

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**



ISO 9001:2015

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH : VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Nguyễn Thành Công

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

HẢI PHÒNG – 2019

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

**TÌM HIỂU HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING CHO KHÁCH DU
LỊCH LÀ CÔNG NHÂN CỦA CÔNG TY DU LỊCH
VIETRAVEL CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)**

Sinh viên :Nguyễn Thành Công

Giảng viên hướng dẫn:ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

HẢI PHÒNG – 2019

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thành Công **Mã SV:** 1412601057

Lớp : VH1801 **Ngành:** Việt Nam học (Văn hóa du lịch)

Tên đề tài: Tìm hiểu hoạt động Team building cho khách du lịch là công nhân của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp

- Tìm hiểu tổng quan về Team building và loại hình du lịch Team building.
- Tìm hiểu, đánh giá hiện trạng phát triển du lịch Team building cho khách du lịch công nhân của công ty Vietravel Hải Phòng.
- Đưa ra giải pháp phát triển hoạt động Team building cho công ty Vietravel Hải Phòng.

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết

- Các công trình, bài viết, nghiên cứu về loại hình du lịch Team Building và teambuilding trong du lịch
- Các số liệu, tài liệu về hoạt động du lịch teambuilding của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng trong các năm 2015 - 2018.
- Các trang Web về Team building.

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp

Công ty Du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng.

Địa chỉ: Số 4 Trần Hưng Đạo, Hoàng Văn Thụ, Hồng Bàng, Hải Phòng.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Nguyễn Phương Thảo

Học hàm, học vị : Thạc sĩ

Cơ quan công tác : Trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Tìm hiểu hoạt động Team building cho khách du lịch là công nhân của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 03 tháng 01 năm 2019

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 31 tháng 03 năm 2019

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Nguyễn Thành Công

ThS. Nguyễn T Phương Thảo

Hải Phòng, ngày 31 tháng 03 năm 2019

HIỆU TRƯỞNG

GS.TS.NGƯT *Trần Hữu Nghị*

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: ThS. Nguyễn Phương Thảo
Đơn vị công tác: Trường Đại học Dân lập Hải Phòng
Họ và tên sinh viên: Nguyễn Thành Công Chuyên ngành: Văn hóa du lịch
Đề tài tốt nghiệp: Tìm hiểu hoạt động Team building cho khách du lịch là công nhân của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T.T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...)

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ Không được bảo vệ Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày 31 tháng 03 năm 2019
Giảng viên hướng dẫn

ThS. Nguyễn Phương Thảo

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất tới Thạc sĩ Nguyễn Phương Thảo – giảng viên đã chỉ bảo, hướng dẫn, giúp đỡ em trong việc định hướng, triển khai và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Trong quá trình làm khóa luận “Tìm hiểu hoạt động Team building cho khách du lịch là công nhân của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng”, em đã nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của công ty, cá nhân về công tác điều tra, khảo sát, thông tin, số liệu và hình ảnh. Em xin gửi lời cảm ơn tới toàn thể cán bộ, nhân viên Công ty Du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng.

Đồng thời, em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới Ban Giám hiệu nhà trường, Khoa Văn hóa du lịch trường đại học dân lập Hải phòng đã tạo điều kiện cho em có cơ hội học tập tốt trong 4 năm học vừa qua. Em xin chúc các thầy cô luôn mạnh khỏe, công tác tốt, mãi mãi là những người “lái đò” cao quý trong những “chuyến đò” tương lai.

Hải Phòng, ngày 31 tháng 03, năm 2019

Sinh viên

Nguyễn Thành Công

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài
2. Mục đích, ý nghĩa của đề tài
 - 2.1. Mục đích của đề tài
 - 2.2. Ý nghĩa của đề tài
3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu của đề tài
4. Phương pháp nghiên cứu
5. Bố cục của đề tài

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG TEAM BUILDING TRONG DU LỊCH VÀ ĐỐI TƯỢNG KHÁCH CÔNG NHÂN

1.1. Khái quát về hoạt động Team building trong du lịch

1.1.1. Khái niệm Team building và team building trong du lịch

1.1.2. Phân loại hoạt động Team building

1.1.3. Đặc trưng, vai trò của hoạt động Team building

1.1.3.1. Đặc trưng của hoạt động Team building

1.1.3.2. Vai trò của hoạt động Team building

1.1.4 Một số hoạt động thường được tổ chức trong Team building tour

1.2. Đặc điểm đối tượng khách công nhân

1.2.1. Số lượng

1.2.2. Đặc điểm tiêu dùng và khả năng chi trả

1.2.3. Đặc điểm sức khỏe, tâm lý

1.2.4. Đặc điểm tâm lý khi đi du lịch

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TEAM BUILDING CHO ĐỐI TƯỢNG KHÁCH CÔNG NHÂN CỦA CÔNG TY VIETRAVEL CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

2.1. Giới thiệu về công ty Vietravel chi nhánh Hải Phòng

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

2.1.2. Hoạt động kinh doanh

2.1.3. Thị trường khách

2.1.4. Kết quả kinh doanh

2.2. Thực trạng công tác tổ chức hoạt động Team building cho đối tượng khách công nhân của công ty Vietravel chi nhánh Hải Phòng

2.2.1. Đặc điểm đối tượng khách là công nhân của công ty

2.2.2. Một số hoạt động teambuilding trong các chương trình du lịch dành cho đối tượng khách công nhân của công ty

2.2.3. Vai trò của hoạt động Team building trong các chương trình du lịch đối với khách công nhân

2.2.4. Hiệu quả, doanh thu từ các chương trình du lịch teambuilding cho đối tượng khách công nhân

2.3. Đánh giá về thực trạng tổ chức hoạt động Team building của công ty Vietravel cho đối tượng khách công nhân

2.3.1. Tích cực

2.3.2. Hạn chế

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TEAM BUILDING CỦA CÔNG TY DU LỊCH VIETRAVEL CHI NHÁNH HẢI PHÒNG CHO ĐỐI TƯỢNG KHÁCH CÔNG NHÂN

3.1. Định hướng phát triển của công ty Vietravel

3.2. Các giải pháp phát triển hoạt động du lịch Team building của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng

3.2.1. Đào tạo chuyên viên xây dựng các tour du lịch Team building

3.2.2. Đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên có đủ khả năng thực hiện các tour du lịch Team building

3.2.3. Xây dựng thương hiệu du lịch Team building của Vietravel

3.2.4. Tăng cường công tác xúc tiến, quảng bá về hoạt động teambuilding trong các chương trình du lịch

3.2.5. Đa dạng hóa sản phẩm du lịch Team building

3.2.6. Mở rộng không gian, địa điểm tổ chức

3.2.7. Mở rộng khai thác đối tượng khách công nhân tại các tỉnh lân cận

KẾT LUẬN

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Nền kinh tế thế giới ngày càng phát triển, đời sống của con người ngày càng được cải thiện, nhu cầu được đi đến những vùng đất mới lạ, được nghỉ ngơi thư giãn ngày càng nhiều, khiến cho du lịch dần trở thành một nhu cầu thiết yếu trong đời sống xã hội của con người. Về mặt kinh tế, du lịch đã trở thành một ngành quan trọng của nhiều nước công nghiệp phát triển. Với một số quốc gia, du lịch còn được coi là ngành kinh tế mũi nhọn, là cứu cánh để vực dậy nền kinh tế.

Hải Phòng là một thành phố biển, được thiên nhiên ưu đãi với nhiều danh lam thắng cảnh đẹp, khí hậu biển đặc trưng, lại là nơi có nhiều di tích lịch sử mang đậm giá trị lịch sử nhân văn nên du lịch Hải Phòng khá phát triển so với các tỉnh thành khác trên cả nước nói chung và miền Bắc - Việt Nam nói riêng. Tuy nhiên, cùng với sự gia tăng không ngừng của các điểm đến du lịch, du lịch Hải Phòng đang dần mất đi ưu thế và vị trí của mình, bởi các điểm đến du lịch biển, du lịch văn hóa thì rất nhiều tỉnh thành trên cả nước ta đều có như Quảng Ninh, Thanh Hóa, Đà Nẵng... Và dường như so với các thành phố đó, du lịch Hải Phòng chưa thực sự có gì nổi trội... Thêm vào đó, các dịch vụ du lịch như nhà hàng, khách sạn mọc lên rất nhiều, sự cạnh tranh về giá cả dẫn đến chất lượng dịch vụ đi xuống, chương trình du lịch không có gì đặc trưng, đặc sắc, khiến cho du lịch Hải Phòng không thể trở thành lựa chọn lý tưởng hàng đầu của du khách trong nước và quốc tế.

Để cải thiện tình hình đó, hơn bao giờ hết công ty du lịch Vietravel Hải Phòng cần có những ý tưởng mới sáng tạo hơn, đưa ra những loại hình du lịch mới, hấp dẫn và đặc trưng hơn hay ít nhất là bắt kịp xu thế chung để thu hút khách du lịch trong nước và quốc tế đến với công ty cũng như giữ được khách du lịch Hải Phòng.

Trên thế giới hiện nay hoạt động du lịch teambuilding rất phát triển, luôn chú trọng đến các hoạt động nhóm, hoạt động tập thể, các trò chơi trong một tour du lịch tạo nên sự gắn kết giữa các thành viên trong tour du lịch đó. Ngoài ra hoạt động du lịch này phù hợp với nhiều đối tượng khách và có thể tổ chức ở tất cả mọi nơi có không gian đủ rộng từ ngoài bãi biển, khu vực sông nước, núi non, sân chơi rộng, trong rừng, và cả trong nhà... Đây được coi là một hướng đi đa dạng hóa các hoạt động và nâng cao chất lượng các chương trình du lịch.

Như vậy, Team building ở Việt Nam là khá mới lạ, mới lạ cả với những nhà tổ chức và mới lạ cả với những người tham gia. Những đơn vị tổ chức loại hình này chưa nhiều, ban đầu mới chỉ ở miền Nam, nay dần lan ra miền Bắc, song tính chuyên nghiệp và kinh nghiệm còn thiếu, mới chỉ có vài công ty cung cấp dịch vụ này được khách hàng thừa nhận, còn lại một số đơn vị có tổ chức nhưng khá yếu và

thiếu ý tưởng, cách thức tổ chức chấp vá nên sau mỗi chương trình không đạt hiệu quả rèn luyện như mong muốn.

Về phía công ty du lịch Vietravel đã nhìn nhận được tầm quan trọng của Team building và đã đưa Team building vào khai thác trong du lịch, đặc biệt chú trọng áp dụng trong các chương trình du lịch dành cho thị trường khách công nhân. Điều này là bước đột phá mới, tạo ra diện mạo mới trong các chương trình du lịch của công ty. Tuy nhiên, do đây là hoạt động tương đối mới, nên việc triển khai hoạt động du lịch này cho thị trường khách du lịch công nhân vẫn chưa thực sự mang lại hiệu quả như mong đợi

Với tất cả những lý do trên, là một sinh viên ngành Văn hóa du lịch tại Hải Phòng, tác giả mong muốn sẽ góp một phần nhỏ của mình vào sự phát triển của công ty Vietravel và ngành du lịch thành phố. Vì lẽ đó, người viết đã lựa chọn đề tài “Tìm hiểu về hoạt động Team building cho khách là công nhân của công ty Vietravel chi nhánh Hải Phòng” cho bài khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục đích, ý nghĩa của đề tài

2.1. Mục đích của đề tài

Thứ nhất là tìm hiểu về Team building và loại hình du lịch Team building, đối tượng khách công nhân

Thứ hai là nghiên cứu hoạt động du lịch teambuilding trong các chương trình du lịch của công ty Vietravel đã thực hiện cho thị trường khách công nhân, từ đó đưa ra những đánh giá nhận xét về mặt tích cực hạn chế trong việc triển khai hoạt động du lịch này cho thị trường khách công nhân của công ty.

Từ đó đề xuất các giải pháp nhằm triển khai hiệu quả hơn các hoạt động du lịch teambuilding cho thị trường khách công nhân của công ty

2.2. Ý nghĩa của đề tài

Đề tài là tập trung nghiên cứu bản chất, đặc trưng, cách thức thực hiện các hoạt động Team building và tính ứng dụng của Team building trong du lịch kết hợp nghiên cứu những điều kiện tự nhiên, vật chất, nhân sự để từ đó xây dựng những chương trình du lịch Team building phù hợp cho đối tượng khách công nhân của công ty. Đề tài được hoàn thành sẽ góp phần mở ra một hướng đi mạnh mẽ cho công ty Vietravel, đồng thời đề xuất thêm một định hướng phát triển công ty trong

thời gian tới: Chúng ta có thể kết hợp du lịch Team building với các tour du lịch truyền thống để tạo nên tính hấp dẫn, mới lạ cho chương trình du lịch của công ty.

Thông qua những nghiên cứu của đề tài, dựa trên cơ sở so sánh, phân tích, đánh giá, người viết sẽ cố gắng xây dựng, hoàn thiện một chương trình du lịch Team building cụ thể và hiệu quả: từ việc xác định được không gian, thời gian, đối tượng, các hoạt động cùng cách thức thực hiện của du lịch Team building cho công ty Vietravel Hải Phòng.

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu của đề tài

Đối tượng nghiên cứu của đề tài: hoạt động du lịch teambuilding cho khách du lịch là công nhân của công ty Vietravel chi nhánh Hải Phòng

Phạm vi nghiên cứu: Công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng và đối tượng khách công nhân trong các khu công nghiệp ở Hải Phòng

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu được tác giả sử dụng ở đây chủ yếu là phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu. Nghĩa là, từ những thông tin thu thập được về công ty Vietravel em tiến hành đánh giá, chọn lọc các thông tin về hoạt động du lịch của công ty trên cơ sở các điều kiện nhân sự, vật chất và đưa ra đánh giá về thực trạng phát triển du lịch Team building cho công ty hiện nay như điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức...

Phương pháp thứ hai được sử dụng là phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp: Từ những thông tin về hoạt động Team building, em tiến hành phân tích làm nổi bật lên ưu điểm của hoạt động này cũng như tính ứng dụng của nó phù hợp với hoạt động du lịch của công ty Vietravel. Việc so sánh, sẽ giúp đưa ra những đánh giá khách quan để có thể thấy được tính độc đáo, mới lạ và bổ ích của một tour du lịch có kết hợp Team building và tour du lịch không kết hợp Team building.

5. Bố cục của đề tài

Bố cục của đề tài ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục thì gồm 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về hoạt động Team building trong du lịch và đối tượng khách công nhân

Chương 2: Thực trạng phát triển hoạt động Team building cho đối tượng khách công nhân của công ty Vietravel chi nhánh Hải Phòng

Chương 3: Các giải pháp phát triển hoạt động Team building của công ty Vietravel cho thị trường khách công nhân

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG TEAM BUILDING TRONG DU LỊCH VÀ ĐỐI TƯỢNG KHÁCH CÔNG NHÂN

1.1. Khái quát về hoạt động Team building trong du lịch

1.1.1. Khái niệm Team building và team building trong du lịch

**Team building*

Hình thức Team building 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. Đối với mỗi một doanh nghiệp, tổ chức thì tài sản quý giá nhất của họ là con người. Chính đội ngũ nhân viên là nhân tố quan trọng nhất duy trì sự tồn tại, thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp, tổ chức. Ý thức được điều đó, các doanh nghiệp, tổ chức luôn sử dụng nhiều giải pháp để xây dựng một đội ngũ nhân sự vững mạnh, hiệu quả. Một trong những giải pháp được các doanh nghiệp, tổ chức chọn làm giải pháp hàng đầu hiện nay là Team building (xây dựng đội).

Team building có nghĩa rất rộng, mỗi một tổ chức khác nhau lại có cách giải thích khác nhau về Team building. Một số cách hiểu thì cho rằng Team building đơn giản là sự cố kết giữa các thành viên, trong khi đó một cách hiểu khác thì cho rằng hoạt động Team building nhằm phát triển sự giao tiếp và chia sẻ thông tin giữa các bộ phận. Dù có nhiều cách giải thích khác nhau nhưng xét về bản chất thì: Hoạt động Team building là hoạt động giúp phát triển hiệu suất làm việc.

Team building còn được hiểu là một quá trình tạo dựng và phát triển kỹ năng cộng tác và sự tin tưởng nhau giữa các thành viên trong đội. Những hoạt động tương trợ, đánh giá đội, cũng như sự thảo luận trong nhóm sẽ giúp các đội trau dồi kỹ năng làm việc nhóm.

Team building cũng được giải thích là một phương tiện để giúp các cá nhân làm việc với nhau tốt hơn để đạt được kết quả hàng năm. Thuật ngữ “Team building” hiện nay được thừa nhận bởi hầu hết các nhà nghiên cứu cũng như những nhà tổ chức hoạt động này trong thực tế đã đưa ra một định nghĩa như sau: “Team

building là một quá trình/phương pháp cải tiến cách làm việc tập thể. Đó còn là một quá trình tạo dựng và phát triển kỹ năng cộng tác và sự tin tưởng lẫn nhau giữa các thành viên trong đội. Các hoạt động tương tác, đánh giá đội và thảo luận sẽ giúp tăng cường kỹ năng làm việc trong đội.”

Quan điểm trên nhìn nhận Team building như một quá trình chứ không chỉ là những giải pháp tạm thời khi nội bộ của đội nảy sinh vấn đề. Chính bản thân một đội đã mang tính “động”, nghĩa là phải trải qua các nấc phát triển khác nhau. Vì vậy Team building cũng là một quá trình: xây dựng đội từ nấc đầu tiên (forming) và phát triển nó để đạt đến nấc hoàn thiện (performing).

Khái niệm trên cũng nhắc đến việc hoàn thiện kỹ năng làm việc trong đội, trong đó nhấn mạnh tới kỹ năng cộng tác của Team building. Thật vậy, kỹ năng cộng tác hình thành trên cơ sở tích hợp kinh nghiệm về cách hành xử, chia sẻ công việc, chịu trách nhiệm... Kỹ năng đó chỉ có được nhờ sự rèn luyện mà thôi. Tuy nhiên Team building còn có tác dụng phát triển các kỹ năng khác nữa chứ không chỉ kỹ năng cộng tác.

Một số quan điểm khác tiếp cận Team building như một số giải pháp nhân sự. Chuyên gia tư vấn nhân sự công ty AQL (thành phố HCM) - Ernest John Proctor cho rằng: “Team building tạm dịch là giải pháp xây dựng và phát triển đội nhóm. Nó kết hợp thực hành - đánh giá - đào tạo với tạo động lực nhằm liên kết và gìn giữ người tài. Đồng thời khơi dậy động lực và niềm tự hào trong mỗi nhân viên cùng hướng đến mục đích chung của doanh nghiệp”.

Ông Nguyễn Hòa An - giám đốc công ty AQL (thành phố HCM) nhận định: “Dịch vụ Team building nhằm cung ứng một giải pháp nhân sự hiệu quả trong chiến lược kinh doanh thông qua xây dựng và phát triển kỹ năng làm việc nhóm của doanh nghiệp. Team building là một dạng đào tạo ngoài công việc thường được tổ chức ngoài trời thông qua hình thức kết hợp với hoạt động dã ngoại và đào tạo bằng các trò chơi mang tính tập thể cao.

Như vậy, đào tạo, rèn luyện là chức năng không thể thiếu của hoạt động Team building.

Có thể thấy rằng Team building không phải là đặc quyền của tổ chức doanh nghiệp, bất cứ lĩnh vực nào có hoạt động đội thì Team building đều có thể được áp dụng và phát huy tác dụng của nó.

Như vậy, có thể hiểu: “Team building là thuật ngữ chỉ quá trình/phương pháp xây dựng và phát triển đội sử dụng các hoạt động ngoài công việc (trò chơi tập thể, bài tập thực hành, thảo luận...) nhằm đào tạo các kỹ năng (cộng tác, lãnh đạo, giải quyết vấn đề...), tăng cường liên kết giữa tất cả các thành viên nhằm đạt được mục đích chung của đội”.

Có thể nói ở Việt Nam hoạt động Team building còn khá mới mẻ. Nhiều người cho rằng Team building là kỹ năng làm việc nhóm cần thiết khi đi làm, một số người nhầm lẫn rằng Team building chỉ có trong du lịch. Số đông quan niệm rằng Team building là một giải pháp phát triển và xây dựng đội ngũ nhân sự góp phần xây dựng và hợp nhất “văn hóa doanh nghiệp”. Team building được mọi người biết đến như một dịch vụ tư vấn và tổ chức các giải pháp xây dựng đội ngũ nhân sự. Hiện nay, Team building 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 Team building 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.

**Team building trong du lịch*

Du lịch Team building còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Một số người có nhầm lẫn dịch vụ này và cho rằng Team building là kỹ năng làm việc nhóm chỉ cần thiết cho những ai chuẩn bị đi làm. Thật ra, du lịch Team building là một loạt các hoạt động bao gồm nhiều phần, trong đó có những chuyến đi xa của tập thể để tổ chức hoạt động Team building. Khi thiết kế chương trình du lịch Team building, những nhà tổ chức luôn nhấn mạnh các mặt của con người trong lao động, học tập và trau dồi kỹ năng để giúp các nhà doanh nghiệp, các tổ chức xây dựng môi trường làm văn hóa thông qua yếu tố con người.

Du lịch Team building là một loại hình du lịch vừa chơi vừa học, thông thường được tổ chức ngoài trời. Thông qua các trò chơi, những người tham gia trải nghiệm các tình huống qua câu hỏi của Ban Tổ chức nhằm rút ra nhiều bài học thực tiễn trong công việc, từ đó điều chỉnh thái độ và hành vi cá nhân khi làm việc chung với nhau cùng hướng đến mục tiêu của tổ chức.

Tham gia Team building du khách không chỉ biết thêm những điểm du lịch mới, còn nhận ra nhiều giá trị khác của cuộc sống mà đôi khi công việc tất bật đã làm chúng ta lãng quên... Đây còn là dịp để các thành viên hiểu biết và tăng cường quan hệ làm việc với nhau. Trò chơi này tạo điều kiện cho các cá nhân và bộ phận khác nhau trong cùng một đơn vị phối hợp làm việc; tạo sự gắn bó giữa các thành viên và bộ phận.

Hình dung một cách đơn giản nhất, “Du lịch Team building là việc ứng dụng hoạt động Team building vào để xây dựng một tour du lịch”. Có thể nói, những chuyến du lịch giờ đây không chỉ dừng lại ở việc: đúng giờ, lên xe, đến nơi, nhận phòng, ăn uống, tham quan, mua sắm, lên xe ra về... Nhiều khi, trong những chuyến đi ngắn ngủi ấy, các thành viên trong đoàn còn chưa có dịp để hiểu nhau.

Hình thức du lịch Team building ra đời đã giải quyết được vấn đề này. Với Team building, mọi người đều hòa mình vào trong những trò chơi tập thể, từ đó kết nối để tạo nên một khối vững chắc. Thông qua các hoạt động, trò chơi tập thể, các thành viên có cơ hội được cùng nhau tham gia, cùng nhau nỗ lực cố gắng vì mục tiêu chung và tinh thần chung của đội mình. Từ đó, các thành viên sẽ gắn kết với nhau hơn, cởi mở hơn, tìm được tiếng nói chung. Khi trở lại với công việc hàng ngày mọi người sẽ làm việc hiệu quả hơn, không khí làm việc sẽ đoàn kết hơn, nâng cao chất lượng lao động đồng thời tạo nên một tập thể thực sự vững trong từng cơ quan tổ chức.

1.1.2. Phân loại hoạt động Team building

**Phân loại theo không gian tổ chức*

Xét theo tiêu chí này, hoạt động Team building được chia ra làm hai loại:

Hoạt động Team building indoor (Hoạt động Team building trong nhà): loại hình này bao gồm các hoạt động Team building được tổ chức trong nhà. Team building indoor có ưu điểm là không phụ thuộc vào thời tiết. Dù thời tiết xấu vẫn tiến hành được. Tuy nhiên không gian trong nhà thường hẹp nên các hoạt động Team building vì thế mà hạn chế về nội dung và hình thức.

Hoạt động Team building outdoor (Hoạt động Team building ngoài trời): Loại hình này bao gồm các hoạt động Team building được tổ chức bên ngoài không gian mở. Loại hình Team building này bao gồm nhiều hoạt động hơn so với Team building indoor do không bị hạn chế về không gian. Tuy nhiên lại bị phụ thuộc vào thời tiết. Nếu thời tiết xấu thì không tiến hành được.

**Phân loại theo khách hàng của hoạt động Team building:*

Hoạt động Team building phân loại theo khách hàng bao gồm:

Hoạt động Team building cho doanh nghiệp (Team building for company): đây là các hoạt động Team building được tổ chức cho nhân viên của các công ty đang kinh doanh trong nhiều ngành nghề khác nhau nhằm mục đích phát triển đội ngũ nhân sự năng động, đoàn kết và tạo nên văn hóa doanh nghiệp riêng biệt của công ty mình.

Hoạt động Team building cho các tổ chức (Team building for organizations): hoạt động Team building này được tổ chức cho các tổ chức, bao gồm cả tổ chức chính phủ và tổ chức phi chính phủ nhằm xây dựng đội ngũ nhân viên đoàn kết và tích cực hoạt động trong công việc của tổ chức.

Hoạt động Team building cho cơ quan, đoàn thể: Đây là hoạt động Team building tổ chức cho các cơ quan nhà nước, các trường học, các câu lạc bộ và tất cả các tập thể có nhu cầu, nhằm mục đích tăng tình đoàn kết giữa các cá nhân trong tập thể, khuyến khích tinh thần làm việc của mọi người, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm cho các cá nhân

** Phân loại theo loại hình tổ chức:*

Xét theo tiêu chí này hoạt động Team building bao gồm 4 loại:

Team building events (Team building sự kiện): đây là các hoạt động xây dựng đội làm việc, xây dựng văn hóa nhóm thông qua việc tổ chức các sự kiện. Đó là các hoạt động tập thể mang tính xây dựng văn hóa, hợp nhất văn hóa, và tạo nên một nét văn hóa riêng của tập thể, đem lại giá trị truyền thống hoặc đổi mới tập thể. Ví dụ như sự kiện “ngày hội gia đình” được tổ chức cho toàn thể gia đình của các cá nhân trong tập thể, hay buổi tiệc cuối năm tổ chức cho các cá nhân của tập thể. Các sự kiện đó được tổ chức nhằm nâng cao tinh thần làm việc của các cá nhân, xây dựng mối quan hệ tốt đẹp giữa tập thể và từng cá nhân. Những sự kiện Team building có thể tổ chức thường niên hoặc được tổ chức nhân một dịp đặc biệt nhằm thể hiện sự quan tâm đến cá nhân của các tập thể, xây dựng nên một bản sắc văn hóa tập thể đoàn kết, hiểu biết lẫn nhau tại nơi làm việc. Chính văn hóa đó sẽ khuyến khích cá nhân tích cực làm việc, nâng cao hiệu quả lao động.

Team building games (Team building trò chơi): Games có nghĩa là các trò chơi, cuộc thi đấu. Team building games là hoạt động xây dựng đội làm việc gắn kết, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm thông qua các trò chơi. Ví dụ như: giải thi đấu bóng đá tổ chức cho nhân viên trong một công ty, một trường học, trò chơi kéo co dưới nước, trò trồng người dưới nước... Hình thức này được sử dụng nhiều trong các chương trình du lịch, giải trí ngoài giờ với những hoạt động mang tính thách thức cao, tạo động lực cho các thành viên, rèn luyện kỹ năng hợp tác, tinh thần tập thể, ý thức tập thể của mỗi cá nhân trong tập thể. Những hoạt động của Team building games thường xuyên rèn luyện cho các cá nhân các kỹ năng làm việc và hợp tác tập thể qua những trò chơi. Thông qua các trò chơi mang tính thư giãn vui vẻ, thoải mái, không áp lực sẽ giúp các cá nhân tự tìm ra những kinh nghiệm cần thiết. Vì thế Team building games thường được coi là học mà chơi, chơi mà học.

Team building meetings/workshop/conferences (Team building gặp gỡ, hội nghị, hội thảo): đây là các hoạt động Team building tổ chức dưới hình thức các hội thảo, hội nghị. Trong các loại hình này, các diễn đàn, hội thảo, hội nghị được kết hợp với phát triển đội ngũ; tập trung triển khai các chiến lược mục tiêu, nhiệm vụ của từng bộ phận, từng cấp lãnh đạo khác nhau. Các hoạt động này chú trọng phát

triển mối quan hệ, tạo không khí cởi mở trong buổi họp, xây dựng giá trị tổ chức. Từ đó, những cá nhân tham gia hội nghị, hội thảo sẽ hứng thú hơn với công việc, đoàn kết với các cá nhân khác. Kết hợp với hội nghị là các hoạt động Team building như: giải thi đấu tennis, các trò chơi thể thao biển, bóng chuyền, bóng đá, chương trình liên hoan văn nghệ, nhiều trò chơi giải trí...

Team building exercise (Team building bài tập, luyện tập, thực tập): Loại hình này là các chương trình thực hành xây dựng đội nhóm, gồm nhiều bài thực hành tình huống thực tế của tổ chức hoặc mô phỏng. Thông qua các hoạt động này nhằm xây dựng hệ thống làm việc, phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề, giao tiếp đội, tinh thần lãnh đạo. Hình thức này thường được kết hợp trong các hoạt động đào tạo kỹ năng cho nhân viên.

1.1.3. Đặc trưng, vai trò của hoạt động Team building

1.1.3.1. Đặc trưng của hoạt động Team building

Hoạt động Team building là một hoạt động được tổ chức nhằm xây dựng một đội có hiệu quả, xây dựng một văn hóa nhóm đặc trưng, thông qua các hoạt động có sự tham gia của cả tập thể. Hoạt động Team building có hiệu quả hay không là phụ thuộc vào ý tưởng của người xây dựng hoạt động, đồng thời trong suốt quá trình diễn ra hoạt động Team building, cần có sự hướng dẫn của người dẫn Team building chuyên nghiệp nhằm đảm bảo cho mọi hoạt động diễn ra theo đúng ý đồ và đạt hiệu quả.

Có thể khái quát đặc trưng của hoạt động Team building trong 3 đặc trưng sau:

- Hoạt động Team building có sự tham gia của một tập thể trong đó bao gồm nhiều đội, nhóm
- Hoạt động Team building thực hành nhiều hoạt động có tính thách thức cao và tăng cường sự gắn kết giữa các cá nhân
- Hoạt động Team building thường có sự trợ giúp của nhà Team building chuyên nghiệp.

1.1.3.2. Vai trò của hoạt động Team building

* Đối với các thành viên của đội:

Đối với các thành viên của đội, hoạt động Team building có vai trò khơi tình đồng đội. Thông qua các hoạt động của mình, hoạt động Team building sẽ giúp các cá nhân gắn kết lại với nhau, cùng nhau làm việc một cách có hiệu quả, cùng nhau hợp lực để hoàn thành mục tiêu chung của công việc.

Hoạt động Team building với nhiều hoạt động tập thể mang tính kết nối đồng đội rất rõ. Chẳng hạn như trò chơi tập thể: Trò lắp ráp xe, bốn chiếc xe Honda mô hình bằng nhựa (loại lớn) được tháo rời một số bộ phận, trộn lẫn nhau. Một đoàn du khách chia thành nhiều nhóm, các nhóm sẽ trở tài thi lắp ráp lại thành chiếc xe hoàn chỉnh. Đội nào lắp nhanh, đúng kỹ thuật và xong trước sẽ chiến thắng. Hay trò chơi 10 người cùng di chuyển một thanh nhôm nhẹ, dài 2m chỉ bằng một hoặc hai ngón tay. Hiệu lệnh phát lên hàng chục lần lên hoặc xuống. Khi hiệu lệnh được đưa ra thì ai cũng biết nên tiến hay lùi nhưng không phải ai cũng hiểu và làm giống nhau. Đó là mục đích của trò chơi, mọi người phải biết phân tích vấn đề hợp lý, biết tự điều chỉnh mình sao cho phù hợp với hoạt động của cả nhóm. Các trò chơi này không tốn nhiều thời gian, không cần phải tư duy nhiều khi hành động, nhưng mọi người phải hiểu nhau, phải đoàn kết với nhau, phải biết phân công công việc trong từng đội thì mới có thể thành công.

Các chương trình của hoạt động Team building được thiết kế để thúc đẩy, làm các cá nhân nhận ra rằng nếu họ chia sẻ mục đích cho nhau, và làm việc cùng nhau thì họ có thể hoàn thành công việc mà trước đó với khả năng của mình họ không nghĩ là mình sẽ làm được. Mọi người trước khi tham gia hoạt động Team building có thể khác nhau về văn hóa, khác nhau về ngôn ngữ, hay chưa từng tiếp xúc với nhau, chưa hiểu nhau. Nhưng khi tham gia vào hoạt động Team building, nhờ kỹ năng cá nhân và kết hợp với sức mạnh đồng đội mọi người sẽ cùng nhau đi đến đích. Hoạt động tập thể của Team building giúp các thành viên của đội nhận ra ưu, khuyết điểm của nhau, biết chấp nhận thử thách và cùng nhau vượt qua thử thách, vượt qua điểm yếu của chính mình.

Sau khi tham gia vào hoạt động Team building, từ chỗ là các cá nhân riêng lẻ, từ những nhóm khác nhau mọi người sẽ trở thành một đội, biết cách phối hợp, phân công công việc cho từng cá nhân để hoàn thành công việc một cách tốt nhất. Team building đã cho thấy vai trò của mình trong việc tạo nên một đội làm việc hiệu quả.

* Đối với các tổ chức:

Hoạt động Team building có vai trò giúp các tổ chức xây dựng một đội ngũ nhân sự vững mạnh trong quá trình phát triển tổ chức của mình.

Hoạt động Team building không chỉ có các nhân viên tham gia mà những người lãnh đạo, quản lý cũng tham gia. Tất cả cùng nhau tham gia vào các hoạt động tập thể. Thông qua các hoạt động đòi hỏi phải vận động trí não, cần thể lực, nhà quản lý tham gia sẽ dễ dàng nhận ra ưu điểm, khuyết điểm của nhân viên. Bởi trong môi trường của các hoạt động Team building, mọi cá nhân thường thể hiện hết mình. Ở một môi trường không phải nơi làm việc, cùng với các hoạt động tập thể cởi mở, các thành viên thường bộc lộ hành vi, thái độ thật nhất. Do vậy mà điểm yếu, điểm mạnh của họ đều được bộc lộ ra. Từ đó người quản lý, nhà lãnh đạo sẽ đưa ra những giải pháp để khắc phục, khuyến khích khả năng làm việc của nhân viên, tạo điều kiện cho nhân viên phát huy tài năng. Bà Nguyễn Thị Thuý Ngọc - Giám đốc cung ứng của công ty P&G Việt Nam đã nhận xét: “Team building là công cụ giúp các nhà quản lý đánh giá điểm mạnh, điểm yếu của mỗi nhân viên, từ đó đề xuất biện pháp khắc phục phù hợp”.

Hơn nữa hoạt động Team building giúp rút ngắn khoảng cách giữa người lãnh đạo và nhân viên. Thông qua các hoạt động Team building người lãnh đạo sẽ hòa đồng với nhân viên của mình, sẽ hiểu nhân viên của mình hơn. Biết họ cần gì, họ có những vấn đề gì không bằng lòng với người lãnh đạo, người quản lý, trên cơ sở đó đưa ra những giải pháp để khắc phục. Chính những giải pháp đó sẽ làm cho nhân viên cảm thấy mình được quan tâm, thấy mình quan trọng với tổ chức. Từ đó họ sẽ gắn bó hơn với công việc, gắn bó hơn với tổ chức, làm việc bằng cả tâm huyết. Đó là điều mà những phương pháp động lực kinh tế không làm được.

1.1.4 Một số hoạt động thường được tổ chức trong Team building tour

Theo tiêu chí khách hàng của Team building tour thì những khách hàng khác nhau sẽ sử dụng loại hình Team building khác nhau:

Trong Team building tour, hoạt động Team building sẽ được tổ chức tại các điểm tham quan. Có thể sử dụng được cả hai loại: Team building trong nhà và Team building ngoài trời phụ thuộc vào nhà tổ chức. Một chương trình du lịch Team building được xây dựng với mục đích đầu tiên là giúp nhân viên thư giãn, nghỉ ngơi sau thời gian làm việc căng thẳng. Thời gian của một chương trình ngắn thường là 3-4 ngày.

*Theo hình thức tổ chức thì hoạt động Team building bao gồm 4 loại:

- Team building events (Team building sự kiện)
- Team building games (Team building trò chơi)
- Team building exercise (Team building bài tập, luyện tập, thực tập)
- Team building meeting/ workshop/conference (Team building gặp gỡ, hội nghị, hội thảo)

Do Team building tour là một chương trình du lịch được xây dựng là du lịch để nghỉ ngơi, giải trí, các tour Team building thường diễn ra trong thời gian ngắn nên trong Team building tour thường ít sử dụng hoạt động Team building meetings/conference. Hoạt động Team building exercise thường được dùng trong các khóa đào tạo kỹ năng cho nhân viên do đó trong Team building tour cũng ít sử dụng hình thức này; nếu sử dụng thường là những bài tập nhóm mang tính mô phỏng công việc hàng ngày của các cá nhân, ví dụ như bài tập tìm cách quảng cáo thích hợp cho một sản phẩm mới của công ty.

Hoạt động Team building events cũng được dùng trong Team building tour nhưng không phổ biến. Do kinh phí để tổ chức một sự kiện thường lớn, khâu chuẩn bị tốn nhiều công sức nên hoạt động Team building events thường được thực hiện độc lập, ít khi kết hợp với Team building tour. Nếu kết hợp hoạt động Team building events trong chương trình du lịch Team building tour thì giá tour sẽ cao, đòi hỏi khả năng tài chính lớn của khách hàng.

Trong Team building tour thì loại hình Team building games được sử dụng nhiều hơn cả. Đây là hoạt động Team building games phù hợp với Team building tour nhất, bởi có thể linh động các hoạt động theo thời gian của chương trình, công tác tổ chức chiếm ít thời gian. Đặc biệt là các trò chơi đem lại cảm giác vui vẻ, thoải mái thích hợp với những trải nghiệm của một chuyến du lịch.

Team building games là các trò chơi vui vẻ mang tính thách thức cao, có tác dụng kết nối mọi cá nhân lại với nhau. Có thể gọi Team building games là trò chơi xây dựng đội, nhóm.

Trong các chương trình du lịch Team building, loại hình hoạt động Team building được sử dụng nhiều nhất là hoạt động Team building games bởi vì:

Team building tour là chương trình du lịch do hãng, cơ quan, tổ chức, đoàn thể tặng thưởng cho nhân viên của mình. Chuyến du lịch có mục tiêu chính là du lịch để giải trí, thư giãn, đồng thời đây cũng là cơ hội để xây dựng đội ngũ nhân sự vững mạnh. Chính vì thế mà Team building tour là một loại hình du lịch kết hợp. Bên cạnh mục đích du lịch, Team building tour còn kết hợp mục đích công việc như rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm cho nhân viên. Hoạt động Team building games sẽ giúp Team building tour thực hiện những mục tiêu: nâng cao hiểu biết về doanh nghiệp, cơ quan, tổ chức, làm cho nhân viên tin cậy, trung thành với nơi làm việc. Bản chất của các trò chơi (games) là giúp mọi người thoải mái, vui vẻ, đồng thời với các trò chơi được xây dựng khoa học, có tính mục đích rõ nét (mục đích xây dựng đội, liên kết cá nhân, mục đích nâng cao niềm tự hào về hãng, tổ chức của nhân viên) sẽ đem lại cho người chơi những bài học kinh nghiệm bổ ích về kỹ năng làm việc nhóm.

Team building cũng là hình thức chơi mà học. Qua các trò chơi những kỹ năng làm việc tập thể, những kiến thức về tổ chức, hãng, cơ quan sẽ được truyền đạt cho người chơi một cách tự nhiên. Hoạt động Team building games sẽ đưa ra những trò chơi có tính thách thức cao, cần vận động trí não. Chỉ thông qua thời gian ngắn cả trò chơi, người chơi sẽ được vui vẻ mà vẫn tiếp thu được những kỹ năng cần thiết.

Người tổ chức các hoạt động Team building games sẽ dựa vào yêu cầu, đặc điểm của khách hàng để lựa chọn những trò chơi thích hợp, đem lại hiệu quả cao cho chương trình du lịch. Chính vì vậy mà hoạt động Team building games được sử dụng nhiều nhất, và trở thành một phần quan trọng trong các tour Team building.

* Phân loại Team building games:

Việc phân loại Team building games có ý nghĩa rất quan trọng trong việc lựa chọn một loại hình Team building games thích hợp để tổ chức. Có nhiều cách để phân loại Team building games, tùy theo cách tiếp cận, và mục đích nghiên cứu khác nhau, có thể chia thành các loại:

STT	Loại hình team building games		
	Tiêu chí phân loại	Team building games	
1	Không gian tổ chức	Outdoor Team building Games	Các Team building games được tổ chức ngoài trời.
		Indoor Team building games	Các Team building games được tổ chức trong nhà.
2	Quy mô tổ chức	Team building games quy mô lớn	Là các hoạt động Team building được tổ chức trong những dịp quan trọng, số lượng người tham gia đông. Thường là những hoạt động Team building tổ chức cho toàn công ty, tổ chức, cơ quan đoàn thể.

		Team building games quy mô nhỏ	Là các trò chơi Team building được tổ chức trong phạm vi nhỏ của các bộ phận, phòng ban trong công ty, cơ quan, tổ chức. Số người tham gia ít.
3	Hình thức tổ chức	Team building games mô phỏng	Là những trò chơi Team building nhằm tái tạo lại những hoạt động, công việc hàng ngày của người tham gia. Ví dụ như trò chơi thi lắp ráp một chiếc xe máy Honda mô hình đã được tháo rời được tổ chức cho nhân viên của hãng Honda, hay trò chơi thi tìm ý tưởng marketing cho một sản phẩm mới của công ty được tổ chức cho nhân viên marketing của công ty.
		Team building games thi đấu	Là những trò chơi Team building được tổ chức dưới hình thức một cuộc thi có sự ganh đua thắng - thua. Loại hình này sẽ chia đội chơi, kết quả cuộc chơi sẽ có kẻ thắng người thua.

1.2. Đặc điểm đối tượng khách công nhân

1.2.1. Số lượng

Trong 30 năm thực hiện đường lối đổi mới do Đảng ta khởi xướng và lãnh đạo, Giai cấp công nhân Việt Nam đã không ngừng lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, có mặt trong tất cả các ngành nghề, các thành phần kinh tế, là lực lượng quan trọng, đi đầu trong sự nghiệp Công nghiệp hóa- Hiện đại hóa đất nước. Đại đa số công nhân viên chức, người lao động tuyệt đối tin tưởng vào vai trò lãnh đạo của Đảng, thực hiện tốt chính sách, pháp luật của Nhà nước; tiếp cận nhanh với khoa học, công nghệ tiên tiến, từng bước làm chủ kỹ thuật và công nghệ cao, bước đầu hình thành đội ngũ công nhân trí thức.

Hiện nay, với số lượng chiếm khoảng 21% tổng số lao động và 11% dân số cả nước, nhưng GCCN Việt Nam đã đóng góp hơn 60% tổng sản phẩm xã hội (GDP) và hơn 70% ngân sách Nhà nước.

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tính đến giữa năm 2017, quy mô lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên ở Việt Nam là 53,8 triệu người; trong đó số người trong độ tuổi lao động là 47,52 triệu người.

Việt Nam hiện có 325 khu công nghiệp lớn nhỏ, nhưng lượng công nhân tập trung phần lớn tại các KCN ở phía Bắc như: KCN Phú Nghĩa, Trảng Duệ, Bình Xuyên,... Tại phía Nam thì có: KCN Mỹ Phước 3, Tân Phú Trung,

1.2.2 Đặc điểm tiêu dùng và khả năng chi trả

Công nhân là đối tượng có đặc thù lao động vất vả, khó khăn, đời sống vật chất và tinh thần của họ mới chỉ được chăm lo bước đầu. Độ tuổi trung bình thường là từ 18 – 30. Thu nhập trung bình dao động từ 2,1 triệu đồng/tháng đến 8 triệu đồng/tháng.

Theo kết quả được đưa ra trong “Báo cáo khảo sát tiền lương, thu nhập và đời sống của người lao động trong các doanh nghiệp năm 2018” của Viện Công nhân công đoàn, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, so với năm 2017, tỷ lệ người lao động “vừa đủ trang trải cho cuộc sống” trong năm 2018 giảm 7,6% và tỷ lệ phải chi tiêu “tần tiện, kham khổ” tăng 5,8%. Tính chung, có 39% công nhân phải chi tiêu kham khổ, thu nhập không đủ sống. Đánh giá về mức thu nhập và chi tiêu, đa số người lao động cho biết mặc dù còn nhiều khó khăn song lương cơ bản đủ trang trải

cuộc sống. Dù vậy, thu nhập của công nhân chỉ được cải thiện khi tăng ca, làm thêm giờ. Người lao động buộc phải làm thêm giờ để trang trải cuộc sống và coi làm thêm là chuyện đương nhiên. Đồng lương ít ỏi, cuộc sống tạm bợ, tăng ca liên tục nhưng thu nhập vẫn không đủ trang trải cuộc sống là thực trạng chung của nhiều công nhân lao động.

Qua khảo sát, với thu nhập và chi tiêu hiện nay (không có biến động về việc làm, thu nhập và đời sống), có 32,1% người lao động cho biết gia đình họ có khoản tiền tiết kiệm, trung bình 1,5 triệu đồng/tháng. Đây là khoản tiền mà người lao động dành dụm để chi tiêu dịp lễ, Tết, lúc ốm đau, hoạn nạn, thất nghiệp và tích lũy đầu tư cho việc học hành của con cái. So sánh thu nhập với chi tiêu của người lao động và gia đình, 17,4% người lao động cho biết có dư dật và tích lũy; 43,7% cho biết vừa đủ trang trải cho cuộc sống; 26,5% phải chi tiêu tằn tiện và kham khổ; 12,5% cho biết thu nhập không đủ sống, phải làm thêm giờ.

Mức thu nhập này dẫn đến việc nhóm đối tượng là công nhân có khả năng chi trả thấp, có xu hướng chỉ chi tiêu cho những khoản thiết yếu trong cuộc sống, đồng thời cũng hình thành tâm lý “ham hàng rẻ, hàng khuyến mãi”. Đời sống vật chất còn khó khăn, thiếu thốn khiến người công nhân cũng chưa có điều kiện chăm lo cho đời sống tinh thần như tham gia các hoạt động vui chơi giải trí, mua sắm, du lịch...

1.2.3 Đặc điểm sức khỏe, tâm lý

Nhóm công nhân ở độ tuổi từ 18-30 có sức khỏe tốt, có nhiều thời gian tham gia vào các hoạt động vận động. Ngoài ra, họ còn rất ưa thích các hoạt động vui chơi sôi động, hoạt náo. Mặt khác, cái “tôi” của nhóm tuổi này rất lớn, rất dễ xảy ra mâu thuẫn; hiềm khích với các đồng nghiệp cũng như là với các lãnh đạo, cấp trên trong công ty.

Với độ tuổi này, đối tượng công nhân thường rất nhiệt thành, cởi mở, đơn giản, không ưa cầu kỳ, khách sáo, xô bồ và đôi khi rất thực tế và dễ dàng bỏ qua những lỗi của người phục vụ. Về sinh hoạt thì đối tượng này rất hòa đồng, giản dị, chân thành và thích sinh hoạt theo tính chất hội nghề nghiệp.

Biểu hiện của nhóm này là trang phục và thái độ khiêm nhường, giản dị. Câu hỏi đầu tiên của họ thường rất nhỏ và có nội dung liên quan đến giá cả, sau đó ánh mắt lảng đi, điệu bộ ngưng ngừng, e dè, tỏ rõ thái độ mặc cảm trong giao tiếp.

1.2.4 Đặc điểm tâm lý khi đi du lịch

Công nhân thuộc nhóm khách có khả năng thanh toán thấp và thói quen tiêu tiền khó. Họ rất hiếm khi có nhu cầu đi du lịch tự túc mà chủ yếu đi du lịch theo kế hoạch du lịch nghỉ mát của công ty. Mục đích thực sự khi đi du lịch của công nhân là đi nghỉ ngơi, giải trí.

Thời gian và hành trình lưu lại của nhóm khách này tương đối ngắn. Yêu cầu của họ đối với các tiện nghi đi lại, ăn uống, ngủ nghỉ thường không cao, chỉ cần đáp ứng đủ nhu cầu sinh hoạt thường nhật. Khách hàng là công nhân còn rất hạn chế trong việc tiêu tiền cho các nhu cầu phát sinh khác như giặt là, sấy gô, làm đẹp, y tế...

Ngoài ra, vì thu nhập thấp nên nhu cầu mua đặc sản, quà lưu niệm, hàng tiêu dùng của nhóm khách này cũng bị hạn chế. Họ thường có tâm lý “xót tiền” khi mua sắm tại các địa điểm du lịch.

Tiểu kết chương 1:

Trong chương này, với phần giới thiệu tổng quan đã cho chúng ta những khái niệm căn bản về Team building và loại hình du lịch Team building. Từ đó chúng ta có thể thấy được Team building và loại hình du lịch Team building thực sự là một hướng đi rất mới mẻ và đầy tiềm năng đối với các công ty du lịch Việt Nam nói chung và công ty Vietravel Hải Phòng nói riêng. Đây sẽ là cơ sở để tác giả triển khai tìm hiểu hoạt động teambuilding cho đối tượng khách công nhân của công ty du lịch Vietravel.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TEAM BUILDING CHO ĐỐI TƯỢNG KHÁCH CÔNG NHÂN CỦA CÔNG TY VIETRAVEL CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

2.1. Giới thiệu về công ty Vietravel chi nhánh Hải Phòng

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Là một trong những công ty lữ hành đầu tiên tại Việt nam, Vietravel là nhà cung cấp dịch vụ tour trọn gói và chuyên nghiệp nhất hiện nay. Ngày 20/12/1995, Công ty Du lịch và tiếp thị GTVT trực thuộc Bộ Giao Thông Vận Tải (Vietravel) ra đời trên cơ sở của trung tâm Du lịch- tiếp thị và dịch vụ đầu tư (Tracodi – Tourism) được thành lập ngày 15/08/1992, tại 16BIS Alexander de Rhodes, Quận 1, thành phố Hồ Chí Minh. Thành lập và phát triển từ năm 1995, công ty Vietravel không ngừng lớn mạnh và khẳng định vị trí thương hiệu của mình không chỉ ở phạm vi trong nước mà còn mở rộng ra các nước trong khu vực và trên thế giới.

Ngày 31/08/2010 chuyển đổi loại hình công ty thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên với tên mới Công ty TNHH một thành viên Du lịch & Tiếp thị GTVT Việt Nam, tên tiếng Anh Vietravel (Vietnam Travel and Marketing Transports Company).

Ngày 01/01/2014 Vietravel chính thức chuyển thành Công ty Cổ phần Du lịch và Tiếp thị Giao thông vận tải Việt Nam (Vietravel).

Hiện nay, ngoài trụ sở chính đặt tại số 190 Pasteur - quận 3 - Thành phố Hồ Chí Minh, Vietravel còn có 30 văn phòng, trung tâm, chi nhánh trong cả nước.

Thông tin về Trụ sở chính của Vietravel:

- Địa chỉ: 190 Pasteur, Phường 6, Quận 3, Tp.Hồ Chí Minh
- Điện thoại: 028 38 668 999
- Email: sales@vietravel.com
- Website: <http://www.travel.com.vn>
- Thị trường chính: Toàn cầu.
- Lĩnh vực kinh doanh:

- Du lịch nội địa (Domestic)
- Du lịch nước ngoài (Outbound)
- Du lịch phục vụ khách quốc tế (Inbound)

Lịch sử hình thành của chi nhánh Vietravel Hải Phòng:

- Tên đầy đủ: Công ty TNHH MTV Du lịch và Tiếp thị Giao thông Vận tải Việt

Nam (Vietravel) chi nhánh Hải Phòng.

- Giám đốc: Ông Nguyễn Thanh Hải (tháng 10/2018 – nay)
- Địa chỉ:
 - Văn phòng chính: Số 4 Trần Hưng Đạo, Hoàng Văn Thụ, Hồng Bàng, Hải Phòng.
 - Văn phòng giao dịch Thủy Nguyên: Số 55, Bồ Đề, Thủy Đường, Thủy Nguyên, Hải Phòng.
- Điện thoại:
 - Văn phòng chính: 0225.842.888 – 0225.686.662
 - Văn phòng giao dịch Thủy Nguyên: 0225.3290.888
- Email: vtv.haiphong@vietravel.com.vn
- Website: www.vietravel.com.vn
- Ngày thành lập: 07 tháng 06 năm 2008.

Cùng với các thành phố thương mại khác trong cả nước, Hải Phòng có những bước phát triển rõ rệt trong đó nhu cầu du lịch của du khách rất lớn. Với nhận định và đánh giá trên Vietravel Hải Phòng đã ra đời nhằm phục vụ nhu cầu của du khách trong mọi chuyến tham quan trong và ngoài nước.

Vietravel Hải Phòng được đứng trên vai người khổng lồ Công ty TNHH MTV Du lịch & Tiếp thị GTVT trực thuộc Bộ Giao Thông Vận Tải - (Vietravel) với 22 năm kinh nghiệm, điều đó đã tạo thuận lợi cho đơn vị rất nhiều về mặt uy tín và thương hiệu, cũng như sự hỗ trợ về đường lối chiến lược kinh doanh. Đây là thuận lợi lớn của công ty so với hơn 120 doanh nghiệp cạnh tranh khác trên địa bàn thành phố.

Tâm lý của người tiêu dùng Hải Phòng là được cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng cao và yếu tố thương hiệu mạnh của doanh nghiệp chính là yếu tố được quan tâm, Vietravel Hải Phòng tính đến nay đã có hơn 10 năm kinh nghiệm điều đó càng tạo thêm uy tín và sự tin tưởng cho du khách. Với hệ thống dịch vụ đa dạng, chất lượng cao cùng hệ thống đối tác rộng khắp trong và ngoài nước Vietravel Hải Phòng đã xây dựng thành công hàng trăm tour chất lượng cao cho các công ty lớn tại Hải Phòng và được đông đảo khách hàng tin nhiệm.

Bên cạnh đó công ty cũng nhận được sự hỗ trợ từ "Hiệp hội du lịch Hải Phòng", các phương tiện truyền thông, báo chí trong quá trình hoạt động, phát triển của mình.

Trong định hướng phát triển chung đơn vị đã và đang góp phần thúc đẩy sự phát triển thương hiệu Vietravel trên phạm vi cả nước ngày càng lớn mạnh, khẳng định vị trí của "Nhà tổ chức du lịch chuyên nghiệp".

2.1.2. Hoạt động kinh doanh

Hiện nay, nằm trong chiến lược phát triển chung của tổng công ty, công ty Vietravel chi nhánh Hải Phòng hoạt động ở các lĩnh vực chính sau:

- Lữ hành quốc tế và nội địa.
- Vận chuyển khách du lịch.
- Kinh doanh vận tải khách theo hợp đồng.
- Tư vấn du lịch, đặt các dịch vụ riêng lẻ, đặt phòng khách sạn, vé máy bay trong nước và quốc tế.

2.1.3. Thị trường khách

Thị trường khách du lịch mà công ty hướng tới đa phần là khách đoàn số lượng lớn : văn phòng, cán bộ công chức, ủy ban thành ủy các quận huyện trên địa bàn thành phố Hải Phòng.

Và đặc biệt chuyên mở tour cho khách đoàn đi outbound như: Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản, Châu Âu.

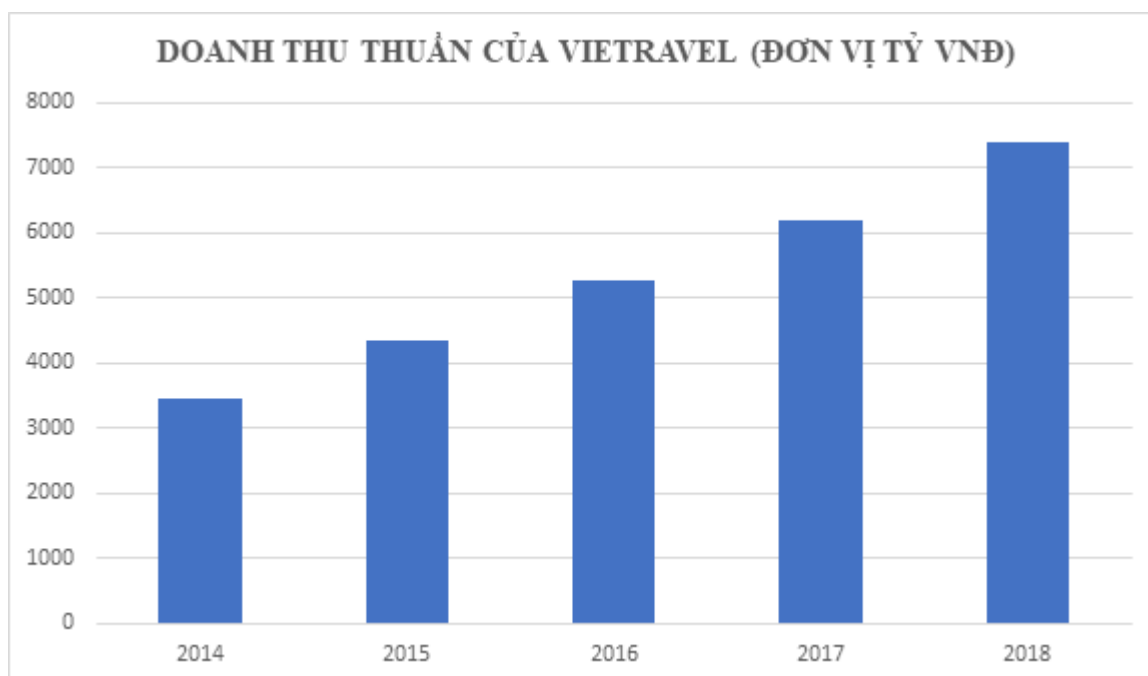
Những năm gần đây, trên địa bàn thành phố có nhiều khu công nghiệp lớn đã được xây dựng và đi vào hoạt động như VSIP, Khu công nghiệp Tràng Duệ , Khu công

nghiệp Numora, Khu công nghiệp Đình Vũ,... kèm theo đó là số lượng công nhân tại các Khu công nghiệp rất lớn. Nhận thấy điều này, nên Công ty đã mở rộng thị trường sang khách hàng là các cán bộ, giám đốc các công ty nước ngoài trong Khu công nghiệp, cũng như là tour nội địa cho số lượng lớn công nhân của các Khu công nghiệp.

2.1.4 Kết quả kinh doanh

Hoạt động trong lĩnh vực lữ hành, CTCP Du lịch và Tiếp thị giao thông vận tải Việt Nam – Vietravel là một trong những doanh nghiệp đứng đầu thị trường, xét về cả quy mô thị phần và doanh số.

Năm 2017, doanh thu của hãng lữ hành này đạt gần 6.200 tỷ đồng, tăng 17,5% so với cùng kỳ năm 2016 và gấp đôi so với năm 2013. Theo báo cáo “Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất Quý 4 năm 2018”, doanh thu lũy kế từ đầu năm đến cuối quý này của Vietravel xấp xỉ 7.400 tỷ đồng.



(Nguồn: Báo cáo “ Kết quả hoạt động kinh doanh hợp nhất của công ty VTV” các năm 2014 - 2017 và Quý 4 năm 2018)

Tuy nhiên đó là xét về khía cạnh doanh thu, còn với lợi nhuận thì Vietravel lại hoàn toàn không ấn tượng như vậy. Năm 2017, công ty này chỉ đạt 48 tỷ đồng lợi nhuận trước thuế, với biên lợi nhuận trên doanh thu chỉ khoảng 0,8%. Hay nói cách khác,

Viettravel cần tới 128 đồng doanh thu mới đem về 1 đồng lợi nhuận trước thuế - một mức biên lợi nhuận rất thấp so với nhiều doanh nghiệp khác.

Dù vậy, con số này cũng được cải thiện rất nhiều so với những năm gần đây, như năm 2014 để đem về 1 đồng lợi nhuận Viettravel cần 264 đồng doanh thu, hay năm 2015 là 156 đồng doanh thu.



(Nguồn Báo điện tử CafeF)

Phần lớn doanh thu của Viettravel đến từ hoạt động lữ hành. Với đặc thù là hoạt động cung cấp dịch vụ trung gian giữa khách hàng và các đơn vị cung cấp dịch vụ khác, biên lợi nhuận gộp từ hoạt động này rất thấp, gần như mang tính "lấy công làm lãi".

Trong 3 năm gần nhất, biên lợi nhuận gộp của Viettravel chỉ đạt từ 5 – 7%, thuộc nhóm thấp so với nhiều doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán.

2.2. Thực trạng công tác tổ chức hoạt động Team building cho đối tượng khách công nhân của công ty Viettravel chi nhánh Hải Phòng

2.2.1. Đặc điểm đối tượng khách là công nhân của công ty

Hải Phòng là một thành phố có nền kinh tế đang phát triển nhanh, đã và đang đạt được nhiều thành tựu nổi bật về kinh tế, văn hóa, xã hội. Trên địa bàn thành phố có nhiều khu công nghiệp lớn đã được xây dựng và đi vào hoạt động như VSIP, KCN Tràng Duệ , KCN Numora, KCN Đình Vũ,... kèm theo đó là hàng loạt các dự án đầu tư vào các ngành công nghệ cao, ít ô nhiễm như LG Electronics, LG Display, LG Innotek, Bridgestone cùng rất nhiều các tên tuổi lớn khác.

Các tập đoàn lớn như Vingroup, Himlam, Hilton, Nguyễn Kim, Lotte... đã mang vào Hải Phòng hàng loạt những dự án lớn trong những năm gần đây, Vingroup với dự án khu du lịch sinh thái tại Đảo Vũ Yên; Nhà máy sản xuất ô tô Vinfast tại đảo Cát Hải, Dự án nông nghiệp công nghệ cao Vin-Eco; Khu du lịch, công viên 65 trò chơi tại Đảo Dấu của Himlam đã mang tới công việc , thu nhập cho hàng ngàn nhân công tại Hải Phòng.

Theo số lượng của Tổng cục Thống kê Hải Phòng quý 3 năm 2018, số lượng công nhân trên địa bàn thành phố Hải Phòng đã lên tới gần 1.140.000 người.

Số lượng lớn công nhân hiện nay, thường tập trung nhiều ở 4 Khu công nghiệp sau: Khu công nghiệp Tràng Duệ, Khu công nghiệp VSIP, Khu công nghiệp Đình Vũ, Khu công nghiệp Nomura và đặc biệt tại Nhà Máy Vinfast. Vì đây là những Khu công nghiệp mới trên địa bàn thành phố, cũng như là có sự đầu tư lớn của các tập đoàn nước ngoài, trong nước. Kèm theo đó là sự đãi ngộ, lương thưởng hậu hĩnh hơn so với các Khu công nghiệp cũ. Đời sống, vui chơi, du lịch cho công nhân cũng được quan tâm nhiều hơn. Do vậy, những Khu công nghiệp trên thu hút số lượng công nhân rất lớn trên cả thành phố Hải Phòng.

Nếu xét về năng lực, học vấn 12/12 lương thưởng cho công nhân sẽ vào khoảng 5-7 triệu đồng/ người. Còn nếu học vấn cao hơn, có bằng Đại học, cao đẳng , đặc biệt nếu có chứng chỉ và giao tiếp được Tiếng Anh, Hàn, Trung, Nhật thì lương thưởng sẽ cao: 12-15 triệu đồng/ người/ tháng. Nhưng đa phần, công nhân sản xuất tại các nhà máy trong Khu công nghiệp thì học vấn chỉ 12/12 nên mức lương hàng tháng cũng thuộc diện trung bình, do đó chi tiêu đời sống, chi tiêu khi du lịch cũng vẫn ở mức hạn chế.

Với điều kiện kinh tế hạn hẹp, công nhân thuộc nhóm khách có khả năng thanh toán thấp và thói quen tiêu tiền khó. Họ rất hiếm khi có nhu cầu đi du lịch tự túc mà chủ yếu đi du lịch theo kế hoạch du lịch nghỉ mát của công ty. Vì phải làm việc với cường độ lao động lớn, thường xuyên phải tăng ca, lao động chân tay là chủ yếu, tiếp xúc nhiều với máy móc, dây chuyền căng thẳng nên mục đích thực sự khi đi du lịch của công nhân là đi nghỉ ngơi, giải trí.

Thời gian và hành trình lưu lại của nhóm khách này tương đối ngắn. Yêu cầu của họ đối với các tiện nghi đi lại, ăn uống, ngủ nghỉ thường không cao, chỉ cần đáp ứng đủ nhu cầu sinh hoạt thường nhật. Khách hàng là công nhân còn rất hạn chế trong việc tiêu tiền cho các nhu cầu phát sinh khác như giặt là, sấy gội, làm đẹp, y tế...

Ngoài ra, vì thu nhập thấp nên nhu cầu mua đặc sản, quà lưu niệm, hàng tiêu dùng của nhóm khách này cũng bị hạn chế. Họ thường có tâm lý “xót tiền” khi mua sắm tại các địa điểm du lịch.

Mặt khác, vì đặc trưng khách công nhân thích sôi động, hoạt náo nên cần những chương trình teambuilding có nhiều trò chơi và hoạt động mang tính chất vui vẻ hơn. Còn về chương trình du lịch không nên quá gò bó vào khuôn khổ với khách hàng công nhân, cũng như dịch vụ nên hợp lý so với thu nhập của khách hàng này. Vì cái “Tôi” cũng rất lớn và tính chất ham vui trong độ tuổi từ 18-30 nên khi tham gia các hoạt động Teambuilding, khách công nhân rất dễ xảy ra 3 trường hợp sau:

Sa đà vào tính thắng thua mà vô tình quên đi mục đích thực sự mà Teambuilding luôn hướng tới. Đó là sự gắn kết, thấu hiểu giữa các thành viên và những bài học rút ra từ các trò chơi Team building.

Thay vì xây dựng tinh thần đoàn kết trong một tập thể, một số thành viên lại tạo ra sự chia rẽ do cái tôi quá lớn khiến họ không thể hợp tác cùng những thành viên khác cũng như bất đồng về ý kiến.

Người chơi quá say mê, vui vẻ có thể quên đi những bài học trải nghiệm cần được từ các trò chơi.

Vietravel chi nhánh Hải Phòng đã làm du lịch teambuilding thành công cho tổng cộng khoảng 1.500 khách công nhân của công ty LG Innotek đi Hạ Long chia đều nhiều ngày trong tháng 6/2018 và 3.000 khách công nhân của công ty LG Display trong tháng 7. Mỗi đoàn khách công nhân khi đi du lịch thường lên tới 300-400 khách/đoàn/ ngày – trung bình 1 đoàn đi khoảng 8-9 xe Universe 45 chỗ.

2.2.2. Một số hoạt động team building trong các chương trình du lịch dành cho đối tượng khách công nhân của công ty

Việc phân loại Team building games có ý nghĩa rất quan trọng trong việc lựa chọn một loại hình Team building games thích hợp để tổ chức. Có nhiều cách để phân loại Team building games, tùy theo cách tiếp cận, và mục đích nghiên cứu khác nhau.

Riêng đối với khách hàng là công nhân, đối tượng này không nhất thiết phải cần quá cầu kì. Những hoạt động teambuilding cho khách hàng công nhân thường là các chương trình games – kịch bản xây dựng tiếng cười, không khí vui vẻ, mang tính gắn kết giữa các thành viên cũng như là giữa nhân viên và cấp trên.

Team building games là hoạt động xây dựng đội làm việc gắn kết, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm thông qua các trò chơi. Ví dụ như: giải thi đấu bóng đá tổ chức cho nhân viên trong một công ty, trò chơi kéo co dưới nước, trò trồng người dưới nước... Hình thức này được sử dụng nhiều trong các chương trình du lịch với những hoạt động mang tính thách thức cao, tạo động lực cho các thành viên, rèn luyện kỹ năng hợp tác, tinh thần tập thể, ý thức tập thể của mỗi cá nhân trong tập thể.

Riêng đối với người quản trò- HDV làm Teambuilding thì phải đảm bảo được: Chất giọng tốt, vui tươi, khuấy động không khí sôi động, hoạt náo được, kèm theo phải biết xử lý tình huống nhanh nhạy, thay đổi games khi cần thiết.

Về những games công ty Vietravel áp dụng vào các chương trình du lịch cho khách công nhân thường có những games sau:

Team building ngoài trời hay còn gọi là team building outdoor được hiểu đơn giản là những trò chơi được tổ chức ngoài trời, không bị giới hạn bởi không gian, dải

phân cách hay tường. Các trò chơi team building ngoài trời đa dạng hơn các trò chơi team building trong nhà và thường là các trò chơi hoạt động do được tổ chức ngoài không gian rộng rãi. Các trò chơi team building ngoài trời có thể tổ chức được muôn vàn các concept như: trên núi, dưới biển hay ngoài đảo... bất kỳ nơi đâu mà bạn muốn.

- Xây tháp :
 - Cách thức chơi: Mỗi đội sẽ có khoảng 10-15 người. Thể hiện tinh thần đoàn kết sao cho mỗi đội xếp thành những tháp người cao 2-3 tầng. Đội nào cao nhất sẽ giành chiến thắng.
- Kéo co – Thể hiện sức mạnh đồng đội:
 - Cách thức chơi: Mỗi đội 10 người. Chia ra 2 đầu dây, và có 1 vạch thắng ở giữa. Trọng tài sẽ điều khiển hô khẩu hiệu. Đội nào kéo qua vạch sẽ giành phần thắng.
- Ăn chuối trên dây:
 - Cách thức chơi: Gồm nhiều đội chơi, mỗi đội cử từng 2 thành viên 1 công nhau, thành viên được công sẽ bị bịt mắt. 2 thành viên công nhau đến khu vực dây treo chuối và thành viên bị bịt mắt phải dùng mồm để ăn chuối. Cứ thế theo từng lượt, đội nào ăn được nhiều chuối hơn đội đó sẽ giành phần thắng.
- Ăn sữa chua bịt mắt:
 - Cách thức chơi: Giống phần thi ăn chuối trên dây. Chỉ khác là thay chuối bằng sữa chua. 1 đội sẽ cử 1 người chơi cầm sữa chua để các thành viên tham gia chơi ăn.

Trò chơi team building trên bãi biển là một phần nhỏ của trò chơi team building ngoài trời. Các trò chơi team building bãi biển được tổ chức ở không gian rộng lớn, có biển xanh, mây trắng, cát vàng. Thông thường, các trò chơi team building trên bãi biển được tổ chức kết hợp với du lịch team building khi công ty đưa khách du lịch đi biển, đảo. Các thành viên trong tập thể sẽ vừa được nghỉ ngơi, du lịch, vừa được tham gia các trò chơi team building vui nhộn, gắn kết tinh đồng đội.

- Ai dài hơn:
 - Cách thức chơi: Chia làm nhiều đội chơi. Mỗi đội 15-20 thành viên. Các đội sẽ làm theo nhiều cách khác nhau (nằm, ngồi, dùng các phụ kiện như mũ , dép) để làm thành đội có chiều dài nhất. Miễn sao cả đội phải hợp nhất, không được tách rời. Đội nào dài nhất sẽ giành phần thắng.
- Múc nước:
 - Cách thức chơi: Mỗi đội 15-20 thành viên. Ban tổ chức sẽ cho mỗi đội 1 chai 1,5l rỗng. Từng thành viên của đội sẽ chạy ra biển và múc nước bằng tay. Cho đến khi nào chai của đội nào đầy nước đầu tiên sẽ giành chiến thắng.
- Thi đá bóng
- Những trò chơi cùng bóng dài, bóng tròn
 - Cách thức chơi: Vì ngày nay Teambuilding rất phát triển, do đó đồ đạc để hỗ trợ chơi Team building cũng hiện đại và đa dạng hơn. Với những trò chơi cũng đồ hơi, bóng hơi, các đội sẽ gồm 15-20 thành viên. Chơi cùng đồ hơi như những game: Lăn bóng hơi, cả đội ngồi lên bóng hơi dài và di chuyển,

Và đây thường là một kịch bản dành cho teambuilding trên bãi biển.

1. Phần khởi động :

Khởi động tay chân theo điệu nhạc “ Vỗ cái tay lên đi “ . Điệu nhạc mang một không khí vui nhộn, dí dỏm tới cho từng thành viên, tạo một tinh thần, cảm hứng muốn tham gia cho các thành viên.

Tiếp theo, có thể áp dụng chia đội theo từng khu vực làm việc hoặc từng nhóm thành viên. Chọn đội trưởng, nghĩ tên đội và Slogan của đội mình sao cho mang một ý nghĩa riêng biệt .

Nếu chương trình Teambuilding có kết hợp thêm ghép chữ tên Công ty + quay FlyCam và chụp ảnh thì hướng dẫn các thành viên của từng đội ghép vào chữ tạo thành tên Công ty của mình.

2. Phần tăng tốc:

Thông thường để mở màn phần tăng tốc, những người hướng dẫn Teambuilding sẽ cho các đội tham gia game “ Mông ai đẹp hơn” – với 1 cột bóng hơi dành cho mỗi đội, sẽ có 5 người chơi 1 lượt. Tất cả các thành viên đều phải ngồi xuống và không được chống tay xuống đất. Để bóng hơi trên phía đùi và di chuyển về đích. Đội nào hoàn thành hết số lượng người trong đội đầu tiên sẽ giành chiến thắng trong phần thi này.

Cũng với đạo cụ bóng hơi, các người làm chương trình có thể sáng tạo thêm các trò như kẹp bóng hơi vào phía trong chân và cả đội cùng nhau di chuyển về đích. Hoặc chọn ra 5 người nam để bóng hơi trên vai và cho bạn nữ lên bóng hơi ngồi và di chuyển về đích. Cùng với 1 đạo cụ bóng hơi chúng ta sẽ linh hoạt được rất nhiều trò, cách thức tuy khác nhau nhưng đều mang 1 ý nghĩa và vai trò giống nhau

Tiếp theo, đổi đạo cụ sang những thanh gỗ hết sức bình thường, người hướng dẫn sẽ cho mỗi đội 4-5 thanh gỗ tùy theo số lượng người chơi. Luật chơi rất đơn giản: Đối với 5 thanh gỗ thì cần 10 người chơi , 2 người cầm 1 thanh và đứng theo 1 hàng thẳng mỗi người 1 bên. Đội sẽ tự chọn ra người nào nhẹ cân, khéo léo nhất để di chuyển trên các thanh gỗ mà không chạm chân xuống đất. Toàn đội sẽ di chuyển theo 1 khối thống nhất cho đến khi về đích.

3. Phần về đích:

Sẽ có 1 trò chơi mang tính tập thể cao như lăn và chạy trên bóng hơi. Hoặc không gian rộng có thể chơi Rồng rắn lên mây giữa các đội.

Sau khi kết thúc các phần chơi, các thành viên thường rất mệt. Các hướng dẫn nên cân nhắc khối lượng và thời gian các trò chơi để giữ được lửa và tính chất thành công cho chương trình Teambuilding.

Phần kết thúc của 1 chương trình Teambuilding, sẽ tùy theo độ phù hợp với đối tượng khách hàng, cho tập thể đoàn khách nhảy theo 1 điệu nhạc sôi động, bốc lửa để tinh thần phấn chấn lại sau các trò chơi mệt sức.

Hoặc sẽ cho khách đứng theo hàng tại Backdrop sân khấu và cùng chụp ảnh kỷ niệm tập thể, tạo dáng, tung áo, quay áo sao cho khách có những kiểu ảnh tập thể đẹp và ý nghĩa nhất làm kỉ niệm.

Ngoài ra, nhiều công ty có quà tặng dành cho các cá nhân, tập thể xuất sắc nhất trong hoạt động Teambuilding thì các hướng dẫn sẽ dành thời gian trao thưởng ngay tại phần kết thúc này.

Kết thúc chương trình Teambuilding, người hướng dẫn sẽ thông báo về lịch trình tiếp theo trong chương trình du lịch để khách hàng nắm rõ hơn về lịch trình chuyến đi.

Những hoạt động của Team building games thường xuyên rèn luyện cho các cá nhân các kỹ năng làm việc và hợp tác tập thể qua những trò chơi. Thông qua các trò chơi mang tính thư giãn vui vẻ, thoải mái, không áp lực sẽ giúp các cá nhân tự tìm ra những kinh nghiệm cần thiết.

Em cũng cần trình bày cụ thể: chương trình nào đã tổ chức cho công ty nào, cụ thể khoảng 2 công ty với 2 hoạt động thành công nhất

2.2.3. Vai trò của hoạt động Team building trong các chương trình du lịch đối với khách công nhân

Các chương trình của hoạt động Team building được thiết kế để thúc đẩy, làm các cá nhân nhận ra rằng nếu họ chia sẻ mục đích cho nhau, và làm việc cùng nhau thì họ có thể hoàn thành công việc mà trước đó với khả năng của mình họ không nghĩ là mình sẽ làm được. Mọi người trước khi tham gia hoạt động Team building có thể khác nhau về văn hóa, khác nhau về ngôn ngữ, hay chưa từng tiếp xúc với nhau, chưa hiểu nhau. Nhưng khi tham gia vào hoạt động Team building, nhờ kỹ năng cá nhân và kết hợp với sức mạnh đồng đội mọi người sẽ cùng nhau đi đến đích. Hoạt động tập thể của Team building giúp các thành viên của đội nhận ra ưu, khuyết điểm của nhau, biết chấp nhận thử thách và cùng nhau vượt qua thử thách, vượt qua điểm yếu của chính mình.

Ngoài ra, chương trình hoạt động Teambuilding còn làm tập thể cả công ty đoàn kết hơn, tạo thành một khối thống nhất hơn nữa. Điều mà cán bộ điều hành công ty mong muốn khi cho các thành viên tham gia chương trình, hình thành lên khối đoàn kết, thân thiện hơn giữa các thành viên với nhau. Sự nhiệt huyết, toàn tâm,thấu hiểu và quý mến giữa các công nhân và điều hành, giám đốc.

Chính sự đoàn kết này sẽ tạo thành một nguồn động lực, một cơn gió mới để công ty phát triển mạnh mẽ hơn về sau này.

Chẳng hạn, Khi khách chơi những games ngoài trời mang tính tập thể như kéo cova đá bóng thì sức khỏe họ đã được nâng cao rất nhiều, mục đích của những games này thường hướng tới tính chất đoàn kết, nêu cao tinh thần trách nhiệm của từng cá nhân và của cả tập thể, tinh thần đoàn kết giữa các thành viên với nhau. Kèm theo đó là sự ganh đua, sự phấn đấu để giành kết quả thắng lợi. Giúp ích cho công ty rất nhiều trong công việc và tinh thần của công nhân.

Ngoài ra, còn có những games của từng cá nhân, hay đồng đội 2 người như Bịt mắt ăn sữa chua hay Bịt mắt ăn chuối trên dây. Những trò chơi như này thì lại nêu cao sự khéo léo giữa 2 người đồng đội, sự hiểu ý khi làm việc, vẫn nêu cao sự ganh đua kết quả giữa các đội và thành viên.

Và trên hết, tất cả games ví dụ trên đều mang tới một không khí thoải mái, niềm vui, tiếng cười, sự đoàn kết của các hành khách là điều quan trọng nhất người làm Team Building muốn hướng tới.

2.2.4. Hiệu quả, doanh thu từ các chương trình du lịch teambuilding cho đối tượng khách công nhân

Hàng năm, trên địa bàn Hải Phòng, lượng công ty nước ngoài, tư nhân trong các Khu công nghiệp ngày càng phát triển nhiều, kéo theo đó là số lượng công nhân ngày càng lớn. Do vậy, đối tượng khách công nhân mà công ty Vietravel nhắm tới cũng rất đông, của những doanh nghiệp rất nổi tiếng như LG Innotek, LG Display ... trong Khu công nghiệp Trảng Dụ. Một năm , số lượng khách của công ty Vietravel Hải Phòng thường có trên dưới 30 đoàn khách công nhân của rất nhiều công ty, nhà máy trong Khu công nghiệp nằm trên địa bàn thành phố Hải Phòng.

Tiêu biểu như vào mùa hè năm 2018 vừa qua, Vietravel Hải Phòng đã làm du lịch teambuilding cho tổng cộng khoảng 1.500 khách công nhân của công ty LG Innotek đi Hạ Long chia đều nhiều ngày trong tháng 6/2018 và 3.000 khách công nhân của công ty LG Display trong tháng 7. Mỗi đoàn khách công nhân khi đi du lịch thường lên tới 300-400 khách/đoàn/ ngày – trung bình đi 1 đoàn đi khoảng 8-9 xe Universe 45 chỗ.

Bảng tổng hợp doanh thu từ các chương trình du lịch teambuilding của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng trong các năm 2015 -2018

Chi tiêu	ĐVT	2015	2016	2017	2018
Doanh thu	Triệu đồng	2.310	5.128	8.436	11.475
Chi phí	Triệu đồng	2.066	4.552	7.456	9.820
Lợi nhuận	Triệu đồng	244	576	980	1.655

(Nguồn: Phòng kế toán công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng)

Từ bảng số liệu trên ta thấy, doanh thu, chi phí và lợi nhuận từ kinh doanh loại hình du lịch teambuilding của công ty Lữ hành Vietravel tăng đều qua các năm. Từ năm 2015 đến năm 2018, doanh thu từ khách teambuilding tăng lên gấp 5 lần (từ 2,31 tỷ đồng đến 11,47 tỷ đồng), tốc độ tăng bình quân là 74,17 triệu đồng.. Nếu như trong năm 2015 lợi nhuận đến từ khách du lịch teambuilding chỉ đạt 244 triệu đồng (và chiếm 10,56% doanh thu) thì đến năm 2018 lợi nhuận của công ty đến từ khách teambuilding đã đạt được 1,65 tỷ đồng (và tỷ trọng lợi nhuận chiếm 14,42% so với doanh thu)

2.3. Đánh giá về thực trạng tổ chức hoạt động Team building của công ty Vietravel cho đối tượng khách công nhân

2.3.1. Tích cực

Thông qua những chương trình du lịch tại các điểm đến du lịch cơ bản, nổi bật vào mùa du lịch hè là Đồ Sơn, Cát Bà, Hạ Long, Sầm Sơn, doanh nghiệp lữ hành Vietravel đã bước đầu nhận thấy tầm quan trọng của loại hình du lịch Team building, một hướng đi mới đầy tiềm năng. Nhờ có Team building mà các chương trình du lịch tại các điểm kể trên có được một sức hấp dẫn mới. Trước đây, đối tượng khách đến Đồ Sơn thường là người Hải Phòng và một số tỉnh thành lân cận đi tham quan, tắm biển trong ngày, chỉ một số lượng nhỏ du khách lưu trú lại Đồ Sơn qua đêm. Tại điểm du lịch Cát Bà có khá hơn nhưng chương trình du lịch cũng chỉ có thể kéo dài nhất là 2 ngày, còn với Hạ Long cũng như Sầm Sơn thì dài nhất là 3 ngày. Các chương trình du lịch truyền thống tại các điểm đến này trước đây chỉ đơn thuần là tắm biển, tham quan các di tích, danh lam thắng cảnh trong khu vực, tối tự do... Thế nhưng nhờ có hoạt động Team building, các chương trình du lịch tại các địa điểm này đã kéo dài hơn, mới lạ hơn. Như vậy, Team building thực sự đã làm phong phú, mới lạ thêm cho các chương trình du lịch hè tại các khu nghỉ dưỡng bãi biển, từ đó kéo dài số ngày lưu trú của du khách, mang lại doanh thu nhiều hơn cho công ty du lịch Vietravel.

Về nhân lực tổ chức, do công ty Vietravel có một lượng HDV chuyên nghiệp, HDV làm teambuilding rất chất lượng và đông đảo. Vậy nên vào mùa cao điểm, công ty không bao giờ lo về thiếu nhân sự, không phải gọi người ngoài vào đi thay tạm thời. Cùng với sự lớn mạnh trong thị trường, thương hiệu quốc gia uy tín, sự đa dạng của các chương trình du lịch do đó tích cực trong sự cạnh tranh, sự phát triển hoạt động teambuilding của công ty là rất lớn và mạnh mẽ.

Về phía công ty Vietravel Hải Phòng, hiện đạo cụ để tổ chức Team building đã chuyên nghiệp hơn rất nhiều, gồm nhiều cổng chào hơi, bóng hơi, trụ hơi với số tiền hàng chục triệu đồng. Chính những đạo cụ này đã không làm cho du khách cảm thấy không nhàm chán với những trò chơi và đạo cụ cơ bản nữa, có sức hút và tò

mò hơn, cũng như giúp cho những người xây dựng chương trình có thể thiết kế được thêm nhiều game phong phú và đa dạng hơn.

Đối với thị trường khách du lịch là công nhân, vì hàng năm các công ty thường tổ chức rất nhiều đợt du lịch dành cho công nhân, nhất là du lịch hè. Với số lượng cực lớn, khách công nhân khi tham gia Team building thường rất sôi động, hào hứng. Và cũng như là đem lại lợi nhuận doanh thu rất tốt đến cho công ty du lịch Vietravel Hải Phòng.

2.3.2. Hạn chế

Ngoài các công ty du lịch làm hoạt động Teambuilding kèm theo chương trình du lịch ra, thì hiện nay hình thành lên khá nhiều công ty, nhóm nhỏ hoạt động riêng về mảng Teambuilding rất chuyên nghiệp và bài bản. Nên xét về tính chất chuyên nghiệp hẳn thì công ty Vietravel Hải Phòng chưa thể sánh bằng trong mảng hoạt động Teambuilding.

Hạn chế tiếp theo là vì làm chương trình cho đối tượng khách công nhân, nên giá thành tổ chức hoạt động Teambuilding sẽ không cao, vì khi cộng vào giá tour thì sẽ là lớn so với kinh tế của khách công nhân.

Ngoài những yếu tố trên, hạn chế nữa của hoạt động teambuilding là tại nhiều điểm du lịch, sự chuyên nghiệp, kinh nghiệm tổ chức chưa có. Thiếu sót trong khâu loa đài, sân bãi, ánh sáng, đạo cụ là điều khó thể tránh khỏi.

Tiểu kết chương 2:

Với những số liệu phân tích ở trên, chúng ta có thể thấy phần nào thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng. Nhìn chung trong 3 năm gần nhất, Vietravel Hải Phòng vẫn đang trên đà phát triển ổn định, các chỉ số tăng trưởng chưa có đột phá lớn nhưng rất vững chắc. Công ty đã tạo ra được một uy tín rất lớn trong lòng khách hàng tại thị trường Hải Phòng cũng như các đối tác trên cả nước. Để phát triển hơn nữa, công ty cần xây dựng cho mình những biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh có tính thực tiễn cao xuất phát từ những điểm yếu, khó khăn đã nêu ở phần thực trạng trên.

Những năm gần đây, khi thúc đẩy mạnh về thị trường du lịch Team Building, công ty Vietravel Hải Phòng đã có những thành công nhất định về thị trường khách công nhân trong các công ty thuộc các Khu công nghiệp lớn trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Qua những chương trình du lịch do công ty Vietravel tổ chức ta thấy được sự chuyên nghiệp về các hoạt động Team building được khai thác trong du lịch. Đặc biệt những chương trình tour, nội dung, hoạt động Team building của công ty là những tour gây được sức hấp dẫn đối với du khách ngay từ những cảm nhận ban đầu khi xem chương trình tour. Điều đó sẽ tạo ra những lợi thế cạnh tranh cho các công ty trong quá trình trở thành lựa chọn của những doanh nghiệp, đơn vị, tổ chức muốn mua tour Team building.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TEAM BUILDING CỦA CÔNG TY DU LỊCH VIETRAVEL CHI NHÁNH HẢI PHÒNG CHO ĐỐI TƯỢNG KHÁCH CÔNG NHÂN

3.1. Định hướng phát triển của công ty Vietravel

Trên cơ sở phát triển bền vững hơn 20 năm hình thành và phát triển, công ty cũng đã đề ra tầm nhìn và định hướng phát triển dài hạn và vĩ mô cho giai đoạn 2015 – 2020, cụ thể đến năm 2020, Vietravel hướng đến trở thành trở thành 1 trong 10 Tập đoàn lữ hành hàng đầu khu vực Châu Á và là Công ty đa quốc gia, đồng thời phấn đấu đạt được 1.000.000 khách/năm. Đây là mục tiêu đầy thử thách nhưng với một mục tiêu chung, Vietravel đã và đang hiện thực hóa những mục tiêu chiến lược của mình.

Dự kiến từ nay đến năm 2020, công ty sẽ tiếp tục mở thêm văn phòng mới để đạt được 11 văn phòng trên toàn thế giới nhằm đáp ứng kịp thời nhu cầu của du khách và hiện thực hóa mục tiêu trở thành công ty lữ hành đa quốc gia đầu tiên của Việt Nam.

Ngoài ra, “Mang lại cảm xúc thăng hoa” cho du khách trong mỗi hành trình cũng là mục tiêu và là sứ mệnh Vietravel cam kết và nỗ lực mang lại cho du khách. Vietravel trở thành người bạn đồng hành cùng du khách trong mọi hành trình du lịch và tạo ra những giá trị tốt đẹp. Tại Vietravel, du lịch không những là hành trình khám phá mà còn là hành trình sẻ chia, thể hiện dấu ấn khác biệt của Thương hiệu Vietravel từ 3 thuộc tính thương hiệu: Sự chuyên nghiệp, mang lại cảm xúc thăng hoa cho khách hàng và những giá trị gia tăng hấp dẫn cho du khách sau mỗi chuyến đi.

3.2. Các giải pháp phát triển hoạt động du lịch Team building của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng

3.2.1 Đào tạo chuyên viên xây dựng các Tour du lịch Team building

Cũng giống như các tour du lịch khác, tour du lịch kết hợp Team building hay chuyên tour du lịch Team building đều cần phải xây dựng chương trình tour, tính

giá thành và giá bán tour sao cho phù hợp với túi tiền của đối tượng khách mà doanh nghiệp lựa hướng tới, đồng thời đem lại lợi nhuận kinh doanh cho doanh nghiệp lựa hành.

Chính vì lẽ đó, công ty lựa hành Vietravel cần đào tạo cho đội ngũ chuyên viên xây dựng tour những kiến thức về hoạt động Team building trong du lịch, để từ đó họ có thể tính toán, xây dựng chính xác giá thành một tour du lịch kết hợp Team building hay một chuyên tour du lịch Team building trên địa bàn Hải Phòng cũng như trên các tỉnh thành khác với nội dung hấp dẫn, phân bổ thời gian hợp lý, các hoạt động trong tour phù hợp với từng đối tượng khách, với không gian tổ chức, kích thích hứng thú tham gia của khách và thúc đẩy nhu cầu muốn mua tour lần sau.

Như vậy, người xây dựng và hướng dẫn viên thực hiện tour du lịch Team building của công ty Vietravel có thể là một người nhưng một điều chắc chắn là người đó phải thực sự am hiểu về du lịch Team building... Để xây dựng được một tour du lịch Team building thì chuyên viên xây dựng tour phải có kiến thức chuyên sâu về Team building và kiến thức thực tế tổ chức các hoạt động Team building trong du lịch. Nghĩa là Vietravel cần tổ chức đào tạo hoặc khuyến khích hướng dẫn viên tham gia các lớp chuyên đào tạo về Team building trong du lịch tại các cơ sở đào tạo du lịch tốt, học hỏi kinh nghiệm tổ chức du lịch Team building của các tỉnh thành khác đã phát triển mạnh mẽ về loại hình du lịch này như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng...

Một cơ sở đào tạo nghiệp vụ du lịch Team building tốt cần phải đào tạo không chỉ là kiến thức Team building, các hoạt động trò chơi có thể thực hiện trong tour du lịch mà còn là thực tiễn thực hiện các hoạt động trò chơi đó như thế nào trong các môi trường, không gian tổ chức tương ứng như trong nhà, ngoài sân, trên bãi biển, trong rừng... Ứng với từng địa điểm thì cách thức tổ chức cũng như việc lựa chọn các hoạt động trò chơi cho một tour du lịch Team building phải tương ứng phù hợp. Khi đã tham gia các lớp đào tạo chuyên môn nghiệp vụ cho hoạt động Team building trong du lịch, được trực tiếp tham gia trải nghiệm các hoạt động Team building, chắc chắn không chỉ hướng dẫn viên mà các chuyên viên xây dựng

tour Team building sẽ trang bị cho mình đủ kiến thức để xây dựng được các tour du lịch kết hợp Team building hay chuyên tour du lịch Team building chất lượng tốt nhất cho công ty.

3.2.2. Đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên có đủ khả năng thực hiện các tour du lịch Team building

Đề ngành du lịch của thành phố Hải Phòng nói chung ngày càng phát triển mạnh hơn đòi hỏi cần phải đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên du lịch có chuyên môn nghiệp vụ bởi đội ngũ này được coi là cầu nối khách du lịch với điểm du lịch. Sở dĩ có thể nói như vậy bởi vì vẻ đẹp, sự lôi cuốn, hấp dẫn của điểm du lịch không chỉ là vẻ đẹp về văn hóa, lịch sử, phong cảnh... mà còn một phần phụ thuộc vào trình độ, kiến thức của người hướng dẫn viên.

Không chỉ vậy, đội ngũ hướng dẫn viên còn đóng một vai trò rất quan trọng đó là khả năng đóng góp tại cơ sở mà họ đang làm việc, làm cho chương trình du lịch, đặc biệt là các chương trình du lịch Team building trở lên hấp dẫn hơn, phù hợp hơn với nhu cầu của du khách qua việc trực tiếp tiếp xúc với du khách bằng kinh nghiệm của bản thân.

Một thực tế cho thấy, hiện nay, công ty Vietravel đang thu hút được lượng hướng dẫn viên khá đông, tuy nhiên, do chưa chú trọng công tác đào tạo về kỹ năng mềm nên đội ngũ lao động du lịch thuần thực kỹ năng tổ chức các hoạt động Team building trong du lịch còn ít. Do đó, để tạo nguồn nhân lực dồi dào cho công ty, đòi hỏi công ty cần quan tâm tới các vấn đề như: Xây dựng các cơ sở, hệ thống đào tạo kỹ năng mềm chuyên về tổ chức các hoạt động Team building trong du lịch có khả năng cung ứng cho công ty đội ngũ hướng dẫn viên có trình độ chuyên môn, có khả năng thích ứng môi trường, trình độ giao tiếp tốt...

Thêm vào đó, việc đào tạo phải gắn với nhu cầu thực tiễn của các hoạt động du lịch; đầu tư trang thiết bị, dụng cụ tổ chức Team building cho cơ sở đảm bảo gắn kết giữa lý thuyết với thực hành nghề nghiệp để gắn liền đào tạo với sử dụng nâng cao năng lực, trình độ của người hướng dẫn viên và các hướng dẫn viên chuyên tour Team building tại công ty Vietravel.

Bước đầu tiên, để đào tạo một HDV du lịch phát triển thành HDV đi được tour du lịch teambuilding, cần mở một lớp đào tạo cho nhiều HDV đăng ký cùng nhau. Mời một chuyên gia giảng dạy cách làm Teambuilding, hoạt náo về giảng dạy. Cho các HDV đi khảo sát, thực tế, cũng như học tập các cách làm Teambuilding của nhiều người đi trước, của các đội ngũ Teambuilding riêng lẻ. Sau đó có thể mở ra nhiều cách làm, chương trình Teambuilding một cách riêng biệt, hiệu quả, thu hút nhất cho công ty VTV.

Công ty đã mở ra một lớp dạy Teambuilding ngắn ngày dành cho HDV theo lịch trình như sau:

Buổi học	Nội Dung
1	Khai giảng, Tổng quan về Teambuilding
2	Games, chất liệu hoạt động và kịch bản
3-4	Huấn luyện Teamworking
	Gắn kết lớp học (cả ngày)
5	Kỹ năng dẫn dắt các hoạt động Teambuilding và Gameshow
6	Phi ngôn từ và truyền đạt thông điệp Teambuilding
7	Dân Vũ và Hoạt náo
8	Xử lý tình huống trong chương trình Teambuilding
9	Tự học theo Team, có Coach kèm cặp
10	Tốt nghiệp
	Công ty sẽ cho đi thử sức với các chương trình Team Building nhẹ nhàng rồi khó dần theo năng lực

3.2.3 Xây dựng thương hiệu du lịch Team building của Vietravel

Thương hiệu của một sản phẩm du lịch là căn cứ giúp khách du lịch và những người hoạt động trong lĩnh vực du lịch nhận ra những đặc điểm nổi bật của sản phẩm du lịch đó. Thương hiệu của sản phẩm du lịch là kết quả của quá trình hoạt động, quản lý, xây dựng trong ngành du lịch đóng vai trò gắn kết chặt chẽ dựa trên sự hiểu biết với hệ thống đánh giá và cảm nhận của khách hàng, đồng thời là phương tiện định hướng hành vi của các nhà kinh doanh du lịch, tiếp thị sản phẩm du lịch. Một thương hiệu của sản phẩm du lịch được ví như chiếc chìa khóa nhằm cung cấp các thông tin chủ yếu cho biết đặc điểm đặc trưng của sản phẩm du lịch đó như thế nào, có thể cung cấp được gì và cho du khách những trải nghiệm gì. Mục đích của việc xây dựng thương hiệu các sản phẩm du lịch mang trọng tâm tạo ra một hình ảnh thích hợp, đó là tính hấp dẫn, chất chứa những nội dung trung thực nhất trong từng phong cách. Xây dựng thương hiệu của một sản phẩm không chỉ phân biệt các sản phẩm cạnh tranh mà còn phục vụ như là phương tiện nhận diện thêm giá trị cho sản phẩm. Do đó, một hình ảnh của một thương hiệu mạnh sẽ tạo ra một bản sắc mạnh mẽ cho sản phẩm và dịch vụ. Các biểu hiện có thể nhìn thấy trong một thị trường cạnh tranh và mong muốn tạo ra một lợi thế cạnh tranh để củng cố sản phẩm và dịch vụ, do đó tạo sự khác biệt là điều vô cùng quan trọng. Như vậy, mục đích của việc xây dựng thương hiệu sản phẩm du lịch Team building của Vietravel mang trọng tâm là tạo ra một hình ảnh thích hợp của loại hình du lịch này đối với khách du lịch. Xây dựng thương hiệu của loại hình du lịch Team building không chỉ phân biệt loại hình du lịch Team building với các loại hình du lịch khác, mà còn phân biệt du lịch Team building của Vietravel với du lịch Team building của các công ty, nhóm lẻ khác trên địa bàn thành phố. Thương hiệu du lịch Team building của Vietravel như là một phương tiện đắc lực nhận diện thêm giá trị cho loại hình du lịch này. Cho nên, hình ảnh biểu trưng của du lịch Team building tại Vietravel càng mạnh mẽ sẽ tạo ra một bản sắc mạnh mẽ cho loại hình du lịch này. Các hình ảnh biểu trưng ấy được nhìn nhận trong một thị trường đầy cạnh tranh sẽ tạo ra một lợi thế rất lớn để củng cố vị thế cho sản phẩm loại hình du lịch Team

building. Do đó việc tạo được sự độc đáo, khác biệt là vô cùng quan trọng. Đa số khách du lịch khi được hỏi về du lịch Team building họ gần như không biết đó là loại hình du lịch như thế nào, tổ chức ở đâu, tham gia có tác dụng gì...? Nghĩa là loại hình du lịch Team building đối với khách du lịch nói chung còn khá mới mẻ. Chính vì vậy người làm du lịch muốn quảng bá sản phẩm du lịch Team building cần phải lưu ý đến việc đưa khái niệm Team building đến với nhận thức của mọi người đồng thời hướng cho họ từ nhận thức, quan tâm, đến quyết định mua và tham gia vào tour du lịch Team building. Để xây dựng được thương hiệu cho du lịch Team building của Vietravel, bản thân một cá nhân không thể thực hiện được, mà cần có sự quan tâm của cả công ty, cả tập thể cùng nhau từng bước hoạch định cho từng hướng đi cụ thể: - Xác định loại hình du lịch Team building là một hướng đi mới đầy tiềm năng cho công ty phát triển bắt kịp với xu hướng của du lịch Hải Phòng nói riêng và cả nước nói chung.

Cần xây dựng thêm nhiều chương trình du lịch Team building: du lịch kết hợp Team building, chuyên tour Team building... tại các điểm đến trọng tâm phát triển du lịch là Hạ Long, Cát Bà. Ngoài ra xây dựng thêm các chương trình du lịch gắn với du lịch văn hóa và du lịch lễ hội, tạo nét độc đáo cho loại hình du lịch Team building của Vietravel...

Chất lượng dịch vụ và cách thức tổ chức các hoạt động trò chơi trong Team building được xem như là yếu tố quyết định trong tâm thức của khách du lịch khi được hưởng thụ sản phẩm, dịch vụ đã lựa chọn. Họ sẽ nghĩ rằng với những gì họ đã được trải nghiệm đó là của thương hiệu tốt.

Sau đây, người viết xin đề ra một số giải pháp nhằm xây dựng thương hiệu cho loại hình du lịch Team building của Vietravel:

- Cần mở rộng địa điểm khai thác để tổ chức hoạt động Team building.
- Xây dựng, bổ sung thêm cơ sở vật chất kỹ thuật, vật dụng đồ chơi chuyên nghiệp phục vụ các hoạt động của loại hình du lịch Team building.

- Xác định các sự kiện truyền thông và đương đại đều có thể khai thác một cách chuyên nghiệp cho việc tổ chức hoạt động du lịch truyền thông kết hợp Team building.

3.2.4 Tăng cường công tác xúc tiến, quảng bá về hoạt động teambuilding trong các chương trình du lịch

Là thương hiệu du lịch lữ hành hàng đầu Việt Nam hiện nay, công ty Vietravel đã có những bước tiến lớn trong công tác quảng bá du lịch và hình ảnh tới khách du lịch trong và ngoài nước.

Tiêu biểu vào tháng 11/2018 vừa qua, công ty đã kết hợp cùng Tổng cục du lịch Việt Nam đã tham gia quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam tại hội chợ Du lịch Quốc Tế WTM 2018 tại London, Anh Quốc.

Ngoài thị trường Châu Âu thì thị trường Trung Quốc cũng là 1 mục tiêu công ty Vietravel đã hướng tới. Nhằm mục tiêu góp phần quảng bá hình ảnh du lịch, điểm đến hấp dẫn tại Việt Nam, công ty du lịch Vietravel đã phối hợp cùng kênh truyền hình The Travel Channel (Trung Quốc) tổ chức chương trình ghi hình tại 3 địa điểm chính là thành phố Hồ Chí Minh, thành phố biển Nha Trang và thủ đô Hà Nội.

Đối với thị trường nội địa, Vietravel đã và đang thực hiện nhiều công tác quảng bá như: Quảng cáo trên truyền hình, báo đài, các phương tiện truyền thông, các trang mạng xã hội có độ phủ sóng cao hiện nay.

Ngoài ra Vietravel còn có website riêng không chỉ giúp công ty tổng hợp các chương trình khuyến mãi của mình mà còn là nơi giữ chân và củng cố niềm tin cho khách hàng, họ sẽ biết rõ hơn thông tin về công ty của và những tour du lịch uy tín, chất lượng được công ty cung cấp (<https://www.vietravel.com/>).

Ngoài ra, thời gian tới đây công ty sẽ thúc đẩy mạnh hơn về quảng bá hợp tác với các đại lý tại các địa phương, thậm chí trên toàn thế giới..

Hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ (Khách sạn, Resort, Spa..)

3.2.5 Đa dạng hóa sản phẩm du lịch Team building

Tiếp thu kinh nghiệm tổ chức loại hình du lịch Team building từ các địa phương khác như Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh... Vietravel Hải Phòng cũng

có thể xây dựng những chuyên tour du lịch Team building trên địa bàn thành phố. So với Hà Nội, Hải Phòng có ưu thế hơn với hai địa điểm du lịch biển là Đồ Sơn và Cát Bà với bãi biển rất thuận lợi cho công tác tổ chức hoạt động Team building, tuy nhiên Hà Nội lại phát triển hơn hẳn về loại hình du lịch Team building còn Hải Phòng thì rất mờ nhạt. Ở Hà Nội chúng ta có thể tìm thấy những công ty chuyên tổ chức các hoạt động Team building, chuyên tour Team building như: Trung tâm EVT Team building & Event (trực thuộc Công ty cổ phần đầu tư thương mại và dịch vụ du lịch trực tuyến Việt Nam) địa chỉ 57 Lương Ngọc Quyến, Hoàn Kiếm, Hà Nội; Công ty cổ phần thương mại và du lịch kết nối hành trình Việt với thương hiệu là Vietrip JSC Hà Nội địa chỉ 235 Bạch Đằng, Hoàn Kiếm, Hà Nội... hay những địa điểm chuyên tổ chức Team building như Sơn Tinh Camp tại núi Ba Vì, Khu du lịch sinh thái Vườn Xoài... Tất cả đã cho chúng ta thấy được sự phát triển mạnh mẽ của loại hình du lịch Team building trên địa bàn Hà Nội. Tận dụng ưu thế về biển và bờ biển, công ty có thể xây dựng các chuyên tour du lịch Team building tại Đồ Sơn và Cát Bà. Công ty có thể kết hợp du lịch biển, thưởng thức ẩm thực biển Đồ Sơn, Cát Bà với các hoạt động trò chơi Team building trên bãi biển, giao lưu lửa trại buổi tối cùng chương trình tham gia trò chơi trúng thưởng để kích thích hứng thú tham gia các trò chơi Team building của du khách. Tại Đồ Sơn thì bãi biển khu 2 và Hòn Dấu resort là một nơi lý tưởng để thực hiện một chuyên tour Team building. Ở Cát Bà thì ba bãi biển Cát Cò 1, Cát Cò 2, Cát Cò 3 và Vườn quốc gia Cát Bà đều là những địa điểm rất thích hợp để tổ chức các hoạt động Team building. Một chuyên tour du lịch Team building tức là lấy các hoạt động Team building làm trọng tâm của chương trình du lịch. Các hoạt động Team building phải được chuẩn bị kỹ lưỡng, với lịch trình cụ thể về mặt thời gian, không gian, hướng dẫn viên thực hiện việc dẫn chương trình, đối tượng tham gia có thể là công nhân, nhân viên tại các công ty, cơ quan hoặc là tập thể thanh niên, sinh viên. Mục đích lớn nhất của các tour Team building là tạo sự gắn kết, đoàn kết giữa các cá nhân trong một tập thể nên nhà tổ chức cần phải tìm hiểu kỹ lưỡng các thông tin cần thiết để hiểu được

tiêu chí hoạt động, lĩnh vực sản xuất kinh doanh, đặc thù làm việc của đối tượng khách..., trên cơ sở đó sẽ tổ chức xây dựng các hoạt động Team building phù hợp.

Ngoài ra, để đa dạng hơn các sản phẩm du lịch Teambuilding, công ty có thể kết hợp với các loại hình du lịch phổ biến khác như du lịch nghỉ dưỡng, du lịch xanh, du lịch văn hóa hay du lịch ẩm thực,....

*** Đề xuất về chuyên tour Team building tại Cát Bà**

Trước hết là một chương trình khung Team building tại Cát Bà:

Ngày 1: Hải Phòng- Cát Bà

Sáng: Xe và hướng dẫn đón khách tại điểm hẹn. Quý khách đi tàu cao tốc từ bến Bính ra đảo Cát Bà nhận phòng, ăn trưa.

Chiều, tối: Quý khách nghỉ ngơi, ăn tối tại khách sạn.

Nghỉ đêm tại Cát Bà.

Ngày 2: Team building Cát Bà

Sáng: Dùng điểm tâm, tắm biển.

Chiều: Tham gia chương trình Team building, trò chơi mang tính xây dựng đồng đội cao.

Tối: Quý khách thưởng thức tiệc Gala Dinner buffet BBQ.

Ngày 3: Cát Bà – Việt Hải – Cát Bà

Sáng: Tham gia chương trình Team building trong vườn quốc gia Cát Bà theo lộ trình trung tâm Rừng - Ao Éch - Việt Hải. Ăn trưa theo kiểu Picnic trong rừng.

Chiều: Sau khi ăn trưa, đoàn nghỉ ngơi đến 14h trả phòng, đi tàu rời đảo Cát Bà về Hải Phòng. Ô tô của công ty du lịch đưa trả khách về điểm hẹn. Kết thúc chương trình tour.

Từ chương trình gốc trên, chúng ta có thể triển khai chương trình tour phù hợp với từng đối tượng du khách:

****Đối tượng khách là công nhân:***

Ngày 1: Hải Phòng – Cát Bà

Sáng: Xe và hướng dẫn đón khách tại điểm hẹn. Quý khách đi tàu cao tốc từ bến Bình ra đảo Cát Bà nhận phòng.

11h00: Ăn trưa tại nhà hàng. Sau đó nghỉ ngơi.

Chiều: 14h00: Tham gia chương trình Team building, trò chơi mang tính xây dựng đồng đội cao trên bãi biển Cát Cò 1.

+ Xây dựng Logo, cờ đội

- Mỗi đội được phát 1 tờ giấy A0, 1 hộp màu nước.

- Cách chơi: Trong vòng 10 phút, các đội tự thiết kế Logo và đặt Slogan riêng cho đội của mình trên tờ A0.

+ Khởi động

- Cách chơi: Mỗi đội sẽ xếp thành một đội hình dài nhất có thể.

- Các thành viên trong đội có thể sử dụng tất cả mọi đồ vật trên người như thắt lưng, mũ, khăn... và mọi tư thế nằm, ngồi... sao cho có thể nối vào nhau xếp thành một đội hình dài nhất.

+ Lỗ hồng thời gian

- Cách chơi: Ban tổ chức sẽ chuẩn bị cho các đội 1 ống nhựa to với 5 ống nước đã bịt 1 đầu và đục nhiều lỗ trên thân ống.

- Trong ống nhựa to sẽ có 1 quả pingpong, nhiệm vụ của các đội phải đổ đầy nước vào ống sao cho trái Pingpong lọt ra ngoài.

+ Bánh xe thể kỷ

- Mỗi đội được phát một vòng tròn được làm từ bạt, rộng 80cm, chu vi 10m.

- Cách chơi: Mỗi đội khoảng 10 - 15 người sẽ đứng trong vòng tròn bạt, chân dẫm lên bạt di chuyển như một bánh xe. Mỗi đội là một bánh xe di động.

- Đội nào về đến đích trước mà không có thành viên nào ngã ra ngoài sẽ thắng. Đội nào bị ngã phải đi lại từ đầu.

+ Kéo co

- Số lượng: Mỗi đội gồm 10-15 người (không phân biệt nam nữ).

- Thể thức thi đấu: Các đội bốc thăm thi đấu đối kháng. Hai đội vào chung kết sẽ nhận quà của Ban tổ chức.

Sau đó khách tự do tắm biển.

Tối: Quý khách ăn tối tại khách sạn, sau đó tự do tham quan Cát Bà về đêm.

Ngày 2: Cát Bà – Ao Éch – Việt Hải – Cát Bà

Sáng: 6h00 Ăn sáng

Sau khi ăn sáng, nghỉ ngơi một lát, 7h00 Quý khách sẽ được tham gia chương trình Team building: xuyên vườn quốc gia Cát Bà theo lộ trình trung tâm Rừng - Ao Éch - Việt Hải. Chương trình được mang tên:

“Một ngày làm Robison trên đảo Cát Bà”

- 7h00: Quý khách sẽ khởi động chương trình bằng quãng đường rừng khoảng 6km. Mỗi đội được phát bạt, cọc tre, dây mang đi dựng trại. Khoảng 10h đoàn sẽ đến trung tâm rừng Ao Éch, một khu rừng ngập nước trên núi cao duy nhất ở miền Bắc, nơi nước không bao giờ cạn, thậm chí vào mùa mưa còn ngập cả lối đi. Trên đường đi du khách sẽ được ngắm nhìn khung cảnh hoang sơ của rừng và được trải nghiệm cảm giác chinh phục đường rừng núi. (Trò này đòi hỏi sự phân chia công việc hợp lý cho các thành viên trong đội khi phải mang vác đồ đi đường rừng. Mỗi đội nên có người lãnh đạo “Đội trưởng” để phân công, chỉ đạo cả đội).

- 10h00: Đến trung tâm rừng Ao Éch nghỉ ngơi một lát, cả đoàn sẽ tiếp tục chương trình Team building bằng Trò chơi thi dựng trại với bạt, cọc tre và dây mang theo. Hướng dẫn viên sẽ phát cho mỗi đội một bảng thông tin hướng dẫn cách tìm hộp đồ ăn trưa cho cả đội. (Trò này tiếp tục cần đến sự phân công công việc hợp lý và sự khéo léo của mỗi thành viên trong từng đội. Dựa vào bảng thông tin, đội trưởng nên cử những thành viên khỏe và nhanh nhẹn nhất đội để đi tìm kiếm đồ ăn trưa, những người còn lại sẽ ở lại dựng trại).

- Đội nào tìm thấy đồ ăn trưa trở về trước tiếp tục được rút thăm nhận bảng thông tin cho trò truy tìm kho báu tiếp theo sẽ được thực hiện sau giờ ăn trưa.

- Ăn trưa theo kiểu Picnic trong rừng.

- Sau khi ăn trưa xong, nghỉ ngơi trong trại một lát, du khách sẽ tiếp tục tham gia trò chơi truy tìm kho báu. Mỗi đội có một kho báu theo bảng thông tin đã rút

thăm riêng với đoạn đường truy tìm tương tự nhau. Đội nào tìm được kho báu đầu tiên sẽ nhận được phần quà lớn nhất từ ban tổ chức.

- 16h00: Các đội sẽ tập trung dỡ trại và đi đến làng chài Việt Hải cách Ao Eché khoảng 4km đường rừng để thăm cuộc sống thanh bình, dân dã nơi đây.

Tối: 19h00: Du khách được tham gia vào chương trình Gala dinner đốt lửa trại và ăn tối theo kiểu tiệc nướng Buffet đồ biển tươi sống tại làng chài Việt Hải do người dân làng chài đánh bắt. Các trò chơi nhẹ nhàng có thể tổ chức trong đêm Gala như:

+ Vũ điệu Hawaii

Cách chơi: Mỗi đội 11 người, trong đó 1 người làm quản ca, 10 người còn lại xếp thành một hàng ngang, mặt hướng về phía khán giả. Người quản ca đứng trước cả đội.

Khi nhạc nổi lên, người quản ca sẽ nhảy vũ điệu tùy ý và cả đội cùng nhảy theo người quản ca.

Đội nào nhảy đều và đẹp nhất sẽ là đội chiến thắng.

+ Vũ điệu tình nồng:

Dụng cụ: bong bóng (nhiều), dây thun, dây nilon.

Cách chơi: Chơi tập thể.

Mỗi đội có 5 cặp (tùy theo số lượng cụ thể), nam và nữ, cột chân vào nhau theo thế 2 người 3 chân (cột chân bằng dây nilong). Mỗi cặp được cột 3 cái bong bóng vào mắt cá chân ở vị trí thấp (3 bong bóng ở 3 chân). Tất cả các cặp đứng vào 3 ô vuông (tròn) mà BTC đã vạch sẵn. Khi có hiệu lệnh, các cặp sẽ tìm cách để đạp bẻ bong bóng của các cặp khác, không được di chuyển ra ngoài vòng tròn hay ô vuông đã định. Cặp nào của đội nào còn nhiều bong bóng trên chân nhất thì đội đó thắng.

Quy định: Không được cột bong bóng quá cao, không được cột trước mu bàn chân, không được đạp vào chân đối thủ (nhất là các bạn nữ), không được để đứt dây nilong ở giữa chân của mỗi cặp. Đội nào vi phạm, loại khỏi cuộc chơi.

- 22h00: Xe của công ty du lịch đưa quý khách về khách sạn nghỉ ngơi.

NGÀY 3: Cát Bà – Hải Phòng

Sáng: Du khách tự do ăn sáng, tắm biển buổi sáng, tự do đi chợ mua đồ lưu niệm, hải sản.. tại chợ Cát Bà.

11h00 Ăn trưa.

Chiều: 12h00: Sau khi ăn trưa, đoàn trả phòng, di chuyển ra bến tàu để lên tàu rời đảo Cát Bà về Hải Phòng. Ô tô của công ty du lịch đưa trả khách về điểm hẹn.

Kết thúc chương trình tour.

***Với đối tượng khách là các công ty:**

- Do đặc thù đối tượng khách công ty họ không năng động như học sinh, sinh viên do họ phải làm việc vất vả, đi du lịch là để nghỉ ngơi thư giãn nên chúng ta có thể thay đổi một số hoạt động trong chương trình tour.

- Thứ nhất: Chúng ta có thể bỏ trò kéo co khởi chương trình Team building của buổi chiều ngày thứ nhất để du khách có nhiều thời gian tắm biển sau đó nghỉ ngơi trước khi ăn tối.

- Thứ 2: Trong chương trình: “Xuyên vườn quốc gia Cát Bà theo lộ trình trung tâm Rừng - Ao Éch - Việt Hải” chúng ta có thể bỏ hoạt động cắm trại khởi chương trình, thay vào đó chúng ta không cho phép du khách mang đồ ăn, nước uống theo để các đội tự truy tìm nước uống theo bảng hướng dẫn, khi đến trung tâm rừng Ao Éch thì tiếp tục truy tìm hộp đồ ăn trưa. Hướng dẫn viên cho du khách nghỉ một lát rồi lên đường đến làng chài Việt Hải và truy tìm kho báu trên đường đến làng chài Việt Hải. Các hoạt động khác giữ nguyên như kịch bản cho đối tượng khách là công nhân.

***Một đề xuất về chuyên tour Team building tại Hạ Long:**

Ngoài ra, công ty du lịch có thể dựa vào đề xuất trên xây dựng một chương trình chuyên tour Team building tại Hạ Long, thay thế vào đó các hoạt động trò chơi mang đậm chất Hạ Long, phù hợp với địa hình, không gian hay những trò chơi

mang hơi hướng lịch sử văn hóa của điểm đến này. Đặc điểm của chuyên tour Team building ở Hạ Long là các trò chơi sẽ được tổ chức trên bãi biển - là địa hình thích hợp nhất để tổ chức của điểm du lịch Hạ Long. Người viết xin được đề xuất một chuyên tour Team building có thể tổ chức ở Hạ Long:

NGÀY 1: Hải Phòng- Hạ Long (Ăn trưa + tối)

Sáng: 06h30: Xe và HDV đón quý khách tại điểm hẹn khởi hành đi Hạ Long.

08h00: Tới Hạ Long tự do tham quan và nhận phòng.

11h00: Ăn trưa tại nhà nghỉ.

Chiều: Tham gia chương trình Team building, trò chơi mang tính xây dựng đồng đội cao. Sau đó tắm biển tự do.

Tối: Quý khách thưởng thức tiệc Gala Dinner buffet BBQ.

NGÀY 2: Hạ Long – Hải Phòng (Ăn sáng + trưa) tùy nhu cầu du khách

7h00: Quý khách ăn sáng

8h00: Quý khách lên thuyền đi thăm vịnh Hạ Long, tham quan Công viên Hạ Long Park, vòng quay Mặt Trời, Cáp treo Nữ Hoàng – nơi có hệ thống cáp treo với cabin sức chứa 200 người, cột cáp cao tới 188,88m, cáp treo dài 2222m.

11h00: Quý khách ăn trưa, nghỉ ngơi tại nhà nghỉ.

12h00: Trả phòng khách sạn, tự do thăm chợ Hạ Long mua sắm đồ hải sản làm quà.

14h00: Quý khách lên xe đi bảo tàng Quảng Ninh chụp hình lưu niệm trước khi trở về Hải Phòng.

15h00: Quý khách lên xe trở về Hải Phòng, kết thúc hành trình, chia tay và hẹn gặp lại Quý khách.

****Một số hoạt động trò chơi đề xuất cho buổi chiều ngày 1 tổ chức Team building trên biển Hạ Long:***

+ Đi tìm nữ thần biển:

Dụng cụ: Sử dụng tất cả các vật dụng của các thành viên trong đội mang theo hoặc tìm thấy trên bãi biển.

Cách chơi: Trong vòng 15 phút các thành viên trong đội sẽ cùng nhau thiết kế một bộ trang phục nữ lộng lẫy nhất có thể cho một thành viên trong đội mặc trình diễn và bình chọn cho ai đang mặc trang phục đẹp nhất. Ban giám khảo là các trưởng nhóm. Trò chơi sẽ trở nên thú vị hơn khi người trình diễn trang phục là nam...

+ Vua Hùng kén rể:

Cách chơi: Hướng dẫn viên sẽ mời trưởng đoàn đóng vai vua Hùng và mời nữ thần biển ở trò chơi trên làm My Nương; mỗi đội sẽ cử ra một bạn nam đóng Sơn Tinh, Thủy Tinh... (trong trường hợp có nhiều hơn 2 đội chúng ta có thể có thêm Mộc Tinh, Thạch Tinh...). Vua Hùng sẽ được nhận một bảng gợi ý các đồ vật để yêu cầu các chàng trai đi kiếm mang về cho vua làm lễ vật với sự giúp sức của các thành viên trong đội. Gợi ý các đồ vật tạo không khí vui vẻ cho cả đoàn như: chiếc thắt lưng của nam/nữ, đôi giày/dép của một thành viên ở vị trí cao trong đoàn, chiếc quần đùi của một người con trai (với những đoàn có trẻ em là nam), một con ốc biển còn sống con nào to nhất sẽ thắng...

+ Cuộc chiến Sơn Tinh - Thủy Tinh - Mộc Tinh - Thạch Tinh...:

Dụng cụ: Nhiều túi nilon mỏng đựng nước buộc sẵn phát cho các đội số lượng như nhau.

Cách chơi: Trong vòng 5 phút, mỗi đội sẽ xây cho mình một lâu đài cát to nhất, vững chãi nhất có thể. Sau đó chiến đấu theo cặp: Các đội sẽ dùng các túi nước đập vào lâu đài cát của đội bạn ở vị trí cách 5 - 7m. Lâu đài cái nào bị sụp nhiều nhất sẽ thua. Các đội thắng sẽ thi đấu tiếp vòng trong... để tìm ra đội thắng cuộc.

Chương trình Gala Dinner buffet BBQ tham khảo chương trình trong chuyên tour Team building tại Cát Bà ở trên.

Như vậy, để thực hiện được một chuyên tour Team building tại Hạ Long và Cát Bà, đòi hỏi nhà tổ chức tức là các công ty du lịch phải có một sự đầu tư, chuẩn bị trước kỹ lưỡng, không chỉ là các dịch vụ ăn - ngủ - nghỉ thông thường cho du khách mà còn là những đạo cụ để tổ chức các hoạt động, trò chơi Team building.

Nhất là chương trình Team building trong trung tâm rừng Ao Eách đòi hỏi nhà tổ chức phải đi thăm dò kỹ lưỡng địa hình rừng nơi đây để có thể bố trí các hộp đồ ăn và kho báu ở vị trí hợp lý đồng thời quãng đường đi trong bảng thông tin cho mỗi đội phải bằng nhau. Đặc biệt chương trình Gala dinner và tiệc nướng Buffet tại làng chài Việt Hải cần phải có sự chuẩn bị chu đáo hơn nữa. Nhà tổ chức cần hợp tác với nhà dân ở làng chài, bố trí trước khu vực sân bãi, loa mic, bàn ghế, lò nướng, hải sản... (nếu sân bãi đó trên bờ biển thì quả là một điều tuyệt vời). Trong quá trình thực hiện tour sẽ có lúc gặp điều kiện thời tiết bất lợi, trời mưa... đòi hỏi nhà tổ chức là các công ty du lịch cần có các chương trình thay thế dự phòng thích hợp như các trò chơi có thể được tổ chức trong nhà... Chương trình tour trên không chỉ dành cho một đoàn khách duy nhất, cho nên nhà tổ chức cần có sự đầu tư xứng đáng để tour được thực hiện một cách thành công nhất. Các doanh nghiệp lữ hành cần có sự hợp tác lâu dài với các nhà hàng hay khách sạn tại Hạ Long, Cát Bà trong việc tổ chức các chuyên tour Team building và chương trình Gala Dinner buffet BBQ... Tuy nhiên, do sự đầu tư chuẩn bị để thực hiện loại hình tour du lịch này nhiều hơn hẳn các tour du lịch truyền thống thông thường sẽ đẩy giá thành tour lên cao, đòi hỏi các công ty du lịch có sự quảng bá, tiếp thị về sản phẩm tour mới này thật tốt để họ nhận thấy được tác dụng, sức hấp dẫn của tour và số tiền họ bỏ ra mua tour là hoàn toàn xứng đáng.

3.2.6 Mở rộng không gian, địa điểm tổ chức

Trước hết, Vietravel cần phát huy lợi thế của mình là một công ty du lịch nổi tiếng hấp dẫn du khách cả trong và ngoài nước và có lợi thế Hải Phòng có 2 bãi biển là Đồ Sơn và Cát Bà. Bãi biển tại hai điểm du lịch này đều rất rộng, cát mịn, độ dốc vừa phải..., rất phù hợp cho việc tổ chức các hoạt động Team building ngoài trời. Tiếp đến, cần mở rộng địa điểm khai thác để tổ chức hoạt động Team building như các điểm du lịch tự nhiên và nhân văn khác như: đền trạng Trình - Nguyễn Bình Khiêm, Núi Voi, đồi Thiên Văn, suối khoáng nóng Tiên Lãng... hay thậm chí tại các không gian lễ hội như: chợ trâu Đồ Sơn, hội Núi Voi đầu năm, hội đền Trạng

Trình Nguyễn Bình Khiêm... Điều này sẽ làm đa dạng hóa sản phẩm du lịch Team building của công ty tại Hải Phòng, đồng thời làm phong phú thêm cơ hội lựa chọn các tour du lịch Team building tại Hải Phòng cho du khách. Ngoài ra, công ty cần mở thêm các chương trình du lịch Teambuilding tại nhiều tỉnh thành khác hơn như Hòa Bình, Mộc Châu, Mai Châu, có đặc điểm địa thế núi non, địa hình rộng rãi, có sông suối để làm Teambuilding mới lạ hơn và đặc biệt là xây dựng quy hoạch những địa điểm chuyên tổ chức các hoạt động Team building cho du khách, đồng thời trang bị đầy đủ dụng cụ để tổ chức các trò chơi Team building, sân khấu, âm thanh, ánh sáng chất lượng tốt tạo điều kiện cho việc tổ chức các hoạt động Team building...

3.2.7. Mở rộng khai thác đối tượng khách công nhân tại các tỉnh lân cận

Ngoài thị trường khách công nhân trong các khu công nghiệp trên địa bàn thành phố Hải Phòng, công ty Vietravel nên mở rộng thị trường khách công nhân tại các tỉnh lân cận như Hải Dương, Thái Bình,..

Khu vực Hải Dương thì có những Khu công nghiệp lớn như : Khu công nghiệp tàu thủy Lai Vu với độ rộng 128 ha, Khu công nghiệp Đại An – 664 ha, Khu công nghiệp Cộng Hòa – Chí Linh rộng 700 ha, .. Cùng với đó là số lượng công nhân đông đảo và các công ty tư nhân vốn đầu tư từ nước ngoài rất thường xuyên tổ chức cho công nhân đi tham quan du lịch, vui chơi.

Với khu vực Thái Bình thì có Khu công nghiệp Tiền Hải rộng 128 ha, Khu công nghiệp Phúc Khánh với 300 ha, ...Cũng giống như tỉnh Hải Dương, thì Thái Bình cũng được rất nhiều công ty tư nhân vốn nước ngoài đầu tư vào, và những công ty này thường quan tâm tới đời sống của công nhân rất tốt. Vào những dịp du lịch hè, là cơ hội rất lớn cho công ty Vietravel có thể mở rộng thị trường của mình ra 2 tỉnh lân cận này.

Công ty Vietravel có thể xây dựng những chương trình du lịch Đồ Sơn 1 hoặc 2 ngày, Cát Bà 2-3 ngày và kết hợp hoạt động Team building dành cho khách công nhân của các khu công nghiệp 2 tỉnh lân cận này.

Tiểu kết chương 3:

Để cho công ty Vietravel phát triển và thu hút du khách sử dụng sản phẩm của công ty thì vấn đề phát triển nhân sự cho công ty là vô cùng quan trọng. Hướng dẫn viên xây dựng chương trình và dẫn khách tham quan, nghỉ dưỡng, tham gia các hoạt động Team building một cách chuyên nghiệp sẽ tạo cho công ty một thế mạnh rất lớn. Thêm vào đó, với sự đầu tư quảng bá, đa dạng hóa sản phẩm du lịch với điểm nhấn là các hoạt động Team building sẽ tạo cho công ty Vietravel một nét hấp dẫn mới gây được sự quan tâm đặc biệt hơn từ du khách.

Chương trình du lịch chuyên tour Team building hay du lịch kết hợp Team building đều là những hướng đi góp phần tích cực trong việc tạo sức hấp dẫn mới cho các chương trình du lịch của công ty Vietravel Hải Phòng. Thông qua chương 3, người viết hy vọng có thể giúp cho người đọc hiểu thêm về sự mới lạ cùng lợi ích của loại hình du lịch Team building, đặc biệt là cung cấp một số ý tưởng cho những doanh nghiệp lữ hành, góp phần tạo nên sức hút cho hướng đi mới của công ty - loại hình du lịch Team building.

KẾT LUẬN

Việt Nam là một đất nước có nền văn hiến lâu đời đậm đà bản sắc dân tộc cùng với những cảnh quan kỳ thú được thiên nhiên ban tặng, một đất nước có tiềm năng du lịch phong phú. Thành phố Hải Phòng với những ưu thế rất lớn về du lịch chính là mảnh đất màu mỡ để các công ty du lịch phát triển. Trong đó, Vietravel Hải Phòng đã có những đóng góp có thể nói là hàng đầu cho sự nghiệp phát triển du lịch của thành phố.

Nâng cao hiệu quả kinh doanh lữ hành luôn là bài toán khó với mọi doanh nghiệp kinh doanh loại hình này nên rất mong những lý luận và giải pháp em đưa ra sẽ có giá trị tham khảo và đóng góp được một phần nào đó vào sự phát triển của công ty.

Thuật ngữ Team building được hiểu theo cách đơn giản nhất là “xây dựng đội” với những hoạt động, trò chơi không phải trên lý thuyết, sách vở mà là các hoạt động tập thể giúp tăng cường tình đoàn kết, tinh thần đồng đội thông qua kinh nghiệm, sự nỗ lực của các cá nhân trong việc chia sẻ trách nhiệm của các nhóm cá nhân. Cho đến nay tác dụng của các hoạt động Team building đã được thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng công nhận.

Nắm bắt được xu hướng thế giới, ngành du lịch đã tìm ra hướng kết hợp giữa du lịch và các hoạt động Team building để mở ra hướng đi mới cho hoạt động du lịch. Team building đã chứng tỏ vai trò của nó trong hoạt động của ngành du lịch với việc trở thành phương tiện thực hiện mục đích gắn kết những cá nhân du khách đơn lẻ thành một tập thể đoàn kết, cùng nhau thực hiện mục tiêu chung nhằm đạt được kết quả tốt nhất. Từ đó, du khách sẽ được trải nghiệm những chuyến du lịch không còn đơn thuần là tìm hiểu khám phá hay nghỉ dưỡng giải trí thông thường nữa mà là một hành trình thực sự ý nghĩa. Team building trong du lịch sẽ giúp cho đoàn du khách trở nên gắn kết với nhau hơn, đồng thời cũng giúp cho các thành viên phát huy tính tự chủ, năng động của bản thân, từ đó nhìn nhận ra điểm mạnh của mình để phát triển.

Về phía công ty lữ hành Vietravel đang hoạt động trên địa bàn Hải Phòng, cần phải xác định được du lịch Team building hiện nay đang là một xu thế du lịch được ưa chuộng, và Hải Phòng có đầy đủ tiềm năng để phát triển tốt loại hình du lịch này. Từ đó, cần mạnh dạn xây dựng những chương trình du lịch hấp dẫn, cũng như mạnh dạn đầu tư về đạo cụ, đào tạo các hướng dẫn viên du lịch có khả năng làm Team building tốt nhất... để có thể cạnh tranh với các công ty du lịch trong thành phố cũng như từ các thị trường khác như Hà Nội, Quảng Ninh. Tin rằng nếu những ý tưởng này được thực hiện, trong tương lai không xa, Vietravel Hải Phòng sẽ là một công ty lớn mạnh, có sức hút hấp dẫn không chỉ với những tour du lịch biển, du lịch nghỉ dưỡng, mà còn là một nơi thu hút khách với những chương trình du lịch Team building đặc sắc, điển hình.

Do khả năng còn hạn chế nên chắc chắn trong bài viết còn nhiều những khuyết điểm khó tránh khỏi, kính mong sự đóng góp của các thầy cô để em có thể hoàn thiện hơn, đạt được kết quả cao trong học tập và vững vàng hơn khi bước vào nghề.

Em xin chân thành cảm ơn toàn thể ban lãnh đạo, các anh chị cán bộ - công nhân viên của công ty du lịch Vietravel chi nhánh Hải Phòng và giảng viên Nguyễn Phương Thảo đã luôn quan tâm giúp đỡ, chỉ bảo tận tình để em có thể hoàn thành bài báo cáo này.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Nam, Tìm hiểu hoạt động Team building của sinh viên Văn hóa du lịch trường Đại học dân lập Hải Phòng, Khóa luận tốt nghiệp năm 2009.
2. Hồ Thị Thanh Ly, Phát triển các chương trình du lịch Team building tại công ty Vitours, Luận văn thạc sĩ, trường Đại học Đà Nẵng, năm 2013.
3. Paul Tizzard, The Team building activities pocket book, Nhà xuất bản Management Pocketbooks Ltd, năm 2006.
4. Lê Thị Ngọc Quý, Tìm hiểu hoạt động Team building trong du lịch, Khóa luận tốt nghiệp Khoa Du lịch học, năm 2011, Trường Đại học KHXX&NV Hà Nội.
5. Huỳnh Thị Phú Xuân, Trương Thị Thanh Tâm, Phùng Khắc Đức, Phát triển du lịch kết hợp Team building tại thành phố Đà Nẵng, Đại học Đà Nẵng, năm 2012.
6. <http://caudulich.com/tu-sach-du-lich/5264-nguon-goc-ra-doi-cua-teambuiding.html>
7. <http://dulichmienbac.com/du-lich/du-lich-viet-nam/du-lich-team-building/335-du-lich-team-building-tai-dao-cat-ba.html>
8. <http://hanoicity.jaovat.com/du-lich-do-son-ket-hop-team-building-iid-362511652>
9. Số liệu thống kê trên website: <http://vietnamtourism.gov.vn> của Tổng cục du lịch Việt Nam.
10. Website chính thức của công ty Vietravel: <https://www.vietravel.com>

PHỤ LỤC

Một số hình ảnh về hoạt động Team building công ty Vietravel tổ chức cho khách là công nhân.



Vietravel Hải Phòng làm chương trình Team building cho LG Innotek tại bãi biển
Hạ Long



Vietravel làm chương trình Team building cho khách công nhân công ty Anslog tại bãi biển Tùng Thu, Cát Bà



Các hoạt động Team building của công ty Vietravel tại biển Mỹ Khê Đà Nẵng



Hình ảnh đồ chơi bóng hơi, gậy hơi để làm các hoạt động Team building



