghiên cứu sâu sắc, khách quan nhằm đóng góp cái nhìn tương đối đầy đủ, sáng rõ về loại hình hoạt động này.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG KHAI THÁC HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING CỦA SINH VIÊN NGÀNH DU LỊCH TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG.

1. Giới thiệu chung về trường Đại học dân lập Hải Phòng và khoa Văn hóa - du lịch của trường.

Trường Đại học Dân lập Hải Phòng được thành lập năm 1997 theo Quyết định của Chính phủ. Trường Đại học Dân lập Hải Phòng trực thuộc Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Ý tưởng thành lập Trường Đại học Dân lập Hải Phòng của giáo sư Trần Hữu Nghị được khẳng định từ ngày 3/4/1997; ngày 7/5/1997 giáo sư Trần Hữu Nghị làm tờ trình ủy ban nhân dân thành phố Hải Phòng về vấn đề thành lập trường và vận động người tham gia Hội đồng sáng lập. Tới ngày 29/9/1997 Bộ trưởng Bộ Giáo dục & Đào tạo Trần Hồng Quân ký quyết định số 3026/ QĐ-GDĐT về việc công nhận Hội đồng quản trị Đại học Dân lập Hải Phòng và quyết định số 3027/QĐ-GDĐT về việc công nhận giáo sư Trần Hữu Nghị là Hiệu trưởng trường Đại học Dân lập Hải Phòng và quyết định số 3028/QĐ-GDĐT về việc cho phép trường Đại học Dân lập Hải Phòng được chính thức hoạt động và bắt đầu tuyển sinh từ năm học 1997 – 1998.

Ngày 17/11/1997 Thứ trưởng Bộ Giáo dục & Đào tạo Vũ Ngọc Hải ký quyết định số 3803/GD-ĐT cho phép Đại học Dân lập Hải Phòng được tổ chức đào tạo 6 ngành từ năm học 1997 –1998 với chỉ tiêu 1200 sinh viên.

Đại học Dân lập Hải Phòng là một trong 25 trường Đại học dẫn đầu cả nước về sinh viên tốt nghiệp có việc làm phù hợp với ngành nghề đào tạo, tỉ lệ sinh viên có việc làm là 93,46%. Với phương châm coi "chất lượng đào tạo là sự sống còn của nhà trường", ngay từ khi thành lập, Đại học dân lập Hải Phòng luôn nỗ lực hết mình nhằm tạo cơ hội tốt nhất giúp sinh viên phát triển toàn diện cả về trí lực, thể lực và nhân cách. Sinh viên trường Đại học dân lập Hải Phòng được học tập, hướng dẫn bởi đội ngũ giảng viên có trình độ học vấn cao, nhiệt tình với sự nghiệp "trồng người" với hơn 400 giảng viên, trong đó 82% là Giáo sư, Phó giáo sư, Tiến

sĩ, Thạc sĩ có năng lực chuyên môn cao, có kinh nghiệm giảng dạy và tận tâm với sinh viên. nhà trường có quan hệ hợp tác, liên kết đào tạo với nhiều trường trong nước và nước ngoài, các tổ chức xã hội, kinh tế của các nước: Mỹ, Singapore, Hàn Quốc, Anh, Trung Quốc…

Bộ môn Văn hóa du lịch là một trong những bộ môn được thành lập muộn của Trường Đại học Dân lập Hải Phòng. Ban đầu, Bộ môn là một trong năm ngành đào tạo thuộc Bộ môn Môi trường.

Từ năm học 2001 - 2002, Bộ môn bắt đầu tuyển sinh khóa 1 và trở thành đơn vị đầu tiên đào tạo cử nhân chính quy về du lịch, văn hóa du lịch trên địa bàn thành phố Hải Phòng và khu vực miền Duyên hải Đông Bắc. Mục tiêu đào tạo của Bộ môn là đào tạo Cử nhân Văn hóa du lịch có kiến thức chuyên môn, có kỹ năng nghiệp vụ, có trình độ ngoại ngữ và khả năng tác nghiệp tốt trên các lĩnh vực du lịch và văn hóa.

Từ chỗ chỉ đào tạo hệ đại học chính quy tập trung dài hạn 4 năm, từ năm học 2004 - 2005 Bộ môn Văn hóa- Du lịch đào tạo thêm hệ cao đẳng chính quy tập trung dài hạn 3 năm và từ năm học 2007 - 2008 bắt đầu đào tạo hệ liên thông cao đẳng lên đại học. Hiện nay, Bộ môn Văn hóa- Du lịch đang tiếp tục xây dựng chương trình đào tạo hệ trung cấp chuyên nghiệp trình Bộ Giáo dục- Đào tạo để xin phép mở rộng hệ đào tạo. Đến nay, Bộ môn Văn hóa- Du lịch đã đào tạo được hơn 900 cử nhân văn hóa du lịch và đang đào tạo hơn 800 sinh viên hệ đại học và cao đẳng. Sinh viên tốt nghiệp ra trường có khả năng tác nghiệp ở nhiều vị trí khác nhau như: Cán bộ giảng dạy; Điều hành du lịch; Quản lý khách sạn, nhà hàng; Cán bộ nghiên cứu; Hướng dẫn viên du lịch; Phóng viên

Bên cạnh đội ngũ giảng viên cơ hữu gồm 02 Tiến sĩ, 01 Nghiên cứu sinh 03 Thạc sĩ, 04 Cử nhân (trong đó có 02 Học viên cao học), Bộ môn Văn hóa du lịch còn có trên 30 giảng viên thỉnh giảng là các Giáo sư, Phó giáo sư, Tiến sĩ, Thạc sĩ đến từ các trường Đại học, các Viện nghiên cứu trong cả nước. Thực hiện chủ trương đổi mới phương pháp giảng dạy, hiện nay các giảng viên của Bộ môn Văn

hóa du lịch đang tiến hành xây dựng hệ thống bài giảng điện tử, bài thực hành và tài liệu tham khảo cho hầu hết các môn chuyên ngành. Bên cạnh đó, Bộ môn đang có kế hoạch xây dựng hệ thống phòng thực hành phục vụ công tác thực hành, thực tập của sinh viên nhằm gắn lý thuyết với thực tế. Bộ môn đã đặt quan hệ tốt với trên 150 cơ quan, đơn vị trên địa bàn thành phố và các tỉnh miền Bắc để sinh viên thực tập. Trong quá trình học tập, Bộ môn đã tổ chức các chuyến đi thực tế dài ngày cho sinh viên các năm thứ 2, 3, 4 như thực tế Dân tộc học ở Hòa Bình, Thái Nguyên; Tìm hiểu Di sản thế giới Hạ Long, đặc biệt là thực tế tổng hợp chuyên ngành tại các tuyến điểm du lịch miền Trung. Ngoài ra, sinh viên các lớp cũng thường xuyên tổ chức các chuyến đi nhằm tăng thêm hiểu biết, vận dụng kiến thức đã được học trên giảng đường vào thực tế, phục vụ cho việc học tập và công tác sau này. Bên cạnh hoạt động chuyên môn, các hoạt động đoàn thể của Bộ môn cũng rất sôi nổi. Liên chi đoàn Văn hóa du lịch là một trong những Liên chi có hoạt động phong trào mạnh của trường Đại học Dân lập Hải Phòng. Được sự giúp đỡ của Bộ môn và nhà trường, Liên chi đoàn đã có bước phát triển nhanh chóng và tổ chức thành công nhiều hoạt động như Tìm hiểu về Hội nghị Apec năm 2006, Cuộc thi Tìm hiểu văn hóa và Luật du lịch năm 2007, Liên hoan văn nghệ toàn Liên chi năm 2007…

Bên cạnh đó, sinh viên Văn hóa du lịch còn tích cực tham gia các phong trào Tình nguyện, hiến máu nhân đạo, tham gia các Hội thi, Liên hoan văn nghệ, các giải Thể thao toàn trường và giành được nhiều giải thưởng cao.

Giảng viên và sinh viên Bộ môn Văn hóa du lịch đang nỗ lực từng ngày để trở thành một trong những bộ môn lớn mạnh của Trường Đại học Dân lập Hải Phòng, góp phần vào việc đào tạo nguồn nhân lực cho đất nước.

2. Loại hình teambuilding du lịch được ứng dụng đào tạo tại Bộ môn văn hóa – du lịch và thực tế khai thác của sinh viên trường ĐHDL Hải Phòng.

2.1. Teambuilding trong hoạt động du lịch và dã ngoại nói chung.

Con người ngày càng có nhiều nhu cầu, trong đó du lịch đem lại nhiều lợi ích cho người hưởng thụ đồng thời tạo ra nhiều hình thức kinh doanh cho các doanh nghiệp khai thác ngành công nghiệp không khói này. Team-building (xây dựng nhóm) là một trong những hình thức du lịch cộng đồng đang có khuynh hướng phát triển tại Việt Nam.

Chương trình thường có nhiều trò chơi, kết hợp thực hành - đánh giá - đào tạo, nhằm liên kết và giữ người tài, đồng thời khơi dậy động lực và niềm tự hào trong mỗi nhân viên để cùng hướng đến mục đích chung. Team Building thường tổ chức như một khoá học ngoài trời thông qua các hoạt động trò chơi để cho những người tham gia cùng trải nghiệm, suy ngẫm các tình huống dựa trên các câu hỏi của giảng viên, người hướng dẫn để học viên, người tham gia rút ra các bài học cụ thể trong thực tiễn công việc. Từ đó, giúp học viên điều chỉnh thái độ và hành vi cá nhân cho phù hợp hơn khi làm việc chung với nhau, cùng hướng đến mục tiêu chung của tổ chức, tăng cường sự hiểu biết, phối hợp nhịp nhàng, ăn khớp, nâng cao kỹ năng giao tiếp, xử lý các tình huống và đạt hiệu quả cao trong công việc.

Tại Việt Nam, Team Building còn khá mới mẻ, chỉ được du khách và các công ty du lịch lữ hành đưa vào chương trình tour trong vài năm gần đây. Một số người nhầm lẫn dịch vụ này với du lịch, một số khác cho Team Building là kỹ năng làm việc nhóm cần thiết khi chuẩn bị đi làm. Theo cách hiểu gần gũi nhất là Team Building là một quá trình đưa mọi người lại gần nhau để cùng thực hiện một mục tiêu, một công viêc hay bất kỳ một nhiệm vụ nào đó. Team Building cần thiết cho tất cả mọi người. Trong các chương trình thiết kế, Team Building luôn nhấn mạnh các mặt của con người trong lao động, học tập và trau dồi kỹ năng để giúp các nhà doanh nghiệp xây dựng môi trường văn hoá cho mình thông qua yếu tố con người. Đây là cách giúp mỗi người vận động và nối kết với nhau một cách chặt chẽ để

cùng nhau thực hiện một công việc, một nhiệm vụ nào đó một cách chuyên nghiệp và độc đáo. Kiểu du lịch mới này được đánh giá là hình thức du lịch của thời hiện đại, thường phát triển mạnh mẽ tại các nước phát triển tiên tiến, nó không chỉ trong du lịch giải trí mà ngay trong cả hoạt động của hầu hết các công ty nước ngoài. Theo tìm hiểu thì số lượng du khách lựa chọn hình thức này có xu hướng tăng trong thời gian gần đây. Hầu hết các công ty du lịch lữ hành như Du lịch Việt, Vietravel, Fiditour, Bến Thành Tour, Vietmark,….đều đưa hình thức Team Building vào hoạt động kinh doanh nhằm phục vụ nhu cầu của du khách trong và ngoài nước.

Một thế mạnh của loại hình du lịch mới này là chúng ta có thể tổ chức các chương trình Team Building ở bất kỳ địa điểm nào, ngay tại TPHCM hoặc ở các đô thị khác như Vũng Tàu, Đà Lạt, Nha Trang, Mũi Né hay những chuyến đi lên rừng như Vườn quốc gia Cát Tiên, rừng thông Đà Lạt, vườn quốc gia Núi Chúa (Ninh Thuận), rừng U Minh hoặc ở những vùng duyên hải như Nha Trang, Phan Thiết, Phú Quốc...Tham gia chuyến du lịch Team Building không chỉ mang đến cho du khách ý nghĩa đơn thuần là nghỉ ngơi, vui chơi, giải trí mà khi tham gia vào các trò chơi, bên cạnh sự kết nối giữa các thành viên trong nhóm thì đó cũng là một nghệ thuật lãnh đạo cùng như nghệ thuật vượt qua chính mình trước những thử thách khi nhập cuộc chơi, qua đó có thể nói rằng Team Building không chỉ là chơi mà còn là sự học trong cái gọi là chơi thông qua các trò chơi trong hành trình.

2.2. Bước đầu tiếp cận của sinh viên ngành Du lịch về hoạt động Teambuilding thông qua các loại hình đào tạo của trường.

Dựa trên hiểu biết sâu sắc về những đặc trưng, vai trò và chức năng của hoạt động teambuilding, các đơn vị đào tạo đã ứng dụng loại hình hoạt động này trong phương pháp giảng dạy tích cực.

Phương pháp giảng dạy tích cực lấy người học làm trung tâm (Students-centered) là một trong những mục tiêu giáo dục được nhiều nhà giáo dục nghiên

cứu, đúc kết từ thực tiễn và xây dựng thành những lý luận mang tính khoa học và hệ thống.

Phương pháp dạy học tích cực xuất hiện ở các nước phương Tây từ đầu thế kỷ XX và phát triển mạnh từ nửa sau của thế kỷ, có ảnh hưởng sâu rộng tới các nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Đó là cách thức dạy học theo lối phát huy tính tích cực, chủ động, sáng tạo của người học. Phương pháp dạy học tích cực hướng tới việc hoạt động hóa, tích cực hóa hoạt động nhận thức của người học, nghĩa là tập trung vào phát huy tính tích cực của người học. Giáo viên là người giữ vai trò hướng dẫn, gợi ý, tổ chức, giúp cho người học tự tìm kiếm, khám phá những tri thức mới theo kiểu tranh luận, hội thảo theo nhóm. Họ có vai trò là "trọng tài", điều khiển tiến trình giờ dạy. Phương pháp dạy học này chú ý đến đối tượng người học, coi trọng việc nâng cao khả năng cho người học; nêu tình huống, kích thích hứng thú, suy nghĩ và phân xử các ý kiến đối lập của người học, từ đó hệ thống hóa các vấn đề, tổng kết bài giảng, khắc sâu những tri thức cần nắm vững.

Để giúp người học tham gia vào đời sống xã hội một cách tích cực, tránh tính thụ động, ỷ lại thì phương pháp dạy học trong nhà trường có một vai trò rất to lớn. Dạy học theo nhóm đang là một trong những phương pháp tích cực nhằm hướng tới mục tiêu trên. Với phương pháp này, người học được làm việc cùng nhau theo các nhóm nhỏ và mỗi một thành viên trong nhóm đều có cơ hội tham gia vào nhiệm vụ đã được phân công sẵn. Hơn nữa với phương pháp này người học thực thi nhiệm vụ mà không cần sự giám sát trực tiếp, tức thời của giảng viên.

Một nhiệm vụ mang tính cộng tác ***là nhiệm vụ mà người học không thể giải quyết một mình mà cần thiết phải có sự cộng tác thực sự giữa các thành viên trong nhóm*** tuy nhiên vẫn phải đảm bảo tính độc lập giữa các thành viên. Hơn nữa, người dạy cần phải có yêu cầu rõ ràng và tạo điều kiện thuận lợi cho việc hợp tác giữa người học nhằm nhấn mạnh công việc mà người học tiến hành trong suốt quá trình thực thi nhiệm vụ. Trong quá trình hợp tác, công việc thường được phân công ngay từ đầu cho mỗi thành viên. Trong quá trình học tập theo nhóm, tầm

quan trọng của nhiệm vụ được phân công và vai trò của nhiệm vụ sẽ quyết định động cơ học tập của người học. Người học sẽ có động cơ thực hiện nhiệm vụ của mình nếu họ biết rõ được vai trò của các nguồn thông tin ban đầu, của các nguồn lực sẵn có, biết được ý nghĩa của vấn đề, của các yếu tố đầu vào.

Cần chú ý rằng phương pháp học tập theo nhóm được đánh giá cao hay thấp tuỳ theo vào nội dung mà ta muốn truyền đạt. Theo một vài tác giả, phương pháp này sẽ hiệu quả hơn đối với việc giải quyết các vấn đề, những nhiệm vụ không quá dễ đòi hỏi sự sáng tạo, ý tưởng đa dạng.

Một nhiệm vụ càng gần với kinh nghiệm cá nhân hoặc với công việc sau này của người học sẽ có nhiều cơ hội khích lệ người học tham gia hơn. Nhiệm vụ như vậy cần phải có các đặc trưng sau:

- Phát huy tinh thần trách nhiệm của người học bằng cách trao cho họ quyền được chọn nhiệm vụ
- Phải thích đáng trên bình diện cá nhân, xã hội và nghề nghiệp
- Thể hiện sự thách thức đối với người học
- Cho phép người học có thể trao đổi thông tin qua lại lẫn nhau
- Được tiến hành trong một khoảng thời gian vừa đủ
- Nhiệm vụ phải rõ ràng

Số lượng người học trong một nhóm thường vào khoảng từ 5 đến 10 (con số này có thể tăng hoặc giảm tuỳ theo nhiệm vụ của nhóm, cơ sở vật chất hiện có, trình độ của người học, thời gian dành cho nhiệm vụ,..). Thực tế thì mục tiêu của học tập cộng tác là giúp người học thảo luận, trao đổi ý kiến và chất vấn nhau. Nếu như có quá ít người trong một nhóm thì chúng ta không chắc là sẽ thu thập được các quan điểm đa dạng và khác nhau. Ngược lại, nếu số lượng người trong nhóm quá lớn thì khó có thể cho phép từng thành viên tham gia trình bày quan điểm của mình, hoặc khó có thể quản lý được hết các ý kiến khác nhau.

Một nhóm lý tưởng là nhóm cho phép mọi thành viên tham gia diễn đạt ý kiến của mình, bình luận và chất vấn ý kiến của người khác. Sự không đồng nhất giữa các thành viên trong nhóm cũng là một chỉ tiêu đáng được quan tâm, nó cho phép sản sinh ra nhiều ý kiến đa dạng hơn một nhóm đồng nhất. Sự không đồng nhất biểu hiện ở các khía cạnh sau:

- Đặc trưng của từng cá nhân (tuổi, giới tính, đạo đức xã hội,…)
- Kiến thức, trình độ học vấn, trình độ nghề nghiệp
- Khả năng nhận thức
- Kiến thức hiểu biết về xã hội

Tuy nhiên, trong một vài trường hợp, tuỳ thuộc vào chủ đề của nhóm, vào hoàn cảnh công việc của nhóm, sự không đồng nhất giữa các thành viên cũng có thể có những nhược điểm như: quá nặng đối với một vài thành viên dẫn đến chậm trễ trong công việc, hoặc khó thực thi.

Trong bất kỳ trường hợp nào, người dạy luôn phải tổ chức tốt việc chất vấn ý kiến vì chính việc này sẽ làm thay đổi về nhận thức của người học. Người dạy không nên can thiệp quá sâu vào nội dung mà chỉ giữ vai trò chỉ dẫn thực sự trong các nhóm về các vấn đề sau:

- Tổ chức lấy ý kiến
- Hướng dẫn thảo luận
- Cung cấp những thông tin cần thiết
- Theo dõi ý kiến, quan điểm của mỗi một thành viên
- Duy trì hướng đi cho các nhóm theo đúng nhiệm vụ được giao

Tác động tích cực của phương pháp dạy học theo nhóm.

Phương pháp dạy học theo nhóm có những tác động tích cực về mặt nhận thức sau:

- Học viên ý thức được khả năng của mình
- Nâng cao niềm tin của học viên vào việc học tập
- Nâng cao khả năng ứng dụng khái niệm, nguyên lý, thông tin về sự việc vào giải quyết các tình huống khác nhau

Ngoài những tác động về mặt nhận thức, một số tác giả còn cho rằng phương pháp này còn có tác động cả về quan điểm xã hội như:

- Cải thiện mối quan hệ xã hội giữa các cá nhân
- Dễ dàng trong làm việc theo nhóm
- Tôn trọng các giá trị dân chủ
- Chấp nhận được sự khác nhau về cá nhân và văn hoá
- Có tác dụng làm giảm lo âu và sợ thất bại
- Tăng cường sự tôn trọng chính bản thân mình

2.2.1. Hoạt động Teambuilding qua các môn học trên lớp.

Hoạt động Teambuilding trong bài giảng của Bộ môn Du lịch là phương pháp tích cực. Với cách học này giúp sinh viên có thể học tập và phát triển tốt kỹ năng nghiệp vụ du lịch. Thảo luận nhóm và đóng vai là phương pháp chủ yếu qua các giờ học.

Các nhà nghiên cứu tuyên bố rằng, cho dù nội dung môn học như thế nào thì sinh viên làm việc theo từng nhóm nhỏ cũng có khuynh hướng học được nhiều hơn những gì được dạy và nhớ lâu hơn so với các hình thức dạy học khác.

Và cách dạy của trường Đại học dân lập Hải Phòng đối với ngành Du lịch cũng không phủ nhận tầm quan trọng của cách dạy truyền thống cũng như hình thức thảo luận theo sự hướng dẫn của giáo viên ở các trường đại học. Nhưng hiện nay phần lớn giáo viên đã thấy được giá trị của việc phân sinh viên làm việc cộng tác theo nhóm, làm việc theo nhóm nhỏ trong và ngoài giờ học là một phần bổ

sung quan trọng cho các bài giảng, giúp sinh viên nắm vững các khái niệm và áp dụng vào các tình huống cần đến các kỹ năng suy nghĩ đào sâu. Điều quan trọng là các giáo viên phải biết cách tận dụng bằng cách tạo cơ hội và hình thành thói quen cho sinh viên thực hành các phương pháp học tập nhóm. Hoạt động Teambuilding trong các giờ học được giáo viên tổ chức như sau:

(1) Phân nhóm và giao câu hỏi:

Trong các giờ học chuyên ngành Du lịch hình thức làm việc theo nhóm được đề cập ở đây chỉ nói đến các đề tài kéo dài hàng tiết, trong nhiều buổi học hoặc vài tháng. Giáo viên phân chia sinh viên thành từng nhóm hoặc sinh viên tự chọn nhóm cho mình và tất nhiên mỗi cách đều có mặt lợi và mặt hại. Nhưng điều chính yếu ở đây là bài tập phân công đòi hỏi phải có sự phụ thuộc lẫn nhau vì thế không cá nhân nào có thể hoàn thành bài tập một mình. Hình thức này được gọi là Học dựa trên Vấn đề. Giáo viên đưa ra vấn đề để sinh viên thảo luận và tạo điều kiện hoặc giúp đỡ sinh viên trong quá trình học tập.

Làm việc theo nhóm đòi hỏi giáo viên phải chuẩn bị bài giảng kỹ và không thể thiếu tính khó trong các bài tập. Nhưng lợi ích đạt được rất đáng kể, chẳng hạn sinh viên sẽ tích cực tham gia, hiểu và nhớ bài lâu hơn, nắm vững các kỹ năng quan trọng để có thể thành công trong môn học hoặc trong nghề nghiệp. Ngoài ra, sinh viên sẽ hăng hái trong việc tự học, điều này khích lệ sinh viên nghiên cứu độc lập.

Phân nhóm làm bài tập:

Quyết định phân nhóm học tập của giáo viên dựa trên mục đích của môn học. Do ngành học cần áp dụng các kiến thức lý thuyết vào thực tiễn và chứng tỏ tính quyết đoán hay các kỹ năng giải quyết vấn đề hoặc tính chuyên nghiệp của sinh viên trong lĩnh vực du lịch; vậy nên việc phân nhóm được giáo viên rất coi trọng.

Loại bài tập nhóm giáo viên dự kiến trong môn học cũng được kiểm tra để bảo đảm sinh viên có thể hoàn thành. Và việc thảo luận thường được các giáo viên áp dụng như sau:

(a) đòi hỏi cá nhân phải có trách nhiệm giải trình đối với các thành viên nhóm;

(b) các thành viên nhóm phải thảo luận và tác động lẫn nhau;

(c) bảo đảm các thành viên nhận được phản hồi trực tiếp,rõ ràng và có ý nghĩa;

(b) tặng quà cho nhóm nào có kết quả cao (Michaelson, Fink, và Knight 1997).

Trách nhiệm giải trình của từng sinh viên rất quan trọng cho thành công của nhóm. Vì theo khuynh hướng tự nhiên sẽ có một số sinh viên vượt trội và một số kém hơn có khuynh hướng rút lui, điều này sẽ dần dần xảy ra trừ phi có một cơ chế yêu cầu mọi người tham gia. Để khắc phục vấn đề này, giáo viên dùng giấy chấm công, mỗi thành viên ghi ra những ý tưởng đóng góp của mình vào cuộc thảo luận nhóm trong ngày hôm đó hoặc một đề tài lớn hơn kéo dài trong tuần. Hoặc bao gồm cả việc yêu cầu sinh viên phê bình ý kiến của các thành viên khác, đặc biệt một phần của sản phẩm là yêu cầu ghi biên bản ý kiến đóng góp của từng thành viên.

Ý kiến phản hồi từ giáo viên, từ các thành viên trong nhóm và từ các nhóm khác giúp từng nhóm điều chỉnh lại theo hướng đúng và vì thế giúp xây dựng mối liên kết giữa các nhóm với nhau. Nếu các nhóm không rõ ràng trong quá trình làm việc, khó khăn giữa các thành viên sẽ là trở ngại lớn đến năng lực làm việc theo thứ tự nhằm đạt được mục đích đã đề ra. Và sản phẩm sau cùng được chấm điểm như đề tài của cả nhóm, điều này tạo áp lực giữa các thành viên trong nhóm thúc đẩy nhau cùng làm việc cho dù là trong quá trình tổ chức cũng như đối với từng cá nhân có thể nảy sinh các khó khăn trong quá trình thực hiện.

Du lịch là lĩnh vực bao hàm kiến thức xã hội rất cao, với lượng kiến thức khá rộng, đưa lý luận vào thực tiễn là rất khó. Qua hoạt động Teambuilding, giáo viên đã:

- Kể những câu chuyện hấp dẫn mà sinh viên có thể liên hệ qua đó củng cố mối liên quan giữa lý thuyết và ứng dụng.
- Không hạn chế sinh viên, kích thích sinh viên thực hiện và biện minh cho các ước lượng và giả định mà họ đưa ra.

- Đưa ra các vấn đề để sinh viên tranh luận hoặc yêu cầu họ đưa ra những quyết định, vì vậy đòi hỏi sinh viên phải có hướng giải quyết chứng tỏ kỹ năng tư duy ngoài vốn kiến thức đơn giản và bao hàm mà sinh viên biết.
- Vừa đủ khó để sinh viên thấy rằng họ cần phải cùng nhau làm việc nhằm đưa ra kết luận thỏa đáng. (Allen, Duch và Groh, 1996).

Học tập theo nhóm nhỏ trong giảng dạy Bộ môn Du lịch được thực hiện khi:

- Thuyết minh về điểm du lịch

- Thảo luận về các phương án giải quyết tình huống phát sinh khi điều hành Tour du lịch.

- Thiết kế tính giá Tour,công việc điều hành Tour,…..

- Cùng thực hiện các nhiệm vụ do giáo viên giao phó.

Để phát huy tính tích cực và tính thực tế của sinh viên giáo viên đã:

- Phân công nhóm thường xuyên và nhóm cơ động:

Để duy trì hoạt động Teambuilding, giáo viên phân công thường xuyên theo từng bàn hoặc hai bàn ghép lại, có thể thay đổi nhóm khi có những công việc cần thiết gọi là nhóm cơ động, không ổn định.

- Phân công trách nhiệm cho từng nhóm để đạt hiệu quả cao.

- Phân công nhóm trưởng, và yêu cầu nhóm trưởng giao nhiệm vụ cho từng thành viên trong nhóm: thu thập tài liệu, thuyết trình, phản biện…(việc phân công này có sự thay đổi để phát huy hết vai trò của từng cá nhân).

- Giáo viên giao câu hỏi cho từng nhóm, và trong suốt quá trình thảo luận của nhóm để đưa đến kết quả cuối cùng, giáo viên theo dõi giúp đỡ, định hướng, điều chỉnh kịp thời hoạt động của mỗi nhóm đi đúng hướng.

(2) Tổ chức thảo luận nhóm:

Để tiến hành bước này, giáo viên yêu cầu lớp như sau:

- Xác định yêu cầu thu nhận được về câu trả lời.(về cả lý thuyết và thực tế trong hoạt động du lịch).

- Chia nhóm: số lượng từ 4-10 sinh viên.

- Cử nhóm trưởng và hướng dẫn cách tiến hành thảo luận nhóm.

Tiến hành tổ chức thảo luận:

Sau khi nhận được câu hỏi, hay yêu cầu thảo luận của giáo viên, các nhóm trưởng nêu câu hỏi cho mọi thành viên trong nhóm để xây dựng dàn ý chung, đưa ra các ý tưởng và viết ra giấy.

Nhóm cử đại diện chuẩn bị lên trình bày trước lớp.

Vai trò của nhóm trưởng:

Trong hoạt động Teambuilding trên lớp, vai trò của người nhóm trưởng điều hành rất quan trọng, nhóm trưởng có các nhiệm vụ sau:

- Hướng dẫn nhóm đi sâu vào các phần quan trọng của các vấn đề cần làm sáng tỏ.

- Cân đối thời gian cho mỗi câu hỏi, các câu hỏi khó cần nhiều người lanh lợi, có khả năng diễn đạt, có uy tín với nhóm để bồi dưỡng một cách có kế hoạch.

Vai trò của giáo viên hướng dẫn:

- Điều hành toàn bộ kế hoạch từ khi bắt đầu đến lúc kết thúc

- Bao quát lớp để nắm tình hình

- Giúp đỡ sinh viên giải quyết đúng hướng vấn đề

Thảo luận chung cả lớp:

- Đại diện từng nhóm lên trình bày trước lớp: đây là thành quả cuối cùng của cuộc thảo luận nhóm.

Là một hướng dẫn viên du lịch tương lai, hay một nhà kinh doanh trong lĩnh vực du lịch đều cần đến kỹ năng thuyết trình. Một người có khả năng thuyết trình trước đám đông, lôi cuốn được họ và cuối cùng là đạt được mục tiêu của hoạt động thuyết trình là người nghe cảm nhận được những điều mà mình nói. Và hoạt động Teambuilding được áp dụng trong quá trình giảng dạy là điều kiện cần đem lại thành công trên. Qua các môn học thầy cô có nhiều cách phân chia nhóm để việc thuyết trình đạt hiệu quả. Song cũng tùy từng môn học mà thầy cô có sự phân chia khác nhau. Đối với môn học quan trọng như: Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch. Môn

học này cần khả năng thuyết trình của sinh viên cao, sự tự tin thuyết trình trước đám đông. Vậy nên việc thuyết trình của mỗi nhóm nhằm nâng cao khả năng nói trước đám đông cuả mỗi cá nhân.

- Các thành viên trong lớp phát biểu bổ sung hoặc tranh luận đúng sai.
- Giáo viên nhận xét, hệ thống hóa kiến thức theo yêu cầu đã đặt ra.

(3) Tổ chức hoạt động nhóm thông qua các vai diễn:

Đây là hoạt động rất sôi nổi, bởi nó đưa các sinh viên bước vào một thế giới thực tế, trở thành một người hướng dẫn viên chuyên nghiệp, hay cũng có thể trở thành một người điều hành Tour,… Sinh viên phải hiểu sâu về kiến thức và thực tế thì mới làm cho vai diễn của mình thành công được.

Sinh viên được phân nhóm, chọn câu hỏi, và nhóm trưởng phân vai. Câu trả lời là một câu chuyện hay một tình huống vo cùng hấp dẫn mà cả nhóm cùng thống nhất dàn dựng.

Các bước thực hiện:

- Trước hết sinh viên đọc tài liệu mà giáo viên giao cho để hiểu các kiến thức cơ bản.
- Tổ chức thành nhóm, phân chia nhiệm vụ.
- Mỗi thành viên trong nhóm đảm nhiệm 1 vai diễn, là hướng dẫn viên, du khách,….
- Từng nhóm lên thể hiện tình huống của mình.
- Cả lớp nhận xét, tranh luận
- Giáo viên nhận xét, đánh giá kết quả.

Tổ chức hoạt động Teambuilding trong giờ giảng dạy của Bộ môn Du lịch đóng một vai trò tích cực cho công việc sau khi ra trường của sinh viên. Quan thảo luận nhóm và đóng vai, sinh viên có điều kiện sử dụng ngôn ngữ để diễn đạt những ý tưởng của mình trước tập thể. Sinh viên rèn luyện khả năng ứng đáp linh hoạt khi tranh luận hay trả lời câu hỏi và sẽ mạnh dạn, tự tin, bình tĩnh trước đám đông.

Thảo luận nhóm tạo ra môi trường học tập thuận lợi để người học giúp đỡ lân nhau, tăng thêm tình đoàn kết, sự hợp tác và ý thức tập thể.

2.2.2. Hoạt động Teambuilding qua các chuyến thực tế.

Trong quá trình thực tiễn học tập, sinh viên của Bộ môn văn hóa du lịch đã có nhiều hoạt động thực hành lý thuyết về hoạt động này: Các cuộc thảo luận chuyên đề theo nhóm, các buổi hội nghị hội thảo về các chuyên đề chuyên sâu.

Ngoài ra còn tổ chức các chuyến đi thực tiễn, thực hành hoạt động teambuilding du lịch, đi vào thực tế hoạt động các loại hình teambuilding đã được đào tạo trong nhà trường: Cụ thể là chuyến đi thực tế tại Thái Nguyên; Hạ Long; đặc biệt chuyến đi thực tế miền Trung được của sinh viên Bộ môn văn hóa du lịch, hành trình khám phá thực tế, trải nghiệm, kiểm chứng lý thuyết song song với đó là việc rèn luyện các kỹ năng, thực hành bài học về hoạt động teambuilding, vận dụng, nâng cao kỹ năng thực hành trong tổ chức thực hiện loại hình teambuilding trong du lịch.

Chuyến đi thực tế là một hành trình dài trải nghiệm và rèn luyện kỹ năng, đó cũng là cơ hội du lịch khám phá vẻ đẹp thiên nhiên quyến rũ đã đi vào thơ ca của những điểm tham quan du lịch nổi tiếng. Trong hành trình này, tác giả cũng đã trực tiếp tham gia khám phá vẻ đẹp và cũng là cơ hội tác giả thực hành kỹ năng, rèn luyện kỹ năng tổ chức nhóm.

Kỹ năng tổ chức nhóm qua các chuyến đi thực tế được thực hiện qua các hình thức sau:

(a) Qua các trò chơi tập thể:

* Quan niệm về trò chơi tập thể:

Trò chơi tập thể là một hoạt động giải trí có tính chất cộng đồng, trong đó những người tham gia đều tìm cách để đi đến một giải pháp chung được mọi người thừa nhận.

* Đặc trưng của trò chơi tập thể:

Theo nhà trò chơi học người Pháp Roger Gaillois, quan niệm về trò chơi tập thể thể hiện theo 6 đặc trưng cơ bản:

- Trò chơi là một hoạt động tự do, người tham gia trò chơi là tự nguyện, không mang tính bắt buộc vì nếu trái lại, trò chơi sẽ mất tính hấp dẫn của sự giải trí hào hứng. Mặc dù trò chơi phải có luật chơi, tuy nhiên đó chỉ là sự quy ước để đảm bảo tính công bằng cho người chơi chứ không gây cho người chơi sự gò ép hay bắt buộc.

- Trò chơi là một hoạt động biệt lập. Tính biệt lập của trò chơi biểu hiện ở chỗ trò chơi không liên quan đến cuộc sống lao động hằng ngày. Người tổ chức trò chơi luôn có mục đích nhất định, tuy nhiên trò chơi trước hết là một hoạt động giải trí mà qua đó có thể đạt được mục đích đặt ra, nó diễn ra trong một khoảng thời gian và không gian quy định trước.

- Trò chơi là một hoạt động bất định, trò chơi có thể tạo nên không khí hấp dẫn, hào hứng bởi vì không ai có thể xác định diễn biến cụ thể của nó cũng như kết quả cuối cùng của nó.

- Trò chơi là một hoạt động có quy tắc, tính quy tắc được bảo đảm bằng luật chơi mà người chơi phải tuân theo.

- Trò chơi là một hoạt động giả định, nằm ngoài cuộc sống bình thường được cách điệu hóa, đơn giản hay phức tạp tùy thuộc vào trường hợp cụ thể.

* Phân loại trò chơi:

- Phân loại theo sự vận động: trò chơi động (vận dụng đến nhiều cơ bắp, sức lực, bắt người chơi phải di chuyển nhiều); trò chơi tĩnh (vận động nhiều đến trí óc, ít di chuyển).

- Phân loại theo không gian tổ chức: trò chơi ngoài trời (outdoor); trò chơi trong phòng (indoor).

- Phân loại theo cách thức chơi:

Trò chơi nhỏ: cách thức tổ chức đơn giản, thời gian ngắn.

Trò chơi lớn: phạm vi tổ chức rộng hơn, thêm các kỹ thuật phức tạp và nhiều đạo cụ bổ trợ.

Trò chơi vận động: đây là loại hình trò chơi phát triển mạnh và đa dạng nhất, thu hút nhiều đối tượng. Loại hình vận dụng được nhiều đặc điểm của một số lĩnh vực khác như thi đấu thể thao, đấu trí,….

* Một số trò chơi đã áp dụng trong các chuyến đi thực tế:

(1). TRÒ CHƠI VUA HÙNG KÉN RỂ

Hình thức chơi:

Chúng ta chọn các bạn chơi và sau đó chia làm 2 đội.

Mỗi đội phải làm theo lời của chủ trò, chủ trò yêu cầu tìm kiếm cái gì thì các đội phải lấy thật nhanh và sau đó giao cho người chủ trò. Qua nhiều lần như vậy đội nào lấy được nhiều đồ hơn thì đội đó sẽ giành thắng lợi.

(2). TRÒ CHƠI ĐI TÌM NGƯỜI THÂN

Hình thức chơi:

Có thể chọn ra 2 bạn bao gồm 1 nam và một nữ. Sau đó cho cả 2 bạn ra ngoài khỏi vị trí của tập thể làm sao cho 2 bạn đó không nhìn thấy gì ở tập thể. Người chủ trò có nhiệm vụ là tìm 2 người cũng như vậy và người đó được chỉ định. Để cho 2 bạn vào tim ra 2 người được chỉ định ấy. Sẽ xó những câu hỏi tùy các bạn muốn hỏi tập thể

Ví dụ như: Người ấy tóc dài đúng hay sai.

Lưu ý câu hỏi chỉ được chọn là đúng hay sai. Không được hỏi như người ấy tóc dài phải không, hoặc người ấy tóc dài hay tóc ngắn.

Câu trả lời của tập thể chỉ là nếu đúng thì vỗ tay, nếu sai thì sẽ ồ lên. Xoay trong các câu hỏi sẽ làm cho bạn có thể tìm thấy bạn mà người chủ trò chỉ định.

Trò chơi này sẽ giúp các bạn có thêm khả năng quan sát

(4). TRÒ CHƠI BẮT CÁ

Giúp đối tượng chơi có phản ứng nhanh nhẹn, tạo không khí vui vẻ trong học tập. Số lượng: Tùy thộc vào người quản trò có thể chọn người chơi, đứng thành vòng tròn. Nội dung: Quản trò quy định người bắt cá và cá

Người bắt cá: Đứng đối diện nhau, hai tay của hai người nắm vào nhau và đưa lên cao. Cá: Còn lại người chơi là cá, nắm tay vào nhau tạo thành vòng tròn.

Cách chơi:

Khi quản trò hô bắt đầu thì người chơi hát một bài hát tập thể, đi vòng tròn, chui qua tay của người bắt.

Khi nghe tiếng còi (hoặc hô chụp) của quản trò, người bắt nhanh tay chụp xuống để bắt cá. Cá nhanh nhẹn thoát ra ngoài. Nếu cá bị bắt sẽ thua, người nào bắt được nhiều cá sẽ dành phần thắng.

Luật chơi:

Cá nào bị bắt là thua.

Người bắt cá không bắt được cá cũng thua, thay người khác làm đôi bắt cá, trò chơi tiếp tục.

Khi nắm tay hát không được đứt đoạn trong vòng tròn.

Chú ý: tùy theo số lượng người chơi để cử người bắt cho phù hợp, không ít quá, nhiều quá.

(b) Hoạt động Teambuilding trên xe ôtô: đây là hoạt động rất thú vị, giúp sinh viên vừa học vừa chơi, không cảm thấy mệt mọi trong suốt chặng đường đi.

- Ý nghĩa của hoạt động:

Teambuilding trên phương tiện di chuyển thông qua các trò chơi mang tính chất vui vẻ, tạo tinh thần làm việc nhóm và biết hiểu phân công công việc tạo ra không khí cạnh tranh vui vẻ và các bài tập về Teambuilding. Tham gia trò chơi các thành viên cảm nhận sự chia sẻ cảm thông, hiểu biết về các điểm du lịch

- Cách thức tổ chức hoạt động Teambuilding trên phương tiện:

Giáo viên sẽ giao cho sinh viên các bài tập động và tìm hiểu về đặc điểm của những địa danh đi qua, về đặc điểm của các thành viên trên xe. Tham gia các trò chơi tập thể để không khí vui vẻ.

(c) Hoạt động Teambuilding tại các địa điểm thực tế:

Tại các điểm đến thực tập, sinh viên sẽ được phân theo nhóm để sinh hoạt tập thể, sau đó nghiên cứu các nội dung giáo viên yêu cầu.

Về bản chất của hoạt động Teambuilding ngoài trời cũng giống hoạt động trong các giờ, song đây là hình thức để sinh viên tham gia vào các trải nghiệm thực tế vậy nên việc tổ chức cho hoạt động nhóm rất cụ thể, kỹ lưỡng để tạo được không khí thú vị cho chuyến dã ngoại của sinh viên, đồng thời nhằm thu lượm một lượng kiến thức thực tế khổng lồ sau chuyến đi.

Thực tế chuyến đi có ý nghĩa rất lớn, đóng góp nhiều giá trị cho quá trình nghiên cứu chuyên đề này của tác giả, chính quá trình trải nghiệm vẻ đẹp thiên nhiên, cảm nhận con người ở các vùng miền gắn với trải nghiệm lý thuyết về hoạt động teambuilding du lịch trong suốt hành trình khám phá đã đem đến cho tác giả những giá trị rèn luyện, giáo dục cao. Trải nghiệm để thấy rõ giá trị, ý nghĩa của hoạt động và cụ thể hơn là tính chất đồng đội thực sự cần thiết, tạo động lực và nguồn cảm hứng để tác giả tiếp tục nghiên cứu và khẳng định vai trò, ý nghĩa của hoạt động.

Sau một khóa học team building qua chuyến đi thực tế, các ý nghĩa thường được rút ra là:

+ Thực tập thông qua việc xây dựng kế hoạch, tổ chức, phân công công việc, bố trí, sắp xếp các thành viên và tài nguyên hợp lý để hướng đội đến việc đạt mục tiêu chung.

+ Dựa trên sức mạnh tập thể để sáng tạo và đưa ra các giải pháp nhằm giải quyết vấn đề.

+ Nhận biết tính cách của các thành viên khác trong đội, điểm mạnh và điểm yếu của từng người để cùng bổ sung và phối hợp với nhau làm việc tốt hơn.

+ Khả năng dự báo, lập kế hoạch, đề phòng rủi ro, xử lý các tình huống bất ngờ…

+ Quản lý và sử dụng tốt tài nguyên của doanh nghiệp.

+ Xây dựng được tinh thần đoàn kết, niềm tin lẫn nhau, tính cạnh tranh lành mạnh giữa các đội với nhau, nhận ra được "bức tranh toàn diện" và cùng hướng đến thành công chung của tập thể.

+ Tạo ra bầu không khí thư giãn, thoải mái, vừa vui vừa học để giảm stress trong công việc .

2.2.3. Tác dụng của hoạt động Teambuiding đối với sinh viên ngành Du lịch.

Hoạt động Teambuilding qua các bài giảng trên lớp, hay các chuyến thực tế đã giúp sinh viên ngành Du lịch của trường Đại học Dân lập Hải phòng rèn luyện kỹ năng và năng lực nghề nghiệp cảu một người hướng dẫn du lịch tương lai:

* Kỹ năng thuyết trình:

Hoạt động Teambuilding giúp sinh viên tự tin thuyết trình trước đám đông. Đây là kỹ năng đều do hướng dẫn viên trực tiếp đảm nhận. Thông qua hoạt động học tập theo nhóm giúp sinh viên làm tốt các các yếu tố tạo nên một kỹ năng thuyết trình hoàn hảo:

- Chuẩn bị tốt nội dung thuyết minh cho khách tham quan.

- Dành thời gian đúng lúc để tạo hứng thú cho người nghe về nội dung thuyết trình.

- Biết cách giới hạn thông tin trong thời gian nhất định (Bởi vì thông thường, khả năng tập trung lắng nghe về ghi nhớ tốt những thông tin mới của con người chỉ giới hạn trong khoảng thời gian không quá 15 phút. Do vậy, dung lượng thông tin cũng không thể quá lớn và nó cần phải có sự xen kẽ với các nội dung khác giữa các phần nội dung thuyết trình.

- Giải quyết vấn đề và kết thúc vấn đề cho mỗi nội dung thuyêt trình đảm bảo logic về các chủ đề.

- Sử dụng lối nói dí dỏm, lôi cuốn người nghe,……

- Kết hợp hài hòa giữa nội dung thể hiện bằng lời nói với ngôn ngữ không lời để biểu đạt nội dung sinh động và lôi cuốn người nghe.

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

Đúng như một ai đó đã từng phát biểu: "Lý do duy nhất của việc bạn đứng đó là để du khách cảm nhận được đầy đủ nhất và tốt nhất về giá trị tham quan, chứ không phải để thể hiện bạn là nhà thông thái". Thật đúng như vậy, kỹ năng thuyết trình trước mọi người rất quan trọng. Trong lĩnh vực du lịch nó là điều kiện cần tạo nên thành công của chuyến tham quan.

* Kỹ năng quan sát:

Là một hướng dẫn viên, việc quan sát phải thực sự là một kỹ năng. Đối tượng quan sát bao gồm: Khách du lịch trong đoàn mà mình đang đảm nhận; quá trình cung ứng các dịch vụ của các nhà cung cấp; quan sát môi trường tại điểm du lịch.

Đối với việc quan sát du khách, hướng dẫn viên phải nhận diện được một cách nhanh nhậy các biểu hiện bên ngoài của du khách và từ đó nắm bắt được diễn biến tâm lý bên trong của họ. Đối với các quan sát về việc cung ứng dịch vụ của các nhà cung cấp, hướng dẫn viên phải nhận diện được sự thiếu phù hợp của dịch vụ so với yêu cầu đặt chỗ, những thiếu sót, bất hợp lý trong quy trình phục vụ, điều kiện phục vụ và thái độ phục vụ của nhân viên tại các nhà cung cấp. Trên cơ sở đó, hướng dẫn viên phải đưa ra những quyết định kịp thời. Đối với môi trường xung quanh, hướng dẫn viên phải nhận diện được những tác động tiêu cực cso thể có đối với việc thực hiện tốt chương trình và có những biện pháp chế ngự khắc phục thích hợp.

Qua hoạt động Teambuilding, sinh viên du lịch đã được trải nghiệm qua các chuyến đi thực tế, biết cách quan sát khách, môi trường xung quanh,… từ đó đã nhận diện được những vấn đề cần quan sát cũng như các biện pháp điều chỉnh khi hướng dẫn cho khách, nhằm đem lại hiệu quả cao cho chuyến tham quan:

(1) Đối với khách du lịch:

Mức độ hứng thú của khách đối với đối tượng tham quan, với nội dung thuyết trình của hướng dẫn viên. Những người cso hứng thú thường sẽ chăm chú lắng nghe, chăm chú quan sát và cũng thường hay đặt các câu hỏi cho hướng dẫn viên. Ngược lại, những người không hứng thú thường hay lơ đễnh, nhìn lên trời và theo đuổi sở thích riêng tư như nói chuyện, say sưa chụp ảnh.

Mức độ hiểu hay cảm nhận của khách về đối tượng tham quan qua bài thuyết minh. Những cử chỉ như gật đầu, nét mặt hân hoan hay qua những câu hỏi đúng lúc, đúng trọng tâm, là những biểu hiện cho sự hiểu và nắm được vấn đề.

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

Biện pháp điều chỉnh:

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

(2) Về môi trường xung quanh

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

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

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

Biện pháp điều chỉnh:

Lựa chọn vị trí quan sát thích hợp, "lôi khách vào cuộc" bằng những thủ pháp điều khiển đoàn khách.

* Kỹ năng lắng nghe:

Qua các giờ thuyết trình trên lớp, thuyết minh tại các điểm du lịch khi đi thực tế, giúp sinh viên nắm vững kỹ năng lắng nghe tốt, để hiểu được những mong muốn thực sự của du khách và mới đáp ứng được đúng mong muốn của họ. Đây là một trong những kỹ năng rất quan trọng, là phương pháp để thuyết phục khách. Hoạt động Teambuilding đã giúp sinh viên biết cách "lắng nghe cảm xúc" và "lắng nghe động cơ" khi tham gia vào hoạt động du lịch:

- Giữ yên lặng và chăm chú lắng nghe. Điều này vừa giúp người hướng dẫn viên không bị phân tâm và không có những động tác thừa, theo thói quen.

- Thể hiện với người nói là mình đang lắng nghe và rất muốn nghe những điều họ nói. Như vậy, khách sẽ cảm nhận thấy sự đồng cảm và sự tôn trọng của hướng dẫn viên ở sự chăm chú , ánh mắt nhìn thẳng, đầy thiện cảm vào chính người đang nói.

- Bình tĩnh và kiên nhẫn.

- Gật đầu mỗi ý của khách để họ biết mình đã hiểu ý họ muốn nói gì.

* Kỹ năng điều khiển đoàn khách.

Điều khiển đoàn khách là một thủ pháp nghệ thuật nhằm duy trì sự tập trung chú ý của đoàn khách vào nội dung thuyết trình của hướng dẫn viên chứ không phải mệnh lệnh bắt buộc. Nó chính là những can thiệp cần thiết trên cơ sở kết quả quan sát diễn biến của đoàn khách trước những tác động ngoại cảnh làm chuyển hướng sự hứng thú khác hoặc một bộ phận nội sinh trong đoàn có những hành động làm ảnh hưởng đến người khác trong khi nghe hướng dẫn viên thuyết trình.

Qua các hoạt động nhóm trong chuyến thực tế, sinh viên đã được đóng vai người hướng dẫn viên điều hành đoàn khách, kỹ năng này được áp dụng như sau:

- Đặt câu hỏi cho khách.

- Tạm dừng nói trong khoảnh khắc để khách tự thỏa mãn những hứng thú tức thời (các tác động hình ảnh ngoại cảnh hoặc nhận thấy việc nói chuyện riêng trong lúc này là không nên).

- Dành ít phút để khách tự tìm hiểu đối tượng tham quan.

* Kỹ năng xử lý tình huống.

Đây là một kỹ năng rất quan trọng. Bởi người hướng dẫn viên không chỉ đảm nhận việc hướng dẫn hay mà còn đảm bảo an toàn cho khách trong suốt chuyến đi. Và những tình huống xảy ra ở những mức độ khác nhau là không thể tránh khỏi. Trong các bài học trên lớp, tham gia các cuộc hội thảo nhóm, giáo viên luôn đưa ra các tình huống để sinh viên tiếp cận, xử lý tình huống một cách nhanh, ít rủi ro cho cả hai bên:

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

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

- Bảo đảm lợi ích: của cả đoàn là trọng tâm, nhưng mong muốn cá nhân vẫn được đáp ứng.

- Báo cáo với người điều hành về tình huống xảy ra kể cả khi người hướng dẫn viên đã giải quyết ổn thỏa.

TIỂU KẾT CHƯƠNG II

Vài năm gần đây, ở nước ta xuất hiện thêm một loại hình du lịch mới, thu hút nhiều du khách. Đó là du lịch vận động (teambuilding tour) - một hình thức tham quan thắng cảnh kết hợp với xây dựng các trò chơi dựa trên tinh thần đồng đội nhằm tạo cho du khách cảm giác vui chơi, thư giãn, khám phá thế giới tự nhiên, khẳng định chính mình và tinh thần đoàn kết tập thể.

Nếu trước đây, du lịch chỉ đơn thuần là du ngoạn, tham quan thắng cảnh hay tận hưởng các dịch vụ, đặc sản… thì nay, du lịch còn nhằm mang lại những yêu cầu và mục đích nhất định. Các đơn vị, doanh nghiệp, tùy theo đặc thù công tác, thường tổ chức các tour du lịch nhằm giúp nhân viên của họ được vui chơi, thư giãn, tái tạo sức lao động. Qua đó, doanh nghiệp có điều kiện hiểu thêm khả năng của từng cá nhân, từ đó tạo lập mối quan hệ trong cộng đồng doanh nghiệp.

Là sinh viên của ngành Du lịch- hướng dẫn viên du lịch tương lai, hay một nhà kinh doanh trong lĩnh vực du lịch, tác giả nhận thấy hoạt động Teambuilding trong các giờ học, các buổi học ngoài trời đã giúp sinh viên học tập tích cực và tạo sự gắn kết trong một cộng đồng. Trong khi làm việc nhóm, những mâu thuẫn sẽ nảy sinh, khiến các sinh viên phải giải quyết "xung đột". Từ đó, họ sẽ có khả năng giải quyết những mâu thuẫn, thuyết phục người khác trong những hoàn cảnh có thể bắt gặp trong quá trình tham gia vào hoạt động du lịch. Tạo dựng những kỹ năng vững chắc khi làm việc.

CHƯƠNG III. MỘT SỐ NHẬN ĐỊNH VÀ KHUYẾN NGHỊ.

1. Một số nhận định.

Hoạt động teambuilding không phải là đặc quyền riêng của ngành du lịch mà được sử dụng rộng rãi tại các công ty truyền thông, quảng cáo, tổ chức sự kiện...Chính bởi đối tượng áp dụng rộng rãi của hoạt động này đã mở ra thách thức và động lực vươn lên của các doanh nghiệp du lịch trong việc tổ chức hoạt động này.

Teambuilding du lịch áp dụng đối với các đối tượng là doanh nghiệp, công ty, đơn vị, cơ quan hành chính, các tổ chức xã hội, tổ chức xã hội nghè nghiệp và đối tượng học sinh sinh viên....

Và thực tế cho thấy khách hàng chủ yếu của hoạt động này là các doanh nghiệp, công ty...

Lý do cơ bản khiến các hoạt động teambuiding của các công ty chủ yếu hướng về đối tượng trên là do khả năng tài chính của đối tượng này, nhóm đối tượng này mang lại lợi nhuận cao hơn nhiều so với nhóm đối tượng học sinh, sinh viên.

Thêm vào đó nhóm đối tượng trên nhạy bén với các hoạt động xã hội hơn so với các tổ chức xa hội khác. Điều đặc biệt quan trọng là hoạt động này mang lại nhiều ý nghĩa cho hoạt động , tinh thần chung của công ty, vượt ra ngoài mục tiêu thư giãn, giải trí đơn thuần. Doanh nghiệp với đặc trưng về tính năng động và nhạy bén, khả năng khám phá, ứng dụng cái mới,tính chuyên nghiệp, khoa học và tổ chức cao nên sẽ bị thu hút và hấp dẫn bởi loại hình du lịch thông minh này.

Tuy nhiên phai nhìn nhân nhóm đối tượng học sinh, sinh viên như là tiềm năng của loại hình hoạt động này để có thể khai thác tối đa và nuôi dưỡng nguồn kích cầu hoạt động này trong tương lai.

Theo nhận định của 1 số chuyên gia và theo kết quả khảo sát chung nhất thì hầu hết các chương trình teambuilding trên thị trường hiện nay là sự sao chép, thay đổi tên gọi và áp dụng cho hàng loạt khách hàng khác nhau, không tuân theo quy

trình xây dựng sản phẩm, làm mất nét đặc trưng và giá trị riêng biệt của hoạt động này trong du lịch, không đúng tính chất, mức độ mà hoạt động teambuilding du lịch có thể đạt tới dẫn tới sự nhàm chán, làm khách hàng thất vọng và có cái nhìn không đúng về tính chất hoạt động này. Còn 1 số chương trình du lịch có đan xen 1 số trò chơi và xem đó là hoạt động teambuiding du lịch, như vậy mất đi tính chất của teambuilding, bản chất hoạt động này đòi hỏi việc lựa chọn chặt chẽ các trò chơi nhằm đạt được mục tiêu xây dựng, củng cố tinh thần đồng đội, đó mới là giá trị đích thực và điểm khác biệt mà hoạt động teambuilding mang lại, không chỉ đơn thuần là giải trí.

Soi chiếu bảng phân loại các sản phẩm teambuilding với các loại hình teambuiding đã đượoc khai tác trong thực tế hoạt động du lịch ta thấy còn rất nhiều loại hình sản phẩm teambuiding chưa được khai thác, như vậy hoạt động teambuilding còn rất nhiều điềm năng để khai thác. Sự kết hợp giữa các loại hình còn chưa thực sự tạo nên sự phong phú đa dạng, có rất nhiều cách kết hợp chưa được đi sâu khai thác, ví dụ có thể kết hợp loại hình study tour và du lịch thi đấu .....

Khai thác hoạt động teambuiding một cách nghiêm túc, bài bản là cả một nguồn ý tưởng tạo nên phương tiện mới mẻ để thu hút khách hàng, kinh doanh tạo nguồn thu nhập chính đang. Song thực tế nhiều công ty hiện nay vì cái lợi trước mắt đã khai thác hoạt động này một cách chưa tới: bớt xén nguyên liệu, đốt cháy giai đoạn, sao chép, thiếu đầu tư và kém tính sáng tạo, làm giảm sức cạnh tranh và đưa ra thị trường những sản phẩm kém chất lượng khiến khách hàng quay đầu lại với sản phẩm khi chưa thực sự được cảm nhận giá trị thực chất mà sản phẩm có thể mang lại.

2. Một số khuyến nghị.

2.1. Sớm đưa lý luận về hoạt động Teambuilding vào chương trình giảng dạy cho sinh viên ngành Văn hóa du lịch; hoặc ít nhất đưa vào chương trình thảo luận ngoài khóa, vì:

- Người Việt Nam, theo nhận xét của các chuyên gia nước ngoài, là sức mạnh trong hoạt động phối hợp tập thể. Tinh thần này là
- Vai trò của hoạt động Teambuilding trong hoạt động du lịch và lợi ích trong hoạt động của các công ty.

Hoạt động Teambuilding là một mỏ vàng đối với du lịch vì khả năng đem lại lợi nhuận rất lớn của nó. Với sức hấp dẫn của cảnh quan thiên nhiên và sự đa dạng của các sản phẩm du lịch, Việt Nam ngày càng được du khách trong nước và quốc tế chọn là điểm dừng chân lý tưởng. Thời gian gần đây bên cạnh các sản phẩm du lịch đặc trưng về hang động, biển – đảo, loại hình du lịch Teambuilding cũng đang được nhiều người quan tâm, nhất là đối với các đoàn khách du lịch đông người. Đây là loại hình du lịch được tổ chức theo đội hoặc nhóm để tham gia các trò chơi và để hoàn thành được các trò chơi này thì tinh thần đồng đội và khả năng chỉ huy của trưởng nhóm hết sức quan trọng.

Trong xã hội hiện nay khi áp lực công việc cũng như nhịp sống ngày càng tăng cao thì hiện tượng strees càng trở nên phổ biến và một trong những biện pháp hữu hiệu nhất để giảm căng thẳng là thư giãn và cùng đồng nghiệp tham gia những trò chơi tập thể. Chính vì vậy, Teambuilding phát triển mạnh ở các nước phát triển và đang bắt đầu được các đơn vị kinh doanh du lịch ở Việt Nam quan tâm. Tuy nhiên để tổ chức tốt các tour Teambuilding thì ngoài tinh thần đồng đội, khả năng chỉ huy của trưởng nhóm … - điều kiện tự nhiên của các khu du lịch cũng hết sức quan trọng. Với ưu thế về tự nhiên và cảnh quan hoang sơ kết hợp với hoạt động Teambuilding, du lịch của Việt Nam ngày càng gặt hái được nhiều thành công; đem lại lợi nhuận cao cho các doanh nghiệp.

2.2. Sớm đưa nhiều hoạt động Teambuilding vào các chương trình dã ngoại của sinh viên.

Ai đó đã từng nhận xét: "Cần tập trung trí tuệ, thực hiện ước mơ, phải cho sinh viên tiếp cận thực tế,..". Qua hoạt động Teambuilding trong các chuyến dã ngoại của sinh viên, là phương pháp học hiệu quả, tạo hứng thú cho sinh viên.

Với sức hấp dẫn của cảnh quan thiên nhiên và sự đa dạng của các sản phẩm du lịch, Việt Nam ngày càng được du khách trong nước và quốc tế chọn là điểm dừng chân lý tưởng. Thời gian gần đây bên cạnh các sản phẩm du lịch đặc trưng về hang động, biển – đảo, loại hình du lịch Teambuilding cũng đang được nhiều người quan tâm, nhất là đối với các đoàn khách du lịch đông người.

Đây là loại hình du lịch được tổ chức theo đội hoặc nhóm để tham gia các trò chơi và để hoàn thành được các trò chơi này thì tinh thần đồng đội và khả năng chỉ huy của trưởng nhóm hết sức quan trọng.

Trong xã hội hiện nay khi áp lực công việc cũng như nhịp sống ngày càng tăng cao thì hiện tượng strees càng trở nên phổ biến và một trong những biện pháp hữu hiệu nhất để giảm căng thẳng là thư giãn và cùng đồng nghiệp tham gia những trò chơi tập thể. Chính vì vậy, Teambuilding phát triển mạnh ở các nước phát triển và đang bắt đầu được các đơn vị kinh doanh du lịch ở Việt Nam quan tâm. Tuy nhiên để tổ chức tốt các tour Teambuilding thì ngoài tinh thần đồng đội, khả năng chỉ huy của trưởng nhóm … - điều kiện tự nhiên của các khu du lịch cũng hết sức quan trọng. Với ưu thế về tự nhiên và cảnh quan hoang sơ kết hợp với hoạt động Teambuilding, du lịch của Việt Nam ngày càng gặt hái được nhiều thành công; đem lại lợi nhuận cao cho các doanh nghiệp.

Được tham gia hoạt động Teambuilding qua các chuyến dã ngoại, sinh viên được tiếp cận và cảm nhận trực tiếp về nguồn tài nguyên du lịch của đất nước. Hiệu quả học tập nâng cao; biết cách vận dụng và sử dụng nguồn tài nguyên một cách đúng đắn.

2.3. Sinh viên ngành Du lịch nên thực tập tại các công ty lữ hành hoạt động về lĩnh vực Teambuilding tour.

Bởi đây là môi trường tốt để sinh viên phát huy khả năng "đồng đội" vào công việc. Teambuilding du lịch tuy mới nhem nhóm, song nó ngày càng thu hút du khách, bởi sự hấp dẫn của sự mới lại qua các trò chơi tập thể,…

Kết quả của việc thực tập là gì?

Sau khi được thực tập tại các công ty lữ hành sinh viên sẽ:

- Giao tiếp với du khách dễ dàng và hiệu quả hơn, nhất là đối với các trường hợp khó tính,..
- Thực tập trở thành "Team leader" thông qua việc xây dựng kế hoạch, tổ chức, phân công công việc, bố trí, sắp xếp các thành viên và tài nguyên hợp lý để hướng đội đến việc đạt mục tiêu chung.
- Dựa trên sức mạnh tập thể để sáng tạo và đưa ra các giải pháp nhằm giải quyết vấn đề.
- Nhận biết tính cách của các thành viên khác trong đội, điểm mạnh và điểm yếu của từng người để cùng bổ sung và phối hợp với nhau làm việc tốt hơn.
- Khả năng dự báo, lập kế hoạch, đề phòng rủi ro, xử lý các tình huống bất ngờ…
- Quản lý và sử dụng tốt tài nguyên của doanh nghiệp.
- Xây dựng được tinh thần đoàn kết, niềm tin lẫn nhau, tính cạnh tranh lành mạnh giữa các đội với nhau, nhận ra được "bức tranh toàn diện" và cùng hướng đến thành công chung của tập thể công ty.
- Tạo ra bầu không khí thư giãn, thoải mái, vừa vui vừa học để giảm stress trong công việc hàng ngày.

KẾT LUẬN

Thực tế hoạt động Teambuilding chưa được phổ biến rộng rãi, còn một lượng lớn khách du lịch tham gia hoạt động mà không được biết tới loại hình sản phẩm này. Như vậy việc đẩy mạnh thông tin tuyên truyền, quảng bá sản phẩm là hết sức cần thiết cho quá trình kích cầu tiêu dùng sản phẩm, tạo đà phát triển hoạt động một cách rộng rãi.

Đi sâu nâng cao chất lượng hoạt động là điểm cốt yếu, bởi hoạt động này yêu cầu nhứng ý tưởng mới lạ, tính chuyên môn của nhà tổ chức để hài hòa khéo léo giữa tính thư giãn và tính rèn luyện qua các hoạt động. Nếu sản phẩm không đạt được những tiêu chí tính chất thì dễ gây ra phản tác dụng, không đạt được mục đích đặt ra. Chính vì vậy nhu cầu đào tạo nhân lực chuyên sâu về chuyên ngành này là hết sực quan trọng, là nền tảng cho quá trình triển khai sản phẩm vào thực tiễn. Các trường Đại học, Cao đẳng hiện nay ngày càng mở rộng các khóa đào tạo thu hút sinh viên tham gia học tập, nghiên cứu chuyên sâu về lĩnh vực này.

Khi nghiên cứu chuyên đề tác giả mong muốn đóng góp một góc nhìn cơ bản nhất về hoạt động teambuilding du lịch, đồng thời muốn chia sẽ hiểu biết, trải nghiệm của mình đối với những đã, đang và cả những người chưa sử dụng loại hình hoạt động này với mong muốn kết quả nghiên cứu này sẽ góp một phần nào đó để những cá nhân, đơn vị, tổ chức đang còn lúng túng, gặp khó khăn trong quá trình hội tụ, tạo sự gắn kết trong tập thể của mình hãy chọn đây như một giải pháp khoa học. Nhìn nhận hoạt động như một khoa học nghiêm túc và kết hợp với tính văn hóa, xã hội – đặc thù của du lịch để vận dụng nó như công cụ kinh tế mà lại mang yếu tố xây dựng, tính xã hội và tính văn hóa sâu sắc. Từ đó, những tổ chức kinh doanh hoạt động cũng cảm thấy trách nhiệm, ý thức hơn trong việc khai thác hoạt động trong hoạt động kinh tế của mình và khách hàng cũng đón nhận giá tri đích thực của hoạt động. Đó chính là mong muốn của tác giả và cũng là con đường phát triển đúng hướng của hoạt động. Tác giả chia sẻ mong muốn và hi vọng vào tương lai đầy triển vọng của hoạt động này tại Việt Nam.

TÀI LỆU THAM KHẢO

1. "*The big book of Teambuilding games*"- John Newstron & Edward Scannell

2. "*The five dysfunctions of a team*"- Patrict M.Lencioni

3. Khóa luận tốt nghiệp: "*Tìm hiểu hoạt động Teambuilding trong du lịch*"- Lê Thị Ngọc Quý (trường Đại học Khoa học xã hội và nhân văn).

4. "*Nhập môn khoa học du lịch*"- Trần Đức Thanh, nhà xuất bản Đại học Quốc gia Hà Nội.

5. "*Thực hành hướng dẫn du lịch*"- Trương Tử Nhân, nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, năm 2005.

6. Nguyễn Văn Đính (2008), *Kinh tế du lịch*, Nxb Đại học KTQD

7. Bùi Thị Hải Yến (2007), *Tuyến điểm du lịch Việt Nam*, Nxb Giáo dục

8. Bùi Thị Hải Yến (2007), *Tài nguyên du lịch*, Nxb Giáo dục

9. Các Webside: www.dulichviet.com.vn
www.vietnamteambuilding.com
www.diendandulich.net

HÌNH ẢNH MINH HỌA

Tham gia trò chơi tập thể trên biển

Hoạt động Teambuilding trong những buổi học ngoài trời của sinh viên