

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ
KHOA VĂN HÓA - DU LỊCH

Trần Lâm Như

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**XÂY DỰNG MỘT SỐ CHƯƠNG TRÌNH TEAMBUILDING
TẠI KHU DU LỊCH SINH THÁI THUNG NHAM - NINH BÌNH**

Mã sinh viên: 2651030073

Ngành: Du lịch

NINH BÌNH, 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ
KHOA VĂN HÓA - DU LỊCH

Trần Lâm Như

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**XÂY DỰNG MỘT SỐ CHƯƠNG TRÌNH TEAMBUILDING
TẠI KHU DU LỊCH SINH THÁI THUNG NHAM - NINH BÌNH**

Mã sinh viên: 2651030073

Ngành: Du lịch

Người hướng dẫn: ThS. Phạm Thị Thu Thủy

NINH BÌNH, 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi tên là Trần Lâm Như xin cam đoan đây là đề tài nghiên cứu của tôi. Những số liệu, thông tin sử dụng trong Khóa luận này được thu thập tại Công ty cổ phần dịch vụ thương mại và du lịch Doanh Sinh và trên các sách báo khoa học chuyên ngành (có trích dẫn đầy đủ và theo đúng quy định). Nội dung trong khóa luận này do bản thân tôi tự nghiên cứu và không sao chép từ các nguồn tài liệu khác.

Nếu sai sót tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm theo quy định của Nhà trường.

Ninh Bình, ngày 10 tháng 5 năm 2026

Sinh viên

Trần Lâm Như

XÁC NHẬN CỦA NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

1. Họ tên người hướng dẫn: ThS Phạm Thị Thu Thủy
2. Đơn vị: Khoa Văn hóa – Du lịch
3. Họ tên sinh viên: Trần Lâm Như
4. Mã sinh viên: 2651030073
5. Khoa: Văn hóa - Du lịch
6. Tên đề tài khóa luận: Xây dựng một số chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham - Ninh Bình

Tôi xác nhận rằng tôi đã trực tiếp hướng dẫn sinh viên Trần Lâm Như thực hiện khóa luận tốt nghiệp và đồng ý cho sinh viên Trần Lâm Như được phép bảo vệ đề tài khóa luận tốt nghiệp đại học mà sinh viên đã thực hiện!

Ninh Bình, ngày 10 tháng 5 năm 2026

Người hướng dẫn

Phạm Thị Thu Thủy

BẢNG CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

Khu du lịch	KDL
Cổ phần dịch vụ thương mại và du lịch	CPDVTM&DL
Master of Ceremonies	MC
Key Performance Indicator	KPI
Đơn vị tính	ĐVT

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1. So sánh Indoor Teambuilding và Outdoor Teambuilding.....	19
Bảng 2.1. Thông tin các nhà hàng trong khu du lịch sinh thái Thung Nham ..	35
Bảng 2.2. Thông tin các khu nghỉ dưỡng trong khu du lịch sinh thái Thung Nham.....	36
Bảng 2.3. Doanh thu du lịch tại Khu du lịch sinh thái Thung Nham giai đoạn 2018 - 2025	37
Bảng 2.4. Các địa điểm có khả năng tổ chức teambuilding trong khu du lịch sinh thái Thung Nham	39
Bảng 2.5. Đặc điểm mẫu khảo sát.....	42
Bảng 2.6. Thông tin một số chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham đầu năm 2026	46
Bảng 2.7. Đánh giá của khách du lịch về chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham.....	47

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1. Mô hình tổ chức công ty CPDVTM&DL Doanh Sinh.....	34
Hình 2.2. Nhu cầu của du khách về chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham	42
Hình 2.3. Đánh giá của khách du lịch về chương trình teambuilding	48

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU.....	1
1. Lý do chọn đề tài:	1
2. Tổng quan tình hình nghiên cứu.....	3
3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu	5
3.1. Mục đích	5
3.2. Nhiệm vụ.....	5
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	6
4.1. Đối tượng nghiên cứu:.....	6
4.2. Phạm vi nghiên cứu:.....	6
5. Phương pháp nghiên cứu.....	6
6. Ý nghĩa khoa học và ý nghĩa thực tiễn	6
6.1. Ý nghĩa khoa học.....	6
6.2. Ý nghĩa thực tiễn.....	6
Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHƯƠNG TRÌNH TEAMBUILDING TRONG DU LỊCH	8
1.1 Cơ sở lý luận về hoạt động teambuilding và chương trình teambuilding trong du lịch.....	8
1.1.1 Cơ sở lý luận về hoạt động teambuilding trong du lịch.....	8
1.1.2. Vai trò, đặc trưng, chức năng của chương trình teambuilding trong du lịch	10
1.1.2.1. Vai trò của chương trình teambuilding.....	10
1.1.2.2. Đặc trưng của hoạt động teambuilding trong du lịch	13
1.1.2.3. Chức năng của chương trình du lịch teambuilding	15
1.1.3. Phân loại chương trình teambuilding trong du lịch	16
1.1.3.1. Teambuilding trong nhà	17
1.1.3.2. Teambuilding ngoài trời	17
1.1.3.3. Chương trình teambuilding kết hợp	18
1.1.4. Kết cấu chương trình du lịch teambuilding	20
1.1.5. Các căn cứ xây dựng chương trình teambuilding.....	21
1.1.6. Quy trình xây dựng chương trình teambuilding	22
1.1.7. Các yếu tố tác động đến chương trình teambuilding	24
1.2. Cơ sở thực tiễn hoạt động teambuilding.....	26
1.2.1. Lịch sử hoạt động teambuilding.....	26

1.2.2. Xu hướng xây dựng chương trình du lịch teambuilding.....	28
Chương 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING TẠI KHU DU LỊCH SINH THÁI THUNG NHAM.....	32
2.1. Khái quát về khu du lịch Thung Nham.....	32
2.1.1. Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên	32
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển	33
2.1.3. Cơ cấu tổ chức và quản lý	34
2.1.4. Sản phẩm du lịch đang khai thác	34
2.1.5. Nguồn khách du lịch đến khu du lịch Thung Nham.....	37
2.2. Thực trạng tổ chức hoạt động teambuilding tại Thung Nham.....	38
2.2.1. Các điều kiện tổ chức chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham	38
2.2.1.1. Điều kiện từ phía cung.....	38
2.2.1.2. Điều kiện từ phía cầu.....	41
2.2.2. Một số hoạt động teambuilding đã được tổ chức tại Thung Nham.....	43
2.2.3. Tình hình cung cấp dịch vụ teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham	45
2.3. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham.....	48
2.3.1. Thuận lợi và nguyên nhân.....	48
2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân.....	49
Chương 3 XÂY DỰNG MỘT SỐ CHƯƠNG TRÌNH TEAMBUILDING TẠI KHU DU LỊCH SINH THÁI THUNG NHAM, NINH BÌNH.....	52
3.1. Định hướng xây dựng chương trình teambuilding phù hợp với đặc điểm Thung Nham	52
3.1.1. Căn cứ xây dựng chương trình.....	52
3.1.2. Mục tiêu và yêu cầu của chương trình	53
3.1.2.1. Mục tiêu của chương trình teambuilding	53
3.1.2.2. Yêu cầu của chương trình teambuilding	53
3.2. Đề xuất một số chương trình teambuilding cụ thể.....	54
3.2.1. Chương trình teambuilding dành cho doanh nghiệp.....	54
3.2.1.1. Chương trình “Lộc trời ngàn năm - Khởi nguồn thịnh vượng”	54
3.2.1.2. Chương trình “Hành trình hạt mầm - Phát triển và gắn kết”	57

3.2.1.3. Chương trình “Hành trình đánh thức linh khí Việt Thắng Đại Vương”	60
3.2.1.4. Chương trình “Hành trình cánh chim trở về tổ”	63
3.2.2. Chương trình teambuilding dành cho học sinh - sinh viên	65
3.2.2.1. Chương trình “Hành trình vượt Hang Bụt”	66
3.2.2.2. Chương trình “Hành trình giải cứu Thung Nham - Kết nối để tỏa sáng”	68
3.2.2.3. Chương trình “Hành trình đại sứ du lịch trẻ”	71
3.2.2.4. Chương trình “Hành trình tỏa sáng tại đảo Cosmo”	74
3.2.2.5. Chương trình “Hành trình đánh thức động Tiên Cá”	77
3.2.2.6. Chương trình “Theo dấu Cây Đa - Hành trình ngàn năm”	80
KẾT LUẬN	84
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	87

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

Du lịch teambuilding là một hình thức kết hợp giữa du lịch và các hoạt động xây dựng đội nhóm, được tổ chức phổ biến bởi các doanh nghiệp nhằm tăng cường sự gắn kết và hiệu quả làm việc của nhân viên. Trên thế giới, thuật ngữ teambuilding bắt đầu xuất hiện từ những năm 1920 - 1930 tại Mỹ, khi các nhà nghiên cứu bắt đầu khám phá mối liên hệ giữa tâm lý con người và năng suất lao động, họ phát hiện rằng mối quan hệ giữa các nhân viên có ảnh hưởng lớn đến hiệu suất làm việc. Từ những năm 1990 trở đi, các tập đoàn lớn như IBM, GE, và Microsoft bắt đầu tổ chức teambuilding như một phần trong chiến lược phát triển nhân sự. Teambuilding đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả làm việc nhóm nói riêng và hiệu quả công việc nói chung¹. Những kỹ năng như giao tiếp, thúc đẩy tinh thần làm việc, tăng khả năng teamwork, giảm áp lực công việc,... đều có thể được trui rèn qua teambuilding.

Khoảng đầu những năm 2000, du lịch teambuilding bắt đầu được các doanh nghiệp Việt Nam áp dụng, chủ yếu là các công ty lớn trong lĩnh vực công nghệ, tài chính, và dịch vụ. Từ đó, hình thức này lan rộng và trở thành hoạt động thường niên của nhiều tổ chức.

Trong bối cảnh xã hội ngày càng phát triển và hội nhập hóa toàn cầu hiện nay, ngành du lịch Việt Nam đang từng bước khẳng định vai trò quan trọng đối với nền kinh tế quốc dân. Nhu cầu du lịch của con người cũng đa dạng hơn, không chỉ dừng lại ở việc tham quan, nghỉ dưỡng đơn thuần mà còn hướng tới những loại hình mới mẻ, mang tính trải nghiệm và gắn kết tập thể. Trong đó, teambuilding nổi lên như một xu hướng du lịch hiện đại, được nhiều doanh nghiệp, cơ quan,... cũng như các nhóm khách lựa chọn. Xét một cách tổng quan, teambuilding từ khi sinh ra đã như một làn gió tươi mát tạo nên một sắc diện mới cho du lịch ngày nay. Chương trình du lịch teambuilding không chỉ đơn thuần là các hoạt động tham quan ngắm cảnh du lịch, nó còn đóng vai trò gắn kết các thành viên qua những trò chơi mang tính giải trí cao.

Là một hình thức sản phẩm dịch vụ mới mẻ ở Việt Nam, du lịch teambuilding mang các tính chất đặc trưng khác so với du lịch thông thường. Đây là một mô hình du lịch có khả năng xây dựng đội nhóm hiệu quả. Thông qua các trò chơi, các hoạt động teambuilding giúp tăng cường sự hợp tác cũng như tinh

¹ <https://www.globalgrowthinsights.com/market-reports/team-building-service-market-102111>

thần đồng đội, vừa thỏa mãn nhu cầu vui chơi, giải trí vừa tạo ra những kỷ niệm đáng nhớ cho người tham gia. Các trò chơi cũng sẽ được thiết kế nhằm giúp các lãnh đạo của các cơ quan, tổ chức có thể nắm bắt được tính cách cũng như tác phong làm việc của thành viên trong tổ chức của mình, qua đó có thể đưa ra các phương án sử dụng nguồn nhân lực hiệu quả nhất. Cũng nhờ ưu điểm của chương trình du lịch teambuilding, trong năm 2022, số lượng tour du lịch teambuilding đạt hơn 1 triệu lượt khách, tăng 20% so với năm 2021 (theo Cục du lịch quốc gia Việt Nam), hơn 600 tổ chức lớn nhỏ tại Việt Nam đã sử dụng dịch vụ teambuilding trong năm 2024-2025, với nhu cầu tăng 20-30% so với năm trước².

Ninh Bình là tỉnh thuộc vùng đồng bằng sông Hồng, nằm bên cạnh Hà Nội - thủ đô của đất nước. Từ 1/7/2025, Ninh Bình được hình thành dựa trên sáp nhập 3 tỉnh Hà Nam - Nam Định - Ninh Bình với tổng diện tích sau khi sáp nhập là 3.943 km², trở thành một trong những tỉnh có quy mô lớn nhất cả nước với tổng dân số là 4.412.264 người³. Sau khi sáp nhập, Ninh Bình có nhiều nguồn lực phát triển kinh tế theo hướng đa dạng hơn, từ nông nghiệp bền vững với công nghệ cao, công nghiệp nhẹ, dịch vụ, cho đến du lịch văn hóa và sinh thái. Đặc biệt, du lịch vẫn tiếp tục được Ninh Bình xem là ngành kinh tế mũi nhọn, với cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, hệ thống hang động, sông núi thơ mộng và nhiều di tích lịch sử - văn hóa đặc sắc. Trong đó nổi bật là khu du lịch sinh thái Thung Nham nằm tại thôn Hải Nham, phường Nam Hoa Lư, tỉnh Ninh Bình thuộc quần thể di sản thế giới Tràng An. Với tổng diện tích khu du lịch lên tới 40 ha, nơi đây khai thác nhiều loại hình dịch vụ như câu cá, leo núi, tham quan rừng, các hang động, vườn chim... Đặc biệt, với tổ hợp cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, đa dạng cùng với các khu vực tổ chức sự kiện ngoài trời, Thung Nham không chỉ là địa điểm lý tưởng để du khách tham quan, nghỉ dưỡng mà còn rất phù hợp cho việc tổ chức các hoạt động teambuilding gắn kết tập thể.

Thực tế trong những năm gần đây, khu du lịch sinh thái Thung Nham đã quan tâm đến hoạt động cung cấp dịch vụ teambuilding, nhiều đoàn khách đã lựa chọn Thung Nham để kết hợp tham quan và tổ chức teambuilding gắn kết tập thể. Tuy nhiên, thực tế cho thấy số lượng các chương trình teambuilding tại đây còn ít, thiếu sự sáng tạo, tính chuyên nghiệp chưa cao và chưa có sự nghiên cứu, thiết kế bài bản phù hợp với từng đối tượng khách. Trong bối cảnh du lịch cạnh tranh

² <https://www.apa.org/pubs/reports/work-well-being>

³ <https://doanhnghiep.ninhbinh.gov.vn/vi-tri-dia-ly-va-dieu-kien-tu-nhien>

ngày càng mạnh mẽ, việc xây dựng các chương trình teambuilding đặc trưng, phù hợp với điều kiện tự nhiên, không gian và bản sắc của Thung Nham là hết sức cần thiết. Điều này không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn tăng sức hấp dẫn, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu của du khách, từ đó thúc đẩy phát triển du lịch bền vững cho địa phương. Ngoài ra, việc nghiên cứu, xây dựng các chương trình teambuilding cụ thể sẽ là cơ sở để hoàn thiện mô hình tổ chức dịch vụ này trong tương lai, đồng thời giúp sinh viên ngành Du lịch phục vụ tốt hơn cho công việc sau khi ra trường.

Từ những lý do trên, em lựa chọn đề tài “Xây dựng một số chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham - Ninh Bình” làm khóa luận tốt nghiệp.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Thế giới

Dựa trên các nghiên cứu khoa học và khảo sát toàn cầu, du lịch teambuilding được xem là một hình thức tiêu dùng du lịch góp phần phát triển ngành du lịch⁴. Các nghiên cứu nhấn mạnh lợi ích về hiệu suất đội nhóm, sự hài lòng của nhân viên và tác động kinh tế. Theo báo cáo của World Travel & Tourism Council (WTTC), du lịch toàn cầu đóng góp khoảng 10.9 nghìn tỷ USD vào GDP thế giới năm 2024, chiếm 10% GDP toàn cầu và hỗ trợ 357 triệu việc làm, với dự báo tăng lên 371 triệu việc làm vào năm 2025.

“The five dysfunctions of a team” của tác giả Lencioni, P.M (2002) khẳng định teambuilding là biện pháp nhân sự tổng thể kết hợp vừa thực hành, đánh giá, đào tạo và tạo động lực, nhằm liên kết và khơi dậy tình đồng đội, các kỹ năng đội nhóm, khơi dậy niềm tự hào trong mỗi nhân viên cùng hướng đến mục tiêu chung của doanh nghiệp. [11]

Theo nghiên cứu “Attention restoration theory” của McKinsey năm 2022, các hoạt động như đi bộ rừng, cắm trại, hoặc họp ngoài trời trong các chương trình teambuilding tăng cường sự gắn kết. Một nhóm làm việc trong môi trường tự nhiên có thể cải thiện giao tiếp và hợp tác nhờ trạng thái tinh thần thoải mái hơn.[14]

Theo “Creativity in the wild: improving creative reasoning through immersion in natural settings” được xuất bản năm 2012 trên tạp chí Plos One, với tác giả là Ruth Ann Atchley, David L. Strayer và Paul Atchley đã chỉ ra rằng các

⁴ <https://wttc.org/research/economic-impact>

hoạt động teambuilding sinh thái như trekking, cắm trại có thể cải thiện khả năng giải quyết vấn đề sáng tạo của đội nhóm, tìm ra hướng giải quyết mới trong công việc. [9]

Nhìn chung, các nghiên cứu trên thế giới đều khẳng định vai trò của du lịch teambuilding qua các thời kì. Teambuilding được khẳng định là một ngành du lịch rất tiềm năng kể cả về kinh tế lẫn các lợi ích mang lại trong công việc, nhất là teambuilding trong môi trường sinh thái.

Ở Việt Nam

Ở Việt Nam mặc dù hoạt động teambuilding mới xuất hiện trong thời gian gần đây nhưng đã có một số nghiên cứu đề cập tới về vai trò, và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động teambuilding gắn với du lịch.

Đinh Thị Trà Nhi với bài viết “teambuilding - du lịch gắn kết” (2020) nhấn mạnh những lợi ích của các hoạt động xây dựng đội nhóm, bằng cách sử dụng nhiều hoạt động giải trí, trong nhà và ngoài trời, khuyến khích thi đấu vượt qua những thách thức với mục đích chính là tăng hiệu quả của đội, nhóm. [6]

Theo kết quả trong nghiên cứu “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động teambuilding trong du lịch ở thành phố Hồ Chí Minh” của Ông Quốc Cường và Hà Thị Huỳnh Anh (2014) cho thấy thiết kế điểm đến, thái độ của người tham gia và hướng dẫn, năng lực và hiệu suất là những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động teambuilding trong du lịch ở thành phố Hồ Chí Minh. Trong đó, thiết kế là yếu tố có mức tác động cao nhất. [2]

Lê Thị Thu Hiền và Lê Công Vũ (2019) trong bài viết “Phát triển du lịch teambuilding ở thành phố Đà Nẵng hiện nay” đã đưa ra những kết quả và hạn chế của hoạt động du lịch teambuilding tại Đà Nẵng. Từ đó, nhóm tác giả đã đề xuất một số giải pháp để phát triển du lịch teambuilding tại Đà Nẵng bao gồm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đảm bảo chất lượng trang thiết bị, tăng cường công tác quảng bá, liên kết với các công ty du lịch, đa dạng hóa chương trình teambuilding, lấy ý kiến phản hồi của khách. [3]

Nguyễn Thị Nam với đề tài “Tìm hiểu hoạt động teambuilding của sinh viên ngành Văn hóa - Du lịch trường Đại học dân lập Hải Phòng” (2012) đã phân biệt loại hình hoạt động teambuilding thông thường và teambuilding trong du lịch, nêu bật các đặc điểm, quy trình kết hợp teambuilding trong du lịch, soi chiếu vào thực tế thông qua hoạt động giảng dạy nghiên cứu và ứng dụng tại Khoa Văn hóa - Du lịch trường Đại học dân lập Hải Phòng, từ đó nhận ra các vấn đề còn tồn tại để

đưa ra giải pháp và khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả, chất lượng hoạt động teambuilding của sinh viên ngành Văn hóa - Du lịch trường Đại học dân lập Hải Phòng. [5]

Trong khóa luận “Nghiên cứu và xây dựng hoạt động teambuilding trong du lịch gắn liền với môi trường sông nước” (2019) của tác giả Trần Thị Xuân Quỳnh tập trung vào việc phát triển sản phẩm du lịch teambuilding kết hợp yếu tố sông nước như biển, sông, hồ, bể bơi, dành riêng cho đối tượng khách hàng là cán bộ, nhân viên văn phòng - nhóm khách có nhu cầu gắn kết, giảm stress. [7]

Lê Thị Hiệu và cộng sự (2013) trong đề tài “Xây dựng một số chương trình du lịch teambuilding tại Ninh Bình” đã đánh giá thực trạng và các điều kiện phát triển du lịch teambuilding tại Ninh Bình, qua đó, xây dựng một số chương trình du lịch teambuilding tại Ninh Bình. [4]

Như vậy, hiện nay, chưa có nghiên cứu nào về chủ đề xây dựng chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham, Ninh Bình. Vì vậy, đây là một đề tài mới mang tính thực tiễn và áp dụng cao. Trên cơ sở kế thừa những tri thức đã có, điều kiện thực tế tại khu du lịch sinh thái Thung Nham, đề tài hướng tới xây dựng một số chương trình teambuilding góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch tại đây.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích

Nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn phát triển chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham từ đó xây dựng một số chương trình teambuilding phù hợp góp phần thu hút nhiều đối tượng khách hơn trong tương lai tại khu du lịch sinh thái Thung Nham.

3.2. Nhiệm vụ

Để đạt được mục đích nghiên cứu của đề tài, đề tài cần được cụ thể hóa thành các nhiệm vụ sau:

- Nghiên cứu cơ sở lý luận về chương trình teambuilding
- Phân tích các điều kiện tổ chức chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham.
- Tìm hiểu nhu cầu và đặc điểm của các nhóm khách có xu hướng lựa chọn teambuilding tại Thung Nham.
- Xây dựng một số chương trình teambuilding phù hợp với điều kiện tại khu du lịch sinh thái Thung Nham.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu:

Hoạt động tổ chức chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham, Ninh Bình.

4.2. Phạm vi nghiên cứu:

- Về không gian: Khu du lịch sinh thái Thung Nham
- Về thời gian:
 - + Khóa luận nghiên cứu các tài liệu tổng quan trước 2025
 - + Khóa luận sử dụng các số liệu trong giai đoạn 2022 - 2025
- Về nội dung: nghiên cứu thực trạng phát triển chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham, từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ teambuilding và xây dựng một số chương trình teambuilding phù hợp góp phần thu hút nhiều đối tượng khách hơn trong tương lai tại khu du lịch sinh thái Thung Nham.

5. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu: Từ các tài liệu thu thập được tiến hành phân tích, xử lý thông tin, tổng hợp thông tin, đánh giá và chọn lọc các thông tin về hoạt động du lịch của khu du lịch sinh thái để có cái nhìn khái quát nhất về thực trạng phát triển du lịch teambuilding tại Thung Nham hiện nay như điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức.

- Phương pháp điều tra và khảo sát: Tìm hiểu, đánh giá bằng cách tiếp cận, phân tích đặc điểm và mong muốn của khách du lịch. Xây dựng phiếu và khảo sát dành cho khách du lịch về thực trạng hoạt động teambuilding tại Thung Nham.

- Phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp: phân tích đối chiếu các đối tượng khách du lịch, để xác định điểm tương đồng và khác biệt với hệ thống tiêu chí cụ thể từ đó hiểu rõ bản chất, xu hướng phát triển và tổng hợp rút ra kết luận khoa học và mức độ tin cậy cho các đánh giá.

6. Ý nghĩa khoa học và ý nghĩa thực tiễn

6.1. Ý nghĩa khoa học

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về teambuilding trong du lịch
- Là tài liệu tham khảo hữu ích cho các nghiên cứu, đề tài sau này liên quan đến tổ chức sự kiện, du lịch nhóm và phát triển sản phẩm du lịch tại Ninh Bình.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn

- Là tài liệu tham khảo hữu ích cho khu du lịch sinh thái Thung Nham phát triển thêm sản phẩm du lịch mới, độc đáo và hiệu quả, góp phần tăng doanh thu và thu hút khách.

- Đề tài đề xuất các mẫu chương trình teambuilding cụ thể, có khả năng áp dụng thực tế, phù hợp với điều kiện không gian và nguồn lực của khu du lịch.

- Góp phần nâng cao năng lực thực hành nghề nghiệp, kỹ năng tổ chức sự kiện và tư duy sáng tạo cho sinh viên ngành Văn hóa – Du lịch, đáp ứng nhu cầu nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực du lịch hiện nay.

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHƯƠNG TRÌNH TEAMBUILDING TRONG DU LỊCH

1.1 Cơ sở lý luận về hoạt động teambuilding và chương trình teambuilding trong du lịch

1.1.1 Cơ sở lý luận về hoạt động teambuilding trong du lịch

Khái niệm teambuilding

Cho đến nay, khái niệm teambuilding đã được tiếp cận từ nhiều góc độ khác nhau, cả trong nghiên cứu quốc tế lẫn trong nước.

Trên thế giới, teambuilding được hiểu là một quá trình liên tục giúp nhóm làm việc phát triển thành một đơn vị gắn kết. Các thành viên trong nhóm không chỉ chia sẻ kỳ vọng về việc hoàn thành nhiệm vụ nhóm, mà còn tin tưởng, hỗ trợ lẫn nhau và tôn trọng sự khác biệt cá nhân của mỗi người.⁵

Trong bối cảnh nghiên cứu ở Việt Nam, Nguyễn Thị Nam (2012) tiếp cận teambuilding theo hướng ứng dụng thực tiễn, xem đây là giải pháp xây dựng và phát triển đội nhóm thông qua sự kết hợp giữa lý thuyết, thực hành, đánh giá, đào tạo và tạo động lực [5]. Theo tác giả, “teambuilding là thuật ngữ đề cập đến việc lựa chọn, phát triển hướng đến kết quả chung của toàn đội thông qua các hoạt động thực hành như tham gia các trò chơi năng động; là giải pháp xây dựng và phát triển đội nhóm. Nó kết hợp vừa lý thuyết, thực hành, đánh giá, đào tạo và tạo động lực, nhằm liên kết và phát triển nhóm. Đồng thời khơi dậy động lực và niềm tự hào trong mỗi thành viên trong nhóm cùng hướng đến mục đích chung”.

Từ các quan điểm trên, có thể nhận thấy rằng dù được tiếp cận từ nhiều góc độ khác nhau, các định nghĩa về teambuilding đều hội tụ ở một số điểm cốt lõi: tính có tổ chức và chủ đích của các hoạt động; mục tiêu nâng cao hiệu quả nhóm; và sự phát triển đồng thời cả cá nhân lẫn tập thể. Từ đó, có thể khái quát *teambuilding là quá trình có mục tiêu, được thiết kế thông qua các hoạt động thực tiễn kết hợp lý thuyết và thực hành, nhằm xây dựng sự gắn kết, phát triển năng lực cộng tác, và định hướng các thành viên trong nhóm cùng hướng đến mục tiêu chung của tổ chức.*

Khái niệm du lịch teambuilding

⁵ <https://hr.berkeley.edu/hr-network/central-guide-managing-hr/managing-hr/interaction/team-building/introduction>

Du lịch teambuilding được xem là bộ phận của teambuilding nói chung, kế thừa toàn bộ mục tiêu cốt lõi của hoạt động xây dựng đội nhóm nhưng được triển khai trong môi trường và bối cảnh của hoạt động du lịch. Sự giao thoa này tạo nên một loại hình có tính đặc thù riêng, thu hút sự quan tâm của cả giới nghiên cứu lẫn thực tiễn tổ chức.

Từ góc độ kinh tế du lịch và phát triển điểm đến, Diego, AC (2020) xác định teambuilding trong du lịch là các sự kiện được thiết kế có chủ đích nhằm khai thác tài nguyên và lợi thế của các điểm đến du lịch, qua đó tạo ra giá trị kinh tế và thúc đẩy phát triển bền vững. Theo quan điểm này, teambuilding được tích hợp vào chiến lược du lịch sự kiện, đóng vai trò kép: vừa gắn kết thành viên, vừa khám phá và quảng bá địa phương. [10]

Lê Thị Hiệu và cộng sự (2013) định nghĩa du lịch teambuilding là loại hình du lịch kết hợp giữa tham quan, ngắm cảnh với các trò chơi vận động và thể thao giải trí, nhằm xây dựng tinh thần đoàn kết, phát triển kỹ năng làm việc nhóm, tính cạnh tranh lành mạnh, đồng thời tạo bầu không khí thư giãn, góp phần nâng cao hiệu quả học tập và công việc cho người tham gia. [4]

Nhìn tổng thể, dù được định nghĩa từ nhiều góc độ khác nhau song các quan điểm đều thống nhất ở những đặc trưng cơ bản của du lịch team building đó là tính kết hợp giữa du lịch và xây dựng nhóm; tính trải nghiệm thông qua các hoạt động thực tiễn trong môi trường tự nhiên hoặc không gian mở; và tính mục tiêu kép vừa gắn kết con người, vừa phát triển năng lực cộng tác. Trong phạm vi khóa luận, *du lịch teambuilding được hiểu là loại hình du lịch chú trọng vào các hoạt động tập thể, trò chơi tương tác và trải nghiệm thực địa trong khuôn khổ một chương trình du lịch, nhằm xây dựng tinh thần đoàn kết, phát triển kỹ năng làm việc nhóm và nâng cao hiệu quả hoạt động cho các tổ chức, doanh nghiệp tham gia.*

Khái niệm về chương trình teambuilding trong du lịch

Từ góc nhìn thực tiễn, các đơn vị khai thác đưa các hoạt động teambuilding vào trong du lịch tăng tính giải trí, hấp dẫn của các chương trình du lịch. Theo đó, các chương trình teambuilding trong du lịch được hiểu là hình thức học mà chơi - chơi mà học, nơi các thành viên được đặt trong môi trường tự nhiên, thoải mái để tiếp nhận và tương tác một cách nhẹ nhàng, hiệu quả hơn so với môi trường làm việc thông thường. Các hoạt động được triển khai đa dạng về hình thức, từ trò chơi tập thể, thử thách tình huống đến các khóa học thực địa, phù hợp với

hiều đối tượng và có thể tổ chức ở nhiều loại địa hình khác nhau như bãi biển, sông nước, núi rừng, hay không gian trong nhà.

Như vậy, chương trình teambuilding trong du lịch là một bộ phận trong các chương trình du lịch được thiết kế dưới dạng kịch bản hoạt động nhóm, bao gồm hệ thống trò chơi, thử thách và nhiệm vụ được tổ chức theo một chủ đề nhất định trong suốt hành trình tham quan nhằm đạt được mục tiêu gắn kết tập thể, phát triển kỹ năng và tạo trải nghiệm đáng nhớ cho du khách. Khái niệm này làm nổi bật ba yếu tố cấu thành cốt lõi của một chương trình teambuilding du lịch: (1) tính kịch bản có cấu trúc và chủ đề rõ ràng; (2) tính trải nghiệm thông qua trò chơi và thử thách thực tế; (3) tính mục tiêu hướng đến gắn kết, kỹ năng và trải nghiệm.

1.1.2. Vai trò, đặc trưng, chức năng của chương trình teambuilding trong du lịch

1.1.2.1. Vai trò của chương trình teambuilding

Chương trình du lịch teambuilding không chỉ đơn thuần là một chuyến đi nghỉ dưỡng tập thể mà còn là một giải pháp nhân sự mang tính chiến lược, tạo ra giá trị đa chiều cho cả tổ chức lẫn từng cá nhân thành viên tham gia. Sự kết hợp giữa môi trường du lịch cởi mở và các hoạt động mang tính tập thể, thử thách cao đã tạo nên tác động kép: vừa giúp tổ chức vận hành hiệu quả hơn, vừa thúc đẩy sự phát triển toàn diện của mỗi cá nhân.

Đối với tổ chức, doanh nghiệp

Thứ nhất, chương trình teambuilding giúp tăng cường hiệu quả làm việc nhóm và hướng đến mục tiêu chung.

Một trong những vai trò trực tiếp và cốt lõi nhất của chương trình du lịch teambuilding đối với tổ chức là cải thiện hiệu quả làm việc nhóm. Các hoạt động trong teambuilding được thiết kế có chủ đích với tính tập thể rõ nét, buộc các thành viên phải liên kết, phân công và phối hợp với nhau để hoàn thành nhiệm vụ chung. Thông qua quá trình đó, các thành viên học cách giao tiếp hiệu quả hơn, phân công nhiệm vụ phù hợp với năng lực của từng người và hỗ trợ nhau kịp thời khi cần thiết.

Khi mang những kỹ năng và thói quen phối hợp đó trở lại môi trường làm việc chính thức, năng suất và chất lượng công việc của đội nhóm được cải thiện rõ rệt. Các rào cản tâm lý giữa các cá nhân, phòng ban dần được thu hẹp. Nhờ đó, teambuilding góp phần quan trọng rút ngắn con đường vươn tới mục tiêu chung của toàn doanh nghiệp.

Thứ hai, chương trình teambuilding góp phần củng cố mối quan hệ giữa lãnh đạo và nhân viên.

Mối quan hệ giữa lãnh đạo và nhân viên trong bất kỳ tổ chức nào cũng là mối quan hệ hai chiều, có tính quyết định đến văn hóa và hiệu suất tổ chức. Chương trình du lịch teambuilding tạo ra môi trường phi chính thức và cởi mở hơn, nơi cả hai phía có thể giao tiếp thẳng thắn, chân thực hơn so với môi trường công sở thông thường.

Từ góc độ lãnh đạo, teambuilding là cơ hội quan sát và đánh giá năng lực, tính cách của từng nhân viên trong những điều kiện thực tiễn và đa dạng, từ đó đưa ra chiến lược sử dụng và phát triển nhân sự phù hợp nhất. Ngược lại, từ góc độ nhân viên, đây là dịp để bày tỏ quan điểm, đưa ra phản hồi với cấp trên một cách tự nhiên, không áp lực, điều mà môi trường làm việc chính thức đôi khi khó đạt được.

Thứ ba, chương trình teambuilding góp phần xây dựng văn hóa tổ chức và gia tăng sự gắn kết.

Xét ở tầm chiến lược dài hạn, chương trình du lịch teambuilding là công cụ hiệu quả trong việc xây dựng và củng cố văn hóa doanh nghiệp. Khi các thành viên cùng nhau trải qua những thử thách và kỷ niệm chung, họ hình thành nên ký ức tập thể, những giá trị được chia sẻ và tinh thần đồng đội sâu sắc. Đây chính là nền móng để hình thành một văn hóa tổ chức tích cực và bền vững.

Hơn nữa, khi nhân viên cảm nhận được sự đầu tư của tổ chức vào trải nghiệm tập thể và sự phát triển của họ, niềm tự hào và lòng gắn bó với tổ chức cũng được nâng cao đáng kể. Điều này có ý nghĩa chiến lược quan trọng trong bối cảnh cạnh tranh nhân tài ngày càng gay gắt, giúp tổ chức giữ chân được những nhân viên có năng lực và tâm huyết.

Đối với khách du lịch

Khách du lịch tham gia các chương trình du lịch teambuilding họ là các thành viên trong tổ chức, doanh nghiệp, cơ quan, đơn vị. Các chương trình teambuilding giúp họ tăng cường thêm nhiều kỹ năng hỗ trợ cho quá trình làm việc đồng thời tạo ra những khoảnh khắc thư giãn, giải trí, bổ ích, cụ thể như:

Thứ nhất, hoàn thiện kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng sống.

Đối với mỗi cá nhân, chương trình teambuilding trước hết là môi trường rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm bằng hành động thực tiễn. Thay vì tiếp thu lý thuyết thụ động, người tham gia trực tiếp trải nghiệm các tình huống đòi hỏi phối

hợp, từ đó hình thành và củng cố kỹ năng giao tiếp, lắng nghe, thương lượng và giải quyết mâu thuẫn một cách tự nhiên.

Bên cạnh đó, teambuilding còn giúp mỗi cá nhân hoàn thiện các kỹ năng sống thiết yếu. Người tham gia học cách quan tâm và hỗ trợ đồng nghiệp đúng lúc, biết cách yêu cầu sự giúp đỡ khi cần thiết mà không ngại ngùng, đồng thời phát triển sự đồng cảm và tinh thần trách nhiệm với tập thể.

Thứ hai, thúc đẩy khả năng hòa nhập với phương thức làm việc hiện đại.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyên môn hóa ngày càng sâu rộng, làm việc theo nhóm đã trở thành một yêu cầu tất yếu trong hầu hết các tổ chức hiện đại. Tuy nhiên, không phải cá nhân nào cũng có sẵn bản năng liên kết và tư duy hợp tác ngay từ đầu. Chương trình teambuilding cung cấp cho họ những trải nghiệm cụ thể và có kiểm soát để rèn luyện khả năng này.

Thông qua các hoạt động được thiết kế phù hợp, cá nhân dần hình thành thói quen tư duy tập thể, biết đặt lợi ích chung lên trên lợi ích cá nhân trong những thời điểm cần thiết và chủ động tìm kiếm sự hợp tác thay vì cạnh tranh nội bộ. Từ đó, họ hòa nhập hiệu quả hơn vào phương thức làm việc hiện đại và đóng góp tích cực hơn vào kết quả chung.

Thứ ba, giúp cá nhân nhận thức rõ hơn về bản thân.

Một trong những giá trị sâu sắc nhất mà teambuilding mang lại cho cá nhân là cơ hội nhận thức rõ hơn về chính mình. Không một ai là hoàn hảo hay có thể đảm nhiệm tốt mọi vị trí trong một tập thể. Khi tham gia vào các hoạt động đa dạng, mỗi người tự phát hiện ra điểm mạnh cần phát huy, điểm yếu cần khắc phục và vị trí phù hợp nhất của bản thân trong một nhóm làm việc.

Điểm khác biệt quan trọng ở đây là sự tự nhận thức này đến từ đúc kết thực tiễn, không phải lý thuyết suông hay đánh giá áp đặt từ bên ngoài. Khi đã rõ về ưu điểm và nhược điểm của bản thân, mỗi cá nhân sẽ chủ động hơn trong việc lập kế hoạch phát triển nghề nghiệp, chọn lựa vai trò phù hợp và không ngừng hoàn thiện bản thân.

Thứ tư, chương trình du lịch teambuilding góp phần phục hồi thể chất, tinh thần và nâng cao động lực làm việc.

Môi trường mới, không gian thiên nhiên và những hoạt động vui chơi giải trí giúp mỗi cá nhân thoát khỏi áp lực thường nhật, tái tạo năng lượng thể chất lẫn tinh thần. Đây là điều kiện cần thiết để duy trì hiệu suất làm việc ổn định và lâu dài.

Hơn nữa, những trải nghiệm tích cực và kỷ niệm đáng nhớ cùng đồng nghiệp trong chuyến đi còn có tác dụng nâng cao động lực làm việc sau khi trở về. Khi cá nhân cảm thấy gắn bó hơn với đồng nghiệp và trân trọng hơn môi trường làm việc của mình, họ có xu hướng cống hiến nhiều hơn, sáng tạo hơn và duy trì thái độ tích cực trong công việc hàng ngày.

Tóm lại, chương trình du lịch teambuilding mang lại giá trị cho cả tổ chức lẫn cá nhân. Đối với tổ chức, đây là công cụ để nâng cao hiệu quả vận hành, củng cố quan hệ nội bộ và xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Đối với cá nhân, đây là hành trình phát triển kỹ năng, tự nhận thức và tái tạo năng lượng.

1.1.2.2. Đặc trưng của hoạt động teambuilding trong du lịch

Theo Đinh Thị Trà Nhi (2022), teambuilding mang những đặc trưng riêng biệt, bao gồm: tính tự rèn luyện, tính tập thể, tính ngoài công việc và tính chuyên nghiệp. Với chương trình du lịch teambuilding, mỗi đặc trưng này phản ánh một khía cạnh đặc thù trong cách thức tổ chức và mục tiêu hướng đến của chương trình. [6]

Tính tự rèn luyện:

Đặc trưng nổi bật đầu tiên của chương trình teambuilding là tính tự rèn luyện. Khác với các hình thức đào tạo truyền thống mà người học tiếp thu kiến thức một chiều thông qua nghe giảng hay đọc tài liệu, teambuilding đặt người tham gia vào trung tâm của quá trình học tập nơi họ chủ động trải nghiệm, thử thách và tự rút ra bài học cho chính mình.

Trong suốt quá trình tham gia các hoạt động, mỗi cá nhân không ngừng trao đổi kinh nghiệm với đồng đội, đối mặt với những tình huống mới và nỗ lực tìm ra giải pháp phù hợp. Qua đó, họ dần nhận ra điểm mạnh cần phát huy và điểm yếu cần khắc phục của bản thân, từ đó tự xây dựng lộ trình hoàn thiện cá nhân một cách tốt nhất. Chính quá trình học tập chủ động này tạo ra những thay đổi bền vững hơn, in sâu vào nhận thức và hành vi hơn so với bất kỳ hình thức đào tạo thụ động nào.

Tính tập thể:

Tính tập thể là đặc trưng cốt lõi gắn liền với bản chất của mọi chương trình teambuilding. Không một cá nhân nào có thể hoàn thành nhiệm vụ một mình mà không cần đến sự phối hợp, chia sẻ và hỗ trợ của các thành viên khác trong nhóm.

Môi trường cởi mở, thân thiện của chuyến đi tạo điều kiện thuận lợi để các thành viên tìm hiểu nhau, hiểu về người lãnh đạo và hiểu về chính mình một cách

tự nhiên, không gò bó. So với teambuilding thông thường, teambuilding trong du lịch đặt trọng tâm vào việc tăng cường sự gắn kết giữa các thành viên, nhờ đó tạo ra bầu không khí gần gũi và dễ tiếp cận hơn.

Thông qua các trò chơi và thử thách tập thể, người tham gia học cách giao tiếp hiệu quả, xây dựng niềm tin lẫn nhau và đặt lợi ích chung lên trên lợi ích cá nhân. Đặc biệt, teambuilding còn giúp thu hẹp khoảng cách giữa các cá nhân có tính cách khác nhau, những người năng động, cởi mở có thể hòa nhập nhanh chóng, trong khi những người nội tâm hay quen làm việc độc lập vẫn được tạo điều kiện để phát huy năng lực và cảm thấy mình được tập thể đón nhận. Đây chính là nền tảng để hình thành một đội nhóm vững mạnh, có khả năng làm việc hiệu quả trong môi trường thực tế.

Tính ngoài công việc:

Nghĩa là toàn bộ các hoạt động diễn ra ngoài phạm vi và không gian làm việc thường ngày của người tham gia. Đây không phải là sự tách rời khỏi mục tiêu công việc, mà là một phương thức tiếp cận khác biệt: đặt người tham gia vào một môi trường mới, không quen thuộc để kích thích sự thích nghi và sáng tạo.

Các hoạt động teambuilding được thiết kế để không chỉ mang lại sự thư giãn, vui vẻ mà còn mô phỏng những tình huống gần gũi với thực tế công việc. Chẳng hạn, một trò chơi giải mật thư không chỉ là hoạt động giải trí mà còn giúp người tham gia rèn luyện tư duy logic, khả năng phân tích thông tin và tinh thần hợp tác dưới áp lực, những kỹ năng hoàn toàn có thể ứng dụng trực tiếp vào công việc sau khi trở về.

Chính vì diễn ra ngoài không gian công sở quen thuộc, teambuilding giúp người tham gia gỡ bỏ những rào cản tâm lý trong giao tiếp và thể hiện bản thân tự nhiên hơn. Từ đó, họ vừa được tái tạo năng lượng tinh thần qua trải nghiệm du lịch, vừa chuẩn bị tinh thần tốt hơn để đối mặt với những thử thách trong công việc khi trở lại.

Tính chuyên nghiệp:

Teambuilding không phải là tập hợp các trò chơi tự phát hay hoạt động vui chơi ngẫu nhiên, mà là một chương trình có cấu trúc rõ ràng, được thiết kế dựa trên mục tiêu cụ thể và giai đoạn phát triển của đội nhóm.

Tính chuyên nghiệp còn thể hiện ở khả năng linh hoạt điều chỉnh chương trình theo diễn biến thực tế của đội nhóm, nhận diện kịp thời những xung đột tiềm ẩn, khơi dậy tiềm năng của những cá nhân còn chưa phát huy hết khả năng và

định hướng cả nhóm hướng đến những nhận thức và hành vi tích cực hơn. Đây chính là điều tạo nên sự khác biệt giữa một chương trình teambuilding thực sự hiệu quả và một chuyến picnic tập thể thông thường.

1.1.2.3. Chức năng của chương trình du lịch teambuilding

Chương trình du lịch teambuilding thực hiện đồng thời nhiều chức năng đan xen nhau, tạo nên giá trị toàn diện cho cả tổ chức lẫn cá nhân người tham gia. Ba chức năng chủ đạo bao gồm: chức năng giáo dục, chức năng liên kết và chức năng giải trí.

Chức năng giáo dục:

Đây là chức năng nền tảng và cũng là mục tiêu cốt lõi của mọi chương trình teambuilding. Chức năng giáo dục được thể hiện trên nhiều phương diện khác nhau, từ đào tạo kỹ năng cho đến bồi dưỡng tư tưởng và nhân cách.

Teambuilding là môi trường đào tạo và rèn luyện các kỹ năng làm việc nhóm thiết yếu, bao gồm kỹ năng cộng tác, lãnh đạo, giao tiếp và giải quyết vấn đề. Những kỹ năng này không chỉ có giá trị trong phạm vi công việc, mà còn có thể ứng dụng trong nhiều lĩnh vực của cuộc sống hàng ngày.

Bên cạnh đó, các hoạt động teambuilding trong các chương trình du lịch còn góp phần nâng cao hiểu biết và mở rộng tri thức cho người tham gia thông qua các trò chơi được xây dựng trên nguyên lý toán học, vật lý, hóa học, hoặc các cuộc thảo luận về các vấn đề xã hội thời sự. Nhờ đó, quá trình học tập diễn ra một cách tự nhiên, không gò bó, mang lại hiệu quả tiếp thu cao hơn so với đào tạo trong phòng học truyền thống.

Mặt khác, chức năng giáo dục của teambuilding còn hướng đến việc bồi dưỡng tinh thần, hoàn thiện tư tưởng và tình cảm của người tham gia. Thông qua các tình huống đòi hỏi sự chia sẻ và hỗ trợ lẫn nhau, mỗi cá nhân dần vun đắp tinh thần đoàn kết, sự đồng cảm với đồng nghiệp và thái độ trân trọng vai trò của người lãnh đạo. Những giá trị tình cảm này là nền tảng để xây dựng môi trường làm việc lành mạnh và nhân văn.

Chức năng liên kết:

Một trong những thách thức lớn nhất trong quản trị nhân sự là việc đặt đúng người vào đúng vị trí không chỉ dựa trên năng lực chuyên môn mà còn dựa trên tính cách, phong cách làm việc và khả năng phối hợp với những người xung quanh.

Thông qua các chương trình du lịch teambuilding người lãnh đạo của tổ chức, doanh nghiệp có thể đánh giá thực tiễn các cá nhân trong đơn vị mình: qua cách mỗi cá nhân ứng xử trong các tình huống tập thể, người lãnh đạo có thể rút ra những nhận định chính xác hơn về phong cách và tố chất của từng thành viên, từ đó xây dựng chiến lược phân công hợp lý kết hợp những người có thể hỗ trợ cho nhau, tạo nên những tổ nhóm làm việc hiệu quả và hài hòa.

Không chỉ hỗ trợ vai trò lãnh đạo, chức năng liên kết còn tác động trực tiếp đến từng cá nhân. Những thành viên năng động, cởi mở sẽ có cơ hội hòa nhập nhanh chóng và trở thành cầu nối trong tập thể. Trong khi đó, những cá nhân nội tâm hay có xu hướng làm việc độc lập cũng được tạo điều kiện để phát huy năng lực đặc thù của mình và cảm nhận sự đón nhận từ tập thể. Thông qua chương trình teambuilding các cá nhân gắn kết với nhau và với tổ chức hơn.

Chức năng giải trí:

Sự đa dạng trong hình thức hoạt động, tính bất ngờ của các trò chơi và không khí vui vẻ, phấn khởi của chuyến đi tập thể tạo nên sức hấp dẫn tự nhiên, thu hút sự tham gia tích cực của tất cả các thành viên kể cả những người vốn ngại tham gia các hoạt động tập thể.

Đặc biệt là chức năng giải trí không làm giảm đi hiệu quả đào tạo của teambuilding, mà ngược lại, chính là phương tiện để nâng cao hiệu quả đó. Khi người tham gia ở trạng thái thoải mái, vui vẻ và hoàn toàn chủ động, khả năng tiếp thu, phản xạ và sáng tạo của họ được khai thác tối đa. Chính vì vậy, việc tích hợp yếu tố giải trí vào teambuilding đang dần trở thành một xu hướng chủ đạo, thậm chí được xem là một đặc trưng mới trong thiết kế chương trình du lịch hiện nay.

Nhìn tổng thể, ba chức năng giáo dục, liên kết và giải trí của chương trình teambuilding trong du lịch không tồn tại độc lập mà hỗ trợ, đan xen và cộng hưởng lẫn nhau. Một chương trình được thiết kế tốt sẽ khai thác đồng thời cả ba chức năng này, từ đó tạo ra giá trị toàn diện vừa đào tạo và phát triển con người, vừa gắn kết tổ chức, vừa mang lại trải nghiệm tích cực và đáng nhớ cho người tham gia.

1.1.3. Phân loại chương trình teambuilding trong du lịch

Dựa trên tiêu chí về không gian và hình thức tổ chức, chương trình du lịch teambuilding được phân thành hai loại hình chính: teambuilding trong nhà (indoor teambuilding) và teambuilding ngoài trời (outdoor teambuilding). Mỗi loại hình

mang những đặc điểm, ưu điểm và hạn chế riêng, phù hợp với những mục tiêu và điều kiện tổ chức khác nhau. Trong thực tế, nhiều doanh nghiệp lựa chọn mô hình kết hợp cả hai loại hình để tối ưu hóa hiệu quả chương trình.

1.1.3.1. Teambuilding trong nhà

Teambuilding trong nhà hay indoor teambuilding là hình thức tổ chức các hoạt động nhóm trong không gian kín như phòng họp, hội trường, phòng hội nghị hoặc ngay tại văn phòng của doanh nghiệp. Đây thường là những chương trình ngắn, được triển khai song song hoặc tích hợp cùng các khóa huấn luyện lý thuyết hay hội thảo nội bộ của tổ chức.

Về nội dung, các hoạt động indoor teambuilding tập trung vào các trò chơi kích thích tư duy, bài tập mô phỏng tình huống thực tế và thảo luận nhóm. Thông qua đó, người tham gia vừa được rèn luyện các kỹ năng làm việc nhóm thiết yếu như cộng tác, lãnh đạo và giải quyết vấn đề, vừa có thể lập tức vận dụng vào các tình huống giả định gần gũi với công việc thực tế. Bên cạnh đó, các hoạt động còn giúp nâng cao tính nhạy bén, củng cố tinh thần đoàn kết và phát triển các mối quan hệ trong đội nhóm.

Ưu điểm của indoor teambuilding:

Indoor teambuilding có chi phí tổ chức tương đối thấp vì không đòi hỏi thuê địa điểm hay di chuyển xa. Hình thức này cũng tiết kiệm thời gian đáng kể khi toàn bộ hoạt động diễn ra ngay tại công ty. Quan trọng hơn, chương trình không bị ảnh hưởng bởi thời tiết hay các yếu tố bên ngoài, đồng thời giúp người tổ chức dễ dàng quan sát, kiểm soát và xử lý kịp thời khi có sự cố phát sinh.

Hạn chế của indoor teambuilding:

Không gian tổ chức bị giới hạn ảnh hưởng trực tiếp đến số lượng người tham gia và tính linh hoạt của các hoạt động. Việc thiếu ánh sáng tự nhiên và không khí trong lành có thể khiến người tham gia dễ mệt mỏi sau thời gian dài. Ngoài ra, các hoạt động đòi hỏi không gian rộng như leo núi, trò chơi dưới nước hay các môn thể thao vận động mạnh đều không thể thực hiện được trong môi trường trong nhà, từ đó giới hạn đáng kể sự đa dạng và mức độ hứng khởi của chương trình.

1.1.3.2. Teambuilding ngoài trời

Teambuilding ngoài trời hay outdoor teambuilding là hình thức tổ chức các hoạt động nhóm trong không gian ngoài trời, thường gắn liền với các chuyến du lịch dã ngoại đến bãi biển, khu resort, núi rừng hoặc các địa điểm thiên nhiên.

Đây là hình thức phổ biến và được ưa chuộng nhất trong các chương trình du lịch teambuilding doanh nghiệp, bởi sự kết hợp hài hòa giữa đào tạo, giải trí và trải nghiệm thiên nhiên.

Các chương trình outdoor teambuilding thường được xây dựng thành một chuỗi bài tập từ các trò chơi vận động với luật chơi mở, cho phép các nhóm tự do triển khai chiến lược của mình theo yêu cầu đặt ra. Điểm đặc biệt là kết quả thực hiện không phải là tiêu chí duy nhất được đánh giá, mà điều quan trọng hơn chính là quá trình - cách các thành viên phối hợp, giao tiếp, phân công và hỗ trợ nhau trong từng tình huống cụ thể. Nhà tổ chức sẽ quan sát toàn bộ quá trình đó để đưa ra nhận xét, góp ý và định hướng cho nhóm.

Một điểm nhấn quan trọng của outdoor teambuilding là chương trình thường được kết hợp với Gala dinner vào buổi tối. Đây cũng là dịp để tăng cường sự hiểu biết và tình đoàn kết giữa các thành viên trong bầu không khí vui vẻ, cởi mở nhất.

Ưu điểm của outdoor teambuilding:

Outdoor teambuilding có lợi thế vượt trội về sự đa dạng và phong phú của địa điểm lẫn hoạt động. Không gian rộng rãi ngoài trời tạo cảm giác thoải mái, phấn khích và giải phóng hoàn toàn khỏi áp lực thường nhật. Hình thức này cho phép sử dụng các đạo cụ phức tạp, tổ chức các môn thể thao vận động mạnh và mang lại những khoảnh khắc trải nghiệm thiên nhiên đáng nhớ mà không một không gian trong nhà nào có thể thay thế được.

Hạn chế của outdoor teambuilding:

Hạn chế lớn nhất của hình thức này là sự phụ thuộc vào điều kiện thời tiết, vốn khó dự đoán và có thể ảnh hưởng trực tiếp đến tiến độ và chất lượng chương trình. Ngoài ra, công tác khảo sát địa điểm, chuẩn bị hậu cần, vận chuyển đạo cụ và bố trí nhân sự tổ chức đòi hỏi đầu tư đáng kể về thời gian và chi phí. Việc kiểm soát toàn bộ diễn biến trong một không gian rộng lớn cũng là thách thức không nhỏ đối với đội ngũ tổ chức.

1.1.3.3. Chương trình teambuilding kết hợp

Trong thực tế tổ chức, nhiều doanh nghiệp lựa chọn mô hình kết hợp cả hai loại hình indoor và outdoor trong cùng một chương trình teambuilding. Theo đó, phần indoor thường được bố trí vào buổi sáng hoặc đầu chương trình, tập trung vào đào tạo kỹ năng, phổ biến nội quy và định hướng mục tiêu cho các đội nhóm. Phần outdoor sẽ diễn ra tiếp theo, đưa các thành viên ra không gian ngoài trời để

áp dụng những gì vừa học vào thực tiễn qua các trò chơi vận động và thử thách tập thể.

Mô hình kết hợp này được đánh giá là có hiệu quả toàn diện nhất, bởi nó tận dụng được ưu điểm của cả hai hình thức: sự có hệ thống và kiểm soát của indoor teambuilding và sự sống động, hứng khởi của outdoor teambuilding. Đây cũng là cơ sở để hiểu rằng một chương trình du lịch teambuilding chất lượng không chỉ đơn giản là tổng hợp các trò chơi, mà cần có sự thiết kế bài bản, có lộ trình rõ ràng từ lý thuyết đến thực hành, từ trong nhà ra ngoài trời.

Bảng 1.1. So sánh Indoor Teambuilding và Outdoor Teambuilding

Tiêu chí	Indoor Teambuilding	Outdoor Teambuilding
Địa điểm tổ chức	Phòng họp, hội trường, văn phòng trong tòa nhà	Ngoài trời: bãi biển, công viên, khu resort, vùng thiên nhiên
Hình thức hoạt động	Trò chơi tư duy, hội thảo, bài tập mô phỏng tình huống làm việc nhóm	Trò chơi vận động, dã ngoại, leo núi, hoạt động trên nước, Gala Dinner
Ưu điểm	- Chi phí tổ chức thấp - Tiết kiệm thời gian di chuyển - Không phụ thuộc thời tiết - Dễ kiểm soát, xử lý sự cố kịp thời	- Địa điểm và trò chơi đa dạng, phong phú - Không gian rộng, thoải mái, tăng cảm hứng - Tính vận động cao, khai thác đạo cụ phức tạp - Kết hợp du lịch nghỉ dưỡng và trải nghiệm thiên nhiên
Nhược điểm	- Không gian giới hạn, hạn chế số lượng và tính linh hoạt - Thiếu ánh sáng và không khí tự nhiên - Không thể thực hiện các hoạt động ngoài trời	- Phụ thuộc nhiều vào điều kiện thời tiết - Chi phí khảo sát, hậu cần tốn kém hơn - Khó kiểm soát toàn bộ không gian rộng

Tiêu chí	Indoor Teambuilding	Outdoor Teambuilding
	- Ít cảm giác hứng khởi, trải nghiệm thiên nhiên	
Phù hợp với	Doanh nghiệp có ngân sách hạn chế, cần triển khai nhanh, kết hợp đào tạo lý thuyết	Doanh nghiệp muốn tạo dấu ấn mạnh, kết hợp du lịch nghỉ dưỡng và gắn kết đội nhóm

(Nguồn: Tổng hợp từ phân tích của tác giả, 2026)

Nhìn chung, việc lựa chọn hình thức teambuilding phù hợp phụ thuộc vào nhiều yếu tố như quy mô tổ chức, ngân sách, mục tiêu cụ thể của chương trình và đặc điểm của đội nhóm tham gia. Hiểu rõ đặc điểm, ưu điểm và hạn chế của từng loại hình là nền tảng quan trọng để các nhà tổ chức có thể thiết kế chương trình du lịch teambuilding tối ưu, đáp ứng được kỳ vọng của doanh nghiệp và mang lại trải nghiệm có giá trị thực sự cho mỗi thành viên tham gia.

1.1.4. Kết cấu chương trình du lịch teambuilding

Thứ nhất, thông tin về công ty: tên, địa chỉ, liên lạc, logo,...

Thông tin về công ty tổ chức cần được trình bày đầy đủ và rõ ràng, bao gồm tên công ty, địa chỉ trụ sở chính hoặc chi nhánh, các phương thức liên lạc như số điện thoại, email, website và logo đại diện. Nội dung này không chỉ giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và liên hệ mà còn thể hiện mức độ uy tín, chuyên nghiệp của đơn vị tổ chức chương trình.

Thứ hai, tên chương trình: Ghi theo tuyến điểm hoặc đặt tên riêng...

Tên chương trình có thể được xây dựng dựa trên tuyến điểm du lịch hoặc được sáng tạo theo một chủ đề riêng phù hợp với mục tiêu của chương trình. Một tên gọi hấp dẫn, có ý nghĩa sẽ góp phần truyền tải thông điệp, tạo ấn tượng ban đầu và khơi gợi sự hứng thú cho người tham gia.

Thứ ba, thông tin về thời gian tour

Thời gian tour, cần xác định cụ thể số ngày, số đêm, thời gian khởi hành và kết thúc chương trình. Ngoài ra, việc phân bổ thời gian cho từng hoạt động trong ngày cũng cần được tính toán hợp lý, đảm bảo sự cân đối giữa tham quan, nghỉ ngơi và tham gia các hoạt động teambuilding.

Thứ tư, lịch trình chi tiết từng ngày, các hoạt động teambuilding

Lịch trình cần thể hiện rõ từng ngày với các mốc thời gian cụ thể, bao gồm hoạt động di chuyển, tham quan, ăn uống và nghỉ ngơi. Đối với phần teambuilding, cần xây dựng hệ thống trò chơi theo trình tự logic như: khởi động nhằm tạo không khí sôi động; chia đội để hình thành các nhóm thi đấu; các trò chơi chính nhằm rèn luyện kỹ năng, tăng cường sự phối hợp; và cuối cùng là phần tổng kết để đúc kết ý nghĩa và trao thưởng. Nội dung trò chơi cần phù hợp với đối tượng tham gia, đảm bảo tính an toàn, hấp dẫn và gắn kết.

Thứ năm, thông tin về giá tour

Giá tour cần được xây dựng dựa trên việc tính toán tổng chi phí tổ chức, bao gồm chi phí vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vé tham quan và tổ chức teambuilding. Giá cần được công bố rõ ràng, minh bạch, có thể tính theo đầu người hoặc theo đoàn, nhằm giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn.

Thứ sáu, thông tin về dịch vụ bao gồm và không bao gồm

Phần dịch vụ bao gồm cần liệt kê cụ thể các quyền lợi mà khách hàng được hưởng trong chương trình như phương tiện vận chuyển, phòng nghỉ, bữa ăn, vé tham quan, chi phí tổ chức trò chơi, hướng dẫn viên và bảo hiểm du lịch. Ngược lại, dịch vụ không bao gồm cần nêu rõ các chi phí phát sinh ngoài chương trình như chi tiêu cá nhân, đồ uống ngoài thực đơn, thuế giá trị gia tăng hoặc các dịch vụ bổ sung khác. Việc phân định rõ hai nội dung này giúp đảm bảo tính minh bạch và hạn chế những hiểu nhầm trong quá trình thực hiện chương trình.

1.1.5. Các căn cứ xây dựng chương trình teambuilding

Để xây dựng một chương trình du lịch teambuilding hiệu quả và phù hợp, nhà tổ chức cần dựa trên nhiều căn cứ, bao gồm các yếu tố từ phía khách hàng, điểm đến và bối cảnh triển khai.

Thứ nhất, căn cứ vào mục tiêu và nhu cầu của tổ chức khách hàng.

Đây là căn cứ quan trọng nhất và có tính quyết định đến toàn bộ nội dung chương trình. Mỗi tổ chức khi đặt hàng chương trình teambuilding đều mang theo những nhu cầu cụ thể: tăng cường gắn kết sau giai đoạn tái cơ cấu, giải quyết mâu thuẫn nội bộ, xây dựng tinh thần đội nhóm cho nhân sự mới, hay đơn giản là tạo không khí thư giãn cuối năm. Việc xác định rõ mục tiêu này sẽ định hướng cho việc lựa chọn hoạt động, điểm đến và thông điệp xuyên suốt chương trình (Klein và cộng sự, 2009).

Thứ hai, căn cứ vào đặc điểm và cấu trúc nhóm tham gia.

Các yếu tố như quy mô nhóm, độ tuổi, giới tính, văn hóa tổ chức, mức độ quen biết giữa các thành viên và tình trạng thể chất đều ảnh hưởng trực tiếp đến việc lựa chọn hoạt động và cường độ chương trình. Một nhóm nhân sự trẻ, năng động sẽ phù hợp với các thử thách thể chất cường độ cao, trong khi một nhóm cấp quản lý lại cần các hoạt động chiến lược, thiên về tư duy và giao tiếp hơn.

Thứ ba, căn cứ vào tài nguyên và đặc điểm điểm đến.

Điểm đến không chỉ là nơi tổ chức mà còn là nguồn tài nguyên quan trọng để thiết kế hoạt động. Địa hình, cảnh quan, khí hậu, cơ sở hạ tầng du lịch và các giá trị văn hóa đặc trưng của điểm đến đều có thể được khai thác một cách sáng tạo để làm phong phú thêm nội dung chương trình, tạo ra trải nghiệm độc đáo, khó tái hiện. Diego (2020) nhấn mạnh rằng việc tích hợp tài nguyên bản địa vào chương trình teambuilding không chỉ nâng cao giá trị trải nghiệm mà còn đóng góp vào phát triển du lịch bền vững tại địa phương. [10]

Thứ tư, căn cứ vào ngân sách và thời gian triển khai.

Khung tài chính và quỹ thời gian cho phép là căn cứ thực tiễn không thể bỏ qua trong quá trình thiết kế chương trình. Chúng quy định quy mô chương trình, lựa chọn điểm đến, mức độ đầu tư cho đạo cụ, thiết bị hoạt động và chất lượng dịch vụ đi kèm. Nhà thiết kế chương trình cần cân đối hài hòa giữa kỳ vọng của khách hàng và nguồn lực thực tế để tạo ra sản phẩm vừa có giá trị cao vừa khả thi về mặt tổ chức.

Thứ năm, các quy định pháp lý và tiêu chuẩn an toàn.

Chương trình du lịch teambuilding phải tuân thủ các quy định của pháp luật về du lịch, an toàn lao động và bảo vệ môi trường. Đặc biệt, các hoạt động ngoài trời có tính thử thách cao như leo núi, vượt thác hay các trò chơi mạo hiểm đòi hỏi phải được đánh giá kỹ lưỡng về rủi ro và có phương án đảm bảo an toàn trước khi đưa vào chương trình. Đây là yếu tố vừa mang tính pháp lý vừa thể hiện trách nhiệm của đơn vị tổ chức đối với sức khỏe và tính mạng của người tham gia.

1.1.6. Quy trình xây dựng chương trình teambuilding

Bước 1: Xây dựng thông tin chung về chương trình

Xây dựng thông tin chung về chương trình là nền tảng quan trọng để định hướng toàn bộ hoạt động phía sau. Ở bước này, đơn vị tổ chức cần xác định rõ mục tiêu chương trình, đối tượng tham gia, thời gian, địa điểm tổ chức, ngân sách dự kiến và chủ đề xuyên suốt. Ngoài ra, cần làm rõ yêu cầu cụ thể của doanh nghiệp như thông điệp truyền tải, văn hóa tổ chức và mức độ vận động phù hợp.

Việc xây dựng đầy đủ thông tin chung giúp chương trình được thiết kế đúng định hướng, tránh rời rạc và đảm bảo tính khả thi khi triển khai các bước tiếp theo.

Bước 2. Xây dựng các giá trị, đặc điểm của địa điểm

Xây dựng các giá trị, đặc điểm của địa điểm là bước phân tích và khai thác tối đa tiềm năng nơi tổ chức để thiết kế hoạt động phù hợp. Ở bước này, cần đánh giá các yếu tố như không gian, điều kiện cơ sở vật chất, sức chứa, mức độ an toàn, khả năng tổ chức trò chơi vận động hoặc hoạt động trong nhà, cũng như yếu tố văn hóa, bản sắc địa phương. Bên cạnh đó, các điều kiện về khí hậu, giao thông di chuyển và dịch vụ đi kèm cũng cần được xem xét kỹ lưỡng. Việc xác định rõ giá trị và đặc điểm của địa điểm sẽ giúp xây dựng nội dung trò chơi sát thực tế, tận dụng lợi thế tự nhiên và đảm bảo chương trình diễn ra hiệu quả, an toàn.

Bước 3. Lên kịch bản trò chơi teambuilding

Lên kịch bản trò chơi teambuilding là giai đoạn cụ thể hóa mục tiêu chương trình thành hệ thống hoạt động chi tiết và logic. Ở bước này, ban tổ chức xây dựng nội dung từng trò chơi theo trình tự hợp lý, xác định rõ luật chơi, cách tính điểm, thời lượng, đạo cụ cần chuẩn bị và phương án dự phòng. Kịch bản cần đảm bảo phù hợp với đối tượng tham gia, gắn với thông điệp chủ đề và khai thác tốt đặc điểm địa điểm đã phân tích ở bước trước. Đồng thời, cần lồng ghép yếu tố đào tạo kỹ năng như giao tiếp, lãnh đạo, phối hợp nhóm để tạo giá trị thực tiễn sau chương trình. Một kịch bản chặt chẽ, linh hoạt và sáng tạo sẽ quyết định trực tiếp đến sự thành công và cảm xúc của người tham gia.

Bước 4. Chạy thử chương trình

Chạy thử chương trình là bước kiểm tra và hoàn thiện toàn bộ kế hoạch trước khi triển khai chính thức. Ở giai đoạn này, ban tổ chức tiến hành mô phỏng hoặc thử nghiệm các trò chơi theo đúng kịch bản đã xây dựng nhằm kiểm tra tính khả thi, thời lượng thực tế, mức độ an toàn và sự phối hợp giữa các bộ phận. Việc chạy thử giúp phát hiện những điểm chưa hợp lý như luật chơi rườm rà, thiếu đạo cụ, phân bổ thời gian chưa phù hợp hoặc rủi ro có thể xảy ra. Từ đó, chương trình được điều chỉnh kịp thời để đảm bảo khi tổ chức chính thức sẽ diễn ra trôi chảy, hiệu quả và đạt đúng mục tiêu đề ra.

Bước 5. Tổng kết

Tổng kết là giai đoạn đánh giá và khép lại toàn bộ chương trình teambuilding. Ở bước này, ban tổ chức tiến hành tổng hợp kết quả hoạt động, công bố điểm số, trao giải và ghi nhận sự đóng góp của các đội nhóm. Quan trọng

hơn, cần tổ chức phân chia sẻ, rút kinh nghiệm để người tham gia nhìn lại quá trình, nhận ra những bài học về tinh thần hợp tác, vai trò lãnh đạo và sự phối hợp trong tập thể. Đồng thời, đơn vị tổ chức cũng đánh giá nội bộ về mức độ đạt mục tiêu, hiệu quả vận hành và phản hồi từ khách hàng để cải thiện cho các chương trình sau. Bước tổng kết không chỉ khép lại hoạt động mà còn giúp giá trị của chương trình được duy trì và phát triển lâu dài trong tổ chức.

1.1.7. Các yếu tố tác động đến chương trình teambuilding

Việc xây dựng một chương trình du lịch teambuilding hiệu quả đòi hỏi sự nhận diện và phân tích toàn diện các yếu tố có khả năng tác động đến chất lượng và kết quả của chương trình. Trong lĩnh vực nghiên cứu về hành vi tổ chức và quản trị nhân lực, đã có nhiều công trình khoa học tiếp cận vấn đề này từ các góc độ khác nhau, tạo nên tảng lý luận quan trọng cho việc thiết kế và triển khai các chương trình teambuilding trong thực tiễn.

Trên thế giới, Susan và Diane (2001) trong công trình nghiên cứu “What makes team work: group effectiveness research” đã xác định bốn nhóm nhân tố cốt lõi ảnh hưởng đến hoạt động teambuilding, bao gồm thiết kế chương trình, quá trình thực hiện, đặc điểm tâm lý của thành viên và yếu tố môi trường. Đây là một trong những khung lý thuyết nền tảng được trích dẫn rộng rãi, phản ánh tính đa chiều và phức hợp của hoạt động xây dựng đội nhóm [15]. Tiếp nối hướng nghiên cứu này, Alex (2006) trong tác phẩm “Teambuilding event as event Tourism” đã bổ sung thêm bốn nhân tố đặc thù gắn với bối cảnh du lịch sự kiện, gồm kỹ năng cá nhân, kỹ năng tập thể, tính giải trí và sự phát triển, qua đó nhấn mạnh rằng teambuilding trong du lịch không chỉ đơn thuần là hoạt động vui chơi mà còn mang giá trị phát triển năng lực có hệ thống. [8]

Ở phạm vi trong nước, Ông Quốc Cường và Hà Thị Quỳnh Anh (2014) thông qua nghiên cứu thực nghiệm tại thành phố Hồ Chí Minh đã xác nhận ba nhóm biến có ảnh hưởng rõ rệt nhất đến hoạt động teambuilding du lịch là thiết kế điểm đến, thái độ của người tham gia và hướng dẫn, cùng với năng lực và hiệu suất chương trình. [2]

Trên cơ sở tổng hợp và kế thừa các nghiên cứu trên, có thể nhận diện 4 yếu tố nền tảng có tác động trực tiếp và toàn diện đến việc xây dựng chương trình du lịch teambuilding, bao gồm thiết kế điểm đến, thái độ của người tham gia và hướng dẫn, kỹ năng tập thể và sự phát triển.

Thứ nhất, thiết kế điểm đến được xem là yếu tố có tính quyết định hàng đầu, đặt nền móng vật chất và không gian cho toàn bộ chương trình. Trong nghiên cứu về du lịch teambuilding, điểm đến không chỉ là bối cảnh địa lý đơn thuần mà còn là một thành tố chủ động định hình trải nghiệm của người tham gia. Một điểm đến được thiết kế phù hợp cần đáp ứng đồng thời các tiêu chí về không gian, địa hình đa dạng, hệ thống cơ sở vật chất hỗ trợ hoạt động và yếu tố thẩm mỹ tạo cảm giác mới mẻ, kích thích sự khám phá. Theo Ông Quốc Cường và Hà Thị Quỳnh Anh (2014), đây là biến số được đánh giá có hệ số tác động cao nhất trong các nghiên cứu về teambuilding du lịch, bởi một điểm đến được thiết kế tốt không chỉ kích thích sự tham gia tự nguyện mà còn hỗ trợ các hoạt động gắn kết cảm xúc diễn ra một cách logic, an toàn và bền vững [2]. Ngược lại, điểm đến không phù hợp về không gian, địa hình hoặc không nhất quán với chủ đề chương trình sẽ gây đứt gãy trải nghiệm, làm giảm sự hứng thú và cản trở khả năng đạt được mục tiêu đã đề ra.

Thứ hai, thái độ của người tham gia và năng lực hướng dẫn là nhân tố phản ánh chiều sâu tâm lý, xã hội của chương trình, quyết định trực tiếp đến mức độ thành công thực tiễn. Về phía người tham gia, thái độ tích cực, sẵn sàng mở lòng và nhiệt tình hợp tác được coi là điều kiện tiên quyết để các hoạt động gắn kết phát huy giá trị thực sự. Khi cá nhân tham gia vào một hoạt động từ động lực nội tại tức là xuất phát từ sự hứng thú và mong muốn thực sự thì chất lượng tương tác nhóm và kết quả học hỏi sẽ cao hơn đáng kể so với sự tham gia bị áp đặt từ bên ngoài. Điều này cho thấy rằng công tác chuẩn bị tâm lý trước chương trình, truyền thông nội bộ và xây dựng kỳ vọng phù hợp đóng vai trò không kém phần quan trọng so với thiết kế nội dung. Về phía đội ngũ hướng dẫn, sự chuyên nghiệp của MC và đội ngũ hỗ trợ thể hiện qua khả năng dẫn dắt rõ ràng, khích lệ tích cực, xử lý tình huống phát sinh khéo léo và truyền tải thông điệp ý nghĩa sau mỗi hoạt động. Tính chuyên nghiệp của người hướng dẫn là một trong những nhân tố có tính quyết định đến hiệu quả của chương trình, bởi người hướng dẫn không chỉ điều phối hoạt động mà còn đóng vai trò là chất xúc tác chuyển hóa trải nghiệm thực tiễn thành nhận thức và cam kết lâu dài. Hai yếu tố này có mối quan hệ tương hỗ biện chứng: hướng dẫn tốt sẽ điều chỉnh và cải thiện thái độ người tham gia, trong khi thái độ tích cực sẽ tạo điều kiện để người hướng dẫn phát huy tối đa hiệu quả chuyên môn.

Thứ ba, kỹ năng tập thể vừa là mục tiêu hướng đến vừa là yếu tố đầu vào có tác động qua lại với toàn bộ quá trình triển khai chương trình. Các kỹ năng tập thể cốt lõi mà teambuilding hướng đến bao gồm giao tiếp cởi mở, phối hợp liên cá nhân, phân công nhiệm vụ theo năng lực, giải quyết xung đột mang tính xây dựng và ra quyết định chung dưới áp lực. Nếu đội nhóm đã có nền tảng kỹ năng vững, chương trình có thể được thiết kế ở mức độ chiến lược và sáng tạo cao hơn; ngược lại, nếu kỹ năng còn hạn chế, nội dung cần thiên về hỗ trợ xây dựng nền tảng và tạo dựng sự tin tưởng ban đầu. Đánh giá năng lực tập thể trước khi xây dựng chương trình do đó là bước không thể bỏ qua trong quy trình thiết kế chuyên nghiệp.

Thứ tư, sự phát triển là thước đo toàn diện và bền vững nhất phản ánh chất lượng đầu ra của chương trình, đồng thời là tiêu chí để đánh giá mức độ thành công về dài hạn. Sự phát triển thực sự chỉ diễn ra khi cá nhân không chỉ trải qua một kinh nghiệm cụ thể mà còn có cơ hội phản ánh, khái quát hóa và áp dụng bài học vào thực tiễn. Ở cấp độ cá nhân, sự phát triển biểu hiện qua việc mỗi thành viên nâng cao kỹ năng giao tiếp, tư duy giải quyết vấn đề, khả năng thích nghi với áp lực và nhận thức rõ hơn về vai trò của bản thân trong tập thể. Ở cấp độ tổ chức, sự phát triển được đo lường qua mức độ gắn kết, tin tưởng lẫn nhau và hiệu quả phối hợp sau chương trình những giá trị tạo nền tảng tích cực cho hiệu suất làm việc và sự bền vững của tổ chức trong tương lai. Khi một chương trình du lịch teambuilding kiến tạo được sự phát triển thực chất ở cả hai cấp độ này, đó là minh chứng rõ ràng nhất cho chất lượng thiết kế và năng lực tổ chức của đơn vị thực hiện.

1.2. Cơ sở thực tiễn hoạt động teambuilding

1.2.1. Lịch sử hoạt động teambuilding

Trên thế giới

Năm 30 của thế kỷ XX. Elton Mayo (1880 – 1949), chính là người đầu tiên nghiên cứu những hoạt động này, ông đã khai sáng ra “hoạt động tương quan giữa người và người”⁶, với những chuỗi hoạt động thử thách trong những điều kiện nhất định, nhằm thử khả năng làm việc của nhóm công nhân [13]. Qua nhiều lần nghiên cứu và phân tích, người ta đồng ý rằng yếu tố chủ yếu thành công là xây dựng tinh thần đồng nhất, tạo sự gắn kết và hỗ trợ nhau trong tập thể. Qua 2 thập

⁶ <https://dulichviet.vn/khai-niem-team-building.html>

niên sau đó, nhiều cuộc thử nghiệm và phân tích được áp dụng cho nhiều nhóm công nhân, đã minh chứng rằng năng suất làm việc tăng nhanh khi các công nhân được lập thành nhóm.

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

Những thập niên sau đó, càng ngày càng có nhiều tập đoàn như General Motors, Saab, Volvo, Honeywell, Xerox, và Pratt & Whitney tổ chức những hoạt động, nhằm chứng tỏ hiệu quả lớn lao của “làm việc nhóm”. Kể từ đó, các tập đoàn, doanh nghiệp đã bắt đầu nghĩ tới ý tưởng thành lập nhóm và áp dụng những giải pháp mang tính thách thức cao, nhằm mục đích xây dựng nhóm làm việc hiệu quả. Và cho đến ngày nay, những hoạt động teambuilding vẫn là mối quan tâm hàng đầu trong việc phát triển nguồn nhân sự của toàn cầu. Các doanh nghiệp chọn loại hình du lịch teambuilding nhằm hướng đến mục tiêu kết hợp giữa tham quan và tạo dựng tinh thần đồng đội, hiệu quả tốt hơn trong kinh doanh. Từ những hoạt động trong chuyến đi, như các thành viên sẽ gắn kết chặt chẽ, hiểu hơn về quy mô, sứ mệnh và trách nhiệm khi tham gia các trò chơi có định hướng.

Tại Việt Nam

Sản phẩm du lịch teambuilding không mới đối với các đơn vị nước ngoài nhưng ở Việt Nam, loại hình du lịch này mới phát triển trong những năm gần đây. Đây là sản phẩm cao cấp hơn tour du lịch truyền thống chỉ thuần túy tham quan nên giá tour cũng cao hơn. Chủ yếu đối tượng khách là các doanh nghiệp, tổ chức, tập thể bởi chọn teambuilding hướng đến mục tiêu kết hợp giữa tham quan và tạo dựng tinh thần đồng đội, từ đó có những tác động tinh thần tốt hơn sau những hoạt động trong chuyến đi.

Ở Việt Nam, từ năm 1995, trung tâm dã ngoại Lửa Việt thuộc Thành Đoàn thành phố Hồ Chí Minh đã chú trọng yếu tố năng vận động trong thiết kế tour. Dã ngoại không có nghĩa là ở lều mà thông qua việc tổ chức hoạt động dã ngoại, hoà nhập với thiên nhiên để tác động lại về nhận thức, cung cấp kiến thức cho khách du lịch. Nhờ vậy, Lửa Việt đi đầu trong loại hình outdoor training mà sau đó được phát triển theo xu hướng quốc tế teambuilding. Lửa Việt cũng là doanh nghiệp đầu tiên trong nước phổ biến loại hình thể thao mạo hiểm leo núi, trong khi lúc đầu mới có người nước ngoài vào Việt Nam kinh doanh loại hình này dành cho khách du lịch cho người nước ngoài. Trước làn sóng du lịch nhóm, hiện nay, các

công ty du lịch phát triển mạnh tour này phải kể đến như Vietravel, Saigontourist, Vitour, Vietmark, ACpro, AQL... Tại Việt Nam, thị trường du lịch team building đang phát triển mạnh mẽ, tốc độ tăng trưởng khoảng 15-20% mỗi năm⁷. Teambuilding trong tour nhằm mục tiêu tạo không khí sôi động, sự chia sẻ và gắn bó chặt chẽ hơn giữa nhân viên, đặc biệt là những công ty có quy mô lớn, có nhiều chi nhánh và các tập đoàn đa quốc gia. Hiệu quả sau chuyến đi được các công ty đánh giá rất tốt. Như vậy, có thể thấy rằng hoạt động du lịch teambuilding tại Việt Nam mặc dù còn mới nhưng đã đạt được những thành công nhất định và đang có xu hướng phát triển mạnh mẽ hơn nữa.

1.2.2. Xu hướng xây dựng chương trình du lịch teambuilding

Trong bối cảnh kinh tế hội nhập và môi trường doanh nghiệp ngày càng năng động, du lịch teambuilding đã trở thành một trong những hoạt động được các tổ chức, doanh nghiệp chú trọng đầu tư. Không còn đơn thuần là những chuyến đi nghỉ ngơi hay các trò chơi tập thể giản đơn, chương trình du lịch teambuilding hiện đại đang được định hình bởi nhiều xu hướng mới, kết hợp giữa giải trí, đào tạo, trách nhiệm xã hội và ứng dụng công nghệ. Những xu hướng này phản ánh sự thay đổi trong nhu cầu của người lao động, chiến lược phát triển nhân lực của doanh nghiệp và các biến chuyển lớn của xã hội toàn cầu.

Năm 2025 đánh dấu bước ngoặt quan trọng khi các chương trình teambuilding không chỉ dừng lại ở mục tiêu gắn kết nội bộ, mà còn mang tính chiến lược, hướng đến phát triển năng lực cốt lõi của tổ chức, đề cao giá trị bền vững và nâng cao trải nghiệm cá nhân hóa cho từng nhân viên. Dưới đây là những xu hướng nổi bật đang định hình thực tiễn xây dựng chương trình du lịch teambuilding hiện nay.

Thứ nhất, xu hướng ứng dụng công nghệ trong teambuilding

Cuộc cách mạng công nghệ 4.0 đã tác động sâu sắc đến cách thức tổ chức các hoạt động teambuilding. Thay vì chỉ dựa vào các trò chơi vận động truyền thống, nhiều doanh nghiệp hiện nay tích cực khai thác các nền tảng công nghệ hiện đại để tạo ra những trải nghiệm độc đáo và có chiều sâu hơn.

Dưới làn sóng của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, teambuilding công nghệ đang nổi lên như một xu hướng tất yếu với ba hình thức chủ đạo. Một là, công nghệ thực tế ảo (VR) cho phép nhân viên từ nhiều quốc gia cùng tham gia các thử

⁷ <https://ezcloud.vn/thi-truong-du-lich-team-building.html>

thách chung mà không cần di chuyển, mở ra những trải nghiệm sáng tạo vượt ra ngoài giới hạn thể giới vật lý đặc biệt phù hợp với mô hình làm việc kết hợp sau đại dịch COVID-19. Hai là, trí tuệ nhân tạo được ứng dụng để cá nhân hóa nội dung, tự động điều chỉnh độ khó và hình thức thử thách dựa trên hành vi người tham gia, trong khi yếu tố game hóa giúp tăng tính cạnh tranh lành mạnh và củng cố tinh thần đoàn kết. Ba là, mô hình teambuilding kết hợp hoạt động trực tiếp và trực tuyến đảm bảo trải nghiệm đồng đều cho tất cả thành viên bất kể địa điểm, thể hiện sự linh hoạt và khả năng thích ứng cao của các chương trình teambuilding hiện đại.

Thứ hai, xu hướng teambuilding gắn với trách nhiệm xã hội doanh nghiệp

Xu hướng này xuất phát từ sự gia tăng ý thức về trách nhiệm xã hội và đạo đức kinh doanh trong cộng đồng doanh nghiệp hiện đại. Khi người lao động đặc biệt là thế hệ Millennials và Gen Z ngày càng đề cao ý nghĩa và giá trị xã hội trong công việc, các chương trình teambuilding gắn với hoạt động xã hội trở thành lựa chọn chiến lược của nhiều tổ chức.

Các hoạt động như trồng rừng, dọn rác biển, phân loại và tái chế rác thải được lồng ghép vào hành trình teambuilding không chỉ nhằm mục đích gắn kết đội nhóm mà còn tạo ra tác động tích cực thực sự đến môi trường. Nhiều doanh nghiệp hợp tác với các tổ chức phi lợi nhuận và cơ quan bảo tồn thiên nhiên để triển khai các chương trình có tính chuyên nghiệp và bền vững. Thông qua đó, nhân viên không chỉ làm việc cùng nhau mà còn cùng nhau đóng góp cho một mục tiêu lớn hơn bản thân tổ chức.

Du lịch xanh và bền vững trong teambuilding tập trung vào việc khám phá thiên nhiên song song với bảo vệ môi trường và hỗ trợ cộng đồng địa phương. Mục tiêu cốt lõi là giảm thiểu tác động tiêu cực đến hệ sinh thái trong quá trình tổ chức các hoạt động tập thể. Các chương trình theo hướng này thường được tổ chức tại các khu bảo tồn thiên nhiên, khu du lịch sinh thái, với các hoạt động như trekking khám phá rừng, chèo thuyền kayak, trồng cây lưu niệm và mua sản phẩm thủ công từ người dân địa phương.

Thứ ba, xu hướng teambuilding kết hợp mạo hiểm và trải nghiệm thực chiến

Các hình thức teambuilding mang tính thử thách cao đang ngày càng được ưa chuộng bởi khả năng tạo ra những trải nghiệm đột phá, vượt qua vùng an toàn và rèn luyện bản lĩnh cá nhân lẫn tập thể. Mô hình Amazing Race phiên bản 4.0 tích hợp công nghệ AR/VR vào các thử thách định hướng và giải đố cung cấp trải

nghiệm phong phú hơn so với phiên bản truyền thống đồng thời tăng cường tương tác sáng tạo.

Bên cạnh đó, mô hình teambuilding mô phỏng các bài tập trong môi trường quân đội được thiết kế để rèn luyện tinh thần thép, kỹ năng lãnh đạo, khả năng phối hợp và đưa ra quyết định trong điều kiện áp lực cao. Trong khi đó, extreme teambuilding với các hoạt động leo núi, nhảy bungee hay chạy marathon theo nhóm tập trung vào việc giúp nhân viên nhận thức được giới hạn của bản thân, từ đó xây dựng tinh thần đồng đội mạnh mẽ dựa trên sự đồng hành và hỗ trợ lẫn nhau qua những thử thách thực sự khó khăn.

Thứ tư, xu hướng teambuilding kết hợp đào tạo và phát triển kỹ năng

Một trong những xu hướng nổi bật nhất của teambuilding hiện đại là sự tích hợp giữa hoạt động tập thể và phát triển năng lực chuyên môn. Các chương trình teambuilding không chỉ tổ chức trò chơi vui vẻ mà còn lồng ghép các mô phỏng tình huống thực tế như xử lý khủng hoảng, quản lý thời gian, ra quyết định dưới áp lực hay thương lượng và thuyết phục. Qua đó, nhân viên vừa được trải nghiệm hoạt động tập thể thú vị, vừa trang bị thêm kỹ năng mềm thiết yếu phục vụ trực tiếp cho công việc.

Hình thức teambuilding kết hợp đào tạo và phát triển kỹ năng ngày càng được các doanh nghiệp công nghệ và tổ chức đổi mới sáng tạo áp dụng rộng rãi. Nhân viên được khuyến khích tư duy đột phá và giải quyết các tình huống thực tế của doanh nghiệp trong khuôn khổ hoạt động nhóm có thời hạn trong các chương trình du lịch.

Thứ năm, xu hướng du lịch teambuilding cá nhân hóa trải nghiệm

Xu hướng teambuilding cá nhân hóa đang nổi lên như một yêu cầu tất yếu. Các chương trình ngày càng được thiết kế linh hoạt, đáp ứng đặc thù văn hóa, mục tiêu và nhu cầu của từng tập thể, thậm chí quan tâm đến sở thích và năng lực của từng cá nhân. Sự cá nhân hóa này không chỉ nâng cao hiệu quả của hoạt động mà còn thể hiện sự quan tâm chân thành của doanh nghiệp đối với nhân viên, một yếu tố quan trọng trong việc xây dựng văn hoá doanh nghiệp và giữ chân nhân tài.

Nhìn chung, hoạt động xây dựng chương trình du lịch teambuilding hiện nay cho thấy một sự chuyển biến toàn diện và sâu sắc. Từ việc ứng dụng công nghệ tiên tiến, gắn kết với trách nhiệm xã hội và môi trường, tích hợp phát triển kỹ năng, đến chú trọng chăm sóc sức khỏe tinh thần và cá nhân hóa trải nghiệm,

mỗi xu hướng đều phản ánh một khía cạnh quan trọng của nhu cầu con người và chiến lược tổ chức trong thời đại mới.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 đã hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về hoạt động teambuilding và chương trình du lịch teambuilding. Trước hết, bên cạnh làm rõ các khái niệm cốt lõi như teambuilding, du lịch teambuilding và chương trình teambuilding trong du lịch đã được làm rõ, nội dung chương cũng chỉ ra vai trò, đặc trưng và chức năng của chương trình teambuilding, phân loại các hình thức teambuilding. Ngoài ra, chương cũng trình bày các nội dung quan trọng trong việc xây dựng chương trình teambuilding như kết cấu chương trình, các căn cứ thiết kế, quy trình thực hiện và các yếu tố tác động.

Về mặt thực tiễn, chương đã khái quát lịch sử hình thành và phát triển của hoạt động teambuilding trên thế giới và tại Việt Nam, đồng thời chỉ ra các xu hướng nổi bật hiện nay như ứng dụng công nghệ, gắn với trách nhiệm xã hội, tăng cường trải nghiệm, kết hợp đào tạo kỹ năng và cá nhân hóa chương trình.

Chương 2

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING TẠI KHU DU LỊCH SINH THÁI THUNG NHAM

2.1. Khái quát về khu du lịch Thung Nham

2.1.1. Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên

Vị trí địa lý

Khu du lịch sinh thái Thung Nham nằm ở thôn Hải Nham, phường Tây Hoa Lư, tỉnh Ninh Bình. Toàn bộ diện tích khu du lịch rộng hơn 40 ha nằm trọn trong vùng lõi của Quần thể danh thắng Tràng An. Từ khu du lịch sinh thái Thung Nham dễ dàng di chuyển sang các khu du lịch nổi tiếng khác của Ninh Bình như khu du lịch Tam Cốc - Bích Động, khu du lịch Thạch Bích - Thung Nắng, khu du lịch Hang Múa và trung tâm tỉnh Ninh Bình.

Từ Hà Nội, du khách chỉ cần di chuyển khoảng hơn 100km tương đương với 2 giờ di chuyển bằng ô tô sẽ tới khu du lịch sinh thái Thung Nham. Vì vậy, đây là địa điểm rất thuận lợi cho các doanh nghiệp, tổ chức di chuyển từ Hà Nội về tổ chức các chương trình teambuilding.

Địa hình

Thung Nham nổi bật với địa hình karst đặc trưng của Ninh Bình, được hình thành qua hàng triệu năm nước biển xâm thực, tạo nên hệ thống núi đá vôi đồ sộ. Toàn khu vực có dạng lòng chảo khép kín, bao quanh bởi các dãy núi đá vôi, ở giữa là vùng trũng tạo nên cảnh quan vừa hùng vĩ vừa hài hòa. Tên gọi “Thung Nham” cũng phản ánh rõ đặc trưng này. “Thung” gợi những thung lũng rộng lớn, xanh mát, còn “Nham” thể hiện sự hùng vĩ của các vách núi đá vôi sừng sững. Bên cạnh đó, nơi đây còn sở hữu hệ thống hang động đa dạng như Động Vái Giời và Hang Bụt, với cấu trúc nhũ đá phong phú, minh chứng rõ nét cho quá trình karst hóa mạnh mẽ của khu vực.

Khí hậu

Thung Nham nằm trong vùng khí hậu nhiệt đới ẩm gió mùa, có mùa đông lạnh và sự phân hóa rõ rệt theo từng mùa trong năm. Nhiệt độ trung bình năm khoảng 23°C, với tổng số giờ nắng đạt trên 1.100 giờ mỗi năm. Lượng mưa trung bình khoảng 1.800 mm/năm, cùng độ ẩm không khí cao, dao động từ 80 - 85%. Những điều kiện khí hậu nóng ẩm, mưa nhiều này tạo môi trường thuận lợi cho hệ sinh thái phát triển phong phú, đặc biệt là các loài thực vật nhiệt đới và quần thể chim cư trú đa dạng, góp phần làm nên giá trị sinh thái đặc trưng của khu vực.

Thủy văn

Do chịu ảnh hưởng mạnh mẽ của địa hình karst, hệ thống thủy văn tại Thung Nham mang đặc trưng của các vùng núi đá vôi với sự phát triển của mạng lưới nước ngầm phong phú. Nước mưa sau khi thấm qua các lớp đá vôi đã hình thành nên các dòng chảy ngầm lớn, liên kết với nhau thành hệ thống hang động và mạch nước ngầm phức tạp. Bên cạnh đó, các dòng suối, hồ nước và vùng trũng trong lòng chảo cũng góp phần điều hòa nguồn nước, tạo nên cảnh quan sông nước đặc sắc. Hệ thống thủy văn này không chỉ có vai trò quan trọng trong việc duy trì cân bằng sinh thái mà còn cung cấp môi trường sống lý tưởng cho nhiều loài động, thực vật, đồng thời góp phần tạo nên giá trị du lịch sinh thái hấp dẫn của Thung Nham.

2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển

Tiền thân là mô hình trang trại kinh tế tổng hợp giai đoạn 1999 - 2003, khu du lịch Thung Nham chuyển mình mạnh mẽ từ năm 2003 khi chính thức phát triển du lịch sinh thái dưới sự đầu tư và vận hành của Công ty cổ phần dịch vụ thương mại và du lịch Doanh Sinh. Từ đó, nơi đây được định vị là điểm đến hòa quyện giữa trải nghiệm thiên nhiên, văn hóa bản địa và nghỉ dưỡng chất lượng cao.

- **Giai đoạn 1999 – 2003:** Hình thành với tên gọi “Khu kinh tế trang trại tổng hợp Thung Nham”, phát triển theo hướng nông - lâm kết hợp.

- **Năm 2003:** Chuyển đổi thành khu du lịch sinh thái do Công ty Cổ phần Dịch vụ Thương mại & Du lịch Doanh Sinh đầu tư và quản lý.

- **Giai đoạn 2010-2012:** Mở và hoàn thiện tuyến đường huyết mạch dẫn vào Thung Nham – nền tảng quan trọng cho hoạt động du lịch.

- **Năm 2013:** Bán vé tham quan đầu tiên - chính thức vận hành dịch vụ du lịch;

- **Năm 2015:** Ra mắt khu nghỉ dưỡng Hoàng Hôn, khu Ẩm thực và Cụm nhà sàn - dấu mốc phát triển lưu trú và trải nghiệm cộng đồng.

- **Năm 2019:** Khai trương khu nghỉ dưỡng Bình Minh - không gian lưu trú hiện đại, tối giản.

- **Năm 2022:** Đưa vào hoạt động hồ bơi ngoài trời lớn nhất Ninh Bình.

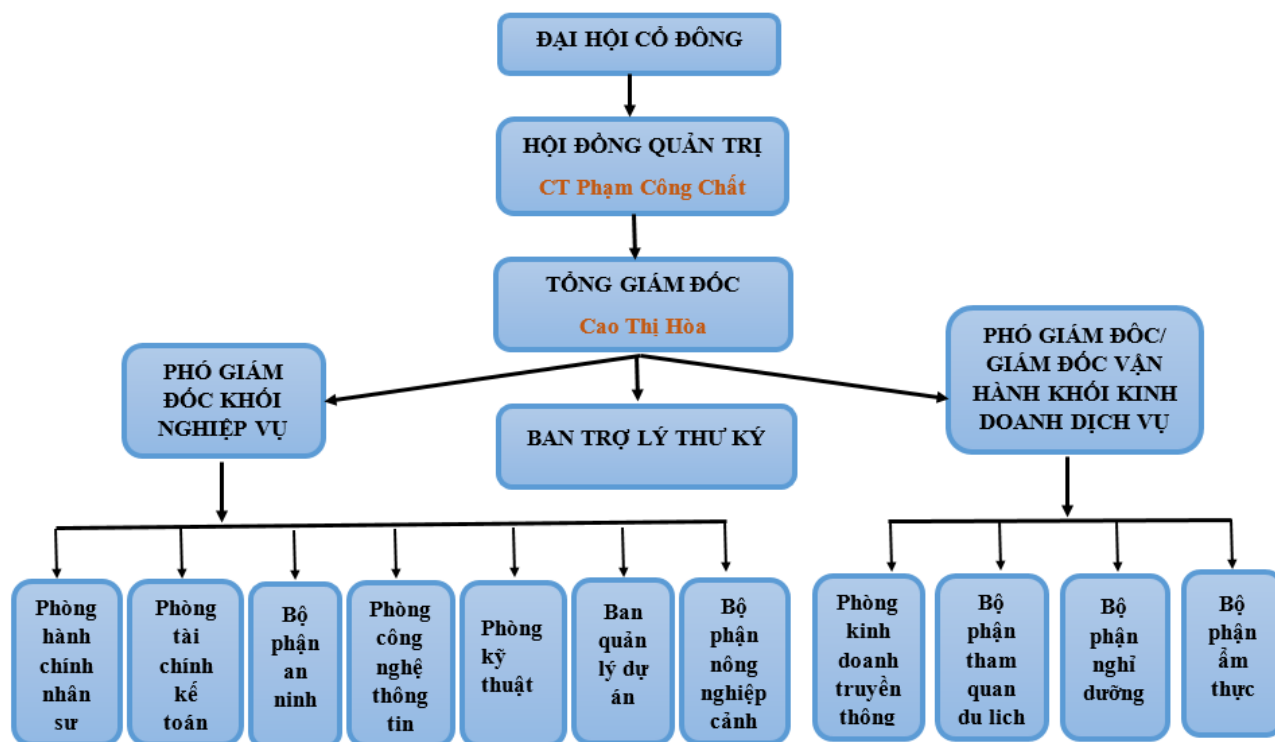
- **Năm 2023:** Khai trương quầy cho thuê trang phục, tăng cường trải nghiệm cho du khách.

- **Năm 2024:** Hoàn thiện Thiên Điều villas - biệt thự song lập cao cấp giữa thiên nhiên;

- **Năm 2025:** Khai trương quầy Thung Nham Eco Gifts - phát triển sản phẩm lưu niệm xanh, mang bản sắc địa phương.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức và quản lý

Mô hình tổ chức quản lý



Hình 2.1. Mô hình tổ chức công ty CPDVTM&DL Doanh Sinh

(Nguồn: Bộ phận Hành chính – Nhân sự công ty, 2026)

Hiện nay, vận hành công ty cổ phần thương mại dịch vụ và du lịch Doanh Sinh là hội đồng quản trị do ông Phạm Công Chất là chủ tịch. Bộ máy quản trị của công ty gồm khối nghiệp vụ, khối kinh doanh dịch vụ và ban trợ lý thư ký. Toàn bộ vận sự của công ty với đội ngũ hơn 300 nhân sự. Đây là lực lượng lao động được đào tạo bài bản, có kinh nghiệm và tinh thần gắn bó cao, đóng vai trò then chốt trong việc đảm bảo vận hành, phục vụ du khách và phát triển hệ du lịch sinh thái theo 3 giá trị cốt lõi “Thân thiện - Bền vững - Khác biệt”

2.1.4. Sản phẩm du lịch đang khai thác

Các điểm tham quan chính

Vườn chim:

Du khách có thể trải nghiệm tham quan vườn chim theo 2 cách:

+ Đi thuyền vào sâu trong sân chim để ngắm chim từ khoảng cách gần hơn: 35phút.

+ Đi bộ theo lối đi bộ vườn chim và ngắm vườn chim từ chòi quan sát: 2km.

Hệ thống hang động gồm:

+ Động Vái Giời (gần cổng 1 - cổng bán vé): Là hang động cạn, nằm giữa lưng chừng núi. Du khách cần leo 439 bậc để lên được tới cửa động. Động có 3 tầng với tổng diện tích là 5.000m²: Thiên đường, Trần gian và Địa ngục.

+ Hang Bụt: Là động xuyên thủy dài 500m. Du khách tham quan Hang Bụt bằng thuyền.

+ Động Tiên Cá: Là động xuyên thủy dài 1.000m. Du khách đi bộ trên cầu nổi trong lòng hang.

+ Cụm tâm linh chiêm bái: bao gồm Đền Gối Đại, Linh Thần Miếu, Cây Đa di chuyển, Miếu Sơn Trang.

+ Thiên đường hoa Thung Nham: Với tổng diện tích 2ha cùng hơn 20 vụ hoa gói đầu quanh năm, các vườn hoa Thung Nham luôn rực rỡ.

Dịch vụ ăn uống

Khu ẩm thực tại khu du lịch sinh thái Thung Nham được đầu tư đồng bộ, đáp ứng tốt nhu cầu ăn uống của khách lẻ và các đoàn lớn. Toàn khu có 5 nhà hàng chính gồm Hằng Hạc, Sếu Đá, Anh Vũ, Cò Nhạn và Phượng Hoàng (buffet). Các nhà hàng còn lại có quy mô vừa và nhỏ, linh hoạt phục vụ từ vài chục đến hơn 100 khách, phù hợp cho bữa ăn gia đình, đoàn du lịch hoặc tiệc riêng. Tổng sức chứa hệ thống ẩm thực của Thung Nham ước đạt khoảng 1.000 khách/lượt, với thực đơn phong phú kết hợp đặc sản Ninh Bình (dê núi, cơm cháy, cá suối...) và các món ăn truyền thống, đáp ứng tốt nhu cầu ăn uống trong các chương trình tham quan, nghỉ dưỡng và teambuilding.

Bảng 2.1. Thông tin các nhà hàng trong khu du lịch sinh thái Thung Nham

STT	Tên nhà hàng	Công suất	Số bàn	Tổ chức sự kiện	Đặc điểm
1	Buffet Phượng Hoàng	300 khách	30-35	100-300 khách, sân khấu 24m ²	Không gian sang trọng, buffet + đặc sản
2	Sếu Đá	160 khách	16-20	80-120 khách, sân khấu 10m ²	Thiết kế mở, gần gũi thiên nhiên

3	Hằng Hạc	70 khách	7-10	50-70 khách, sân khấu 10m ²	Yên tĩnh, riêng tư, gần hồ
4	Cò Nhạn	180 khách	18-20	-	Không gian mở, view hồ, phục vụ buffet + set menu

(Nguồn: tổng hợp từ website công ty, 2026)

Dịch vụ lưu trú

Hoạt động lưu trú tại Thung Nham phát triển theo hướng du lịch sinh thái, đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng kết hợp tham quan cảnh quan tự nhiên. Trong khu du lịch có hệ thống phòng nghỉ và nhà sàn phục vụ du khách, tiêu biểu là Thung Nham Resort với không gian yên tĩnh, thiết kế hài hòa cùng núi đá và hồ nước. Ngoài ra, khu vực nhà sàn cộng đồng phù hợp với nhóm đông người hoặc đoàn tham quan, mang tính trải nghiệm gần gũi thiên nhiên.

Bảng 2.2. Thông tin các khu nghỉ dưỡng trong khu du lịch sinh thái Thung Nham

STT	Tên cơ sở	Quy mô	Đặc điểm	Đối tượng phù hợp
1	Bình Minh Resort	17 phòng	Phong cách hiện đại, vật liệu tự nhiên	Nghỉ dưỡng yên tĩnh
2	Hoàng Hôn Resort	15 phòng	Kiến trúc gỗ, gần thiên nhiên	Nghỉ dưỡng, trải nghiệm sinh thái
3	Nhà sàn cộng đồng	7 căn (30-45 khách/căn)	Không gian cộng đồng, mộc mạc	Đoàn đông, nhóm bạn
4	Thiên Điều Villas	2 villa, 4 phòng/villa	Hiện đại, hồ bơi, sân vườn BBQ	Gia đình, nghỉ dưỡng cao cấp

(Nguồn: tổng hợp từ website công ty, 2026)

Cơ sở vật chất và trang thiết bị khác

Khu du lịch sinh thái Thung Nham được đầu tư đồng bộ về cơ sở vật chất và trang thiết bị nhằm phục vụ đa dạng nhu cầu như nghỉ dưỡng, hội họp và tổ chức hoạt động teambuilding. Không gian rộng rãi, linh hoạt về sức chứa, kết hợp với hệ thống âm thanh, sân khấu và các thiết bị hỗ trợ trò chơi giúp tổ chức sự kiện hiệu quả.

Hạ tầng kỹ thuật như điện, nước, nhà vệ sinh và khu vực nghỉ ngơi được bố trí đầy đủ, đảm bảo tiện lợi cho du khách. Bên cạnh đó, hệ thống nhà hàng, lưu trú và các dịch vụ đi kèm như gala dinner, BBQ, teabreak, lửa trại... tạo thành chuỗi trải nghiệm khép kín.

Ngoài ra, các dịch vụ bổ trợ như thuê thuyền, hướng dẫn viên, chụp ảnh, quay phim và các gói combo trọn gói giúp nâng cao chất lượng phục vụ và tối ưu hóa trải nghiệm cho khách đoàn.

2.1.5. Nguồn khách du lịch đến khu du lịch Thung Nham

Trong giai đoạn 2018 - 2025, lượng khách đến khu du lịch sinh thái Thung Nham có sự biến động rõ rệt theo từng thời kỳ, cụ thể giai đoạn 2018 - 2019 ghi nhận sự tăng trưởng nhanh.

**Bảng 2.3. Doanh thu du lịch tại Khu du lịch sinh thái Thung Nham
giai đoạn 2018 - 2025**

Chỉ tiêu	Số lượng khách	Tốc độ phát triển
Năm 2018	196.879	-
Năm 2019	280.365	142,4%
Năm 2020	125.957	44,93%
Năm 2021	45.075	35,79%
Năm 2022	157.705	349,87 %
Năm 2023	452.211	286,74%
Năm 2024	593.201	131,18%
Năm 2025	670.317	113%

(Nguồn: Báo cáo kinh doanh của Công ty CPDVTM&DL Doanh Sinh, 2026)

Nhìn vào bảng 2.3 có thể thấy:

- Giai đoạn 2018 - 2019: Tăng trưởng tốt tăng 42,4%, cho thấy xu hướng phát triển ổn định trước đại dịch.

- Giai đoạn 2020 - 2021: Suy giảm mạnh, đặc biệt năm 2021 giảm 64,21% so với năm 2020 đây là mức giảm sâu nhất, rất có thể do ảnh hưởng của COVID-19.

- Giai đoạn 2022 - 2024: Phục hồi bùng nổ.

+ Năm 2022 tăng kỷ lục tăng 249,87% (gần gấp 3,5 lần so với 2021).

+ Năm 2023 tiếp tục tăng rất mạnh tăng 186,74%.

+ Năm 2024 tăng chậm lại nhưng vẫn dương tăng 31,18%.

+ Năm 2025 vẫn giữ tốc độ tăng trưởng dương tăng hơn 13% so với 2024

Số lượng khách có sự biến động cực mạnh theo chu kỳ dịch bệnh. Sau khi vượt qua giai đoạn khó khăn nhất năm 2021, khu du lịch đã có sự phục hồi ấn tượng và đang trong giai đoạn tăng trưởng tích cực. Tốc độ tăng năm 2024 là 31,18% và năm 2025 mức tăng 13% ở mức khá tốt. Trong đó vào các dịp lễ, Tết lượng khách có thể đạt khoảng 6.000 lượt/ngày.

Xét về nguồn khách, khách du lịch đến Thung Nham chủ yếu là khách nội địa đến từ các tỉnh, thành phố lân cận như Hà Nội, Hải Phòng, Thanh Hóa với các đối tượng đa dạng như khách gia đình, nhóm bạn, học sinh - sinh viên và khách doanh nghiệp tổ chức teambuilding, bên cạnh đó còn có một bộ phận khách quốc tế, chủ yếu đến từ các nước châu Âu, Mỹ và một số nước châu Á, thường đi theo tuyến du lịch Ninh Bình, tuy chiếm tỷ trọng nhỏ hơn nhưng có mức chi tiêu cao và tiềm năng tăng trưởng trong tương lai.

2.2. Thực trạng tổ chức hoạt động teambuilding tại Thung Nham

2.2.1. Các điều kiện tổ chức chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham

2.2.1.1. Điều kiện từ phía cung

Hoạt động tổ chức chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham được hình thành trên cơ sở tổng hợp nhiều yếu tố như tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật, dịch vụ hỗ trợ, khả năng tiếp cận thị trường và năng lực tổ chức. Những điều kiện này vừa tạo tiền đề thuận lợi, vừa đặt ra những yêu cầu cần hoàn thiện để phát triển sản phẩm teambuilding theo hướng chuyên nghiệp.

Điều kiện về tài nguyên du lịch và không gian tổ chức

Thung Nham sở hữu hệ sinh thái du lịch sinh thái đặc trưng với diện tích rộng lớn bao gồm núi đá vôi, hang động, hồ nước, rừng cây và đặc biệt là vườn chim tự nhiên. Đây là lợi thế quan trọng để phát triển các chương trình teambuilding gắn với thiên nhiên một xu hướng ngày càng được ưa chuộng trong du lịch hiện đại.

Không gian tổ chức tại Thung Nham mang tính mở, linh hoạt, có thể phục vụ từ các nhóm nhỏ đến các đoàn khách quy mô lớn. Các khu vực như sân đảo hoa, sân sự kiện Cosmo hay Amazing Place có sức chứa từ vài chục đến hàng trăm khách, phù hợp cho nhiều loại hình hoạt động khác nhau.

Bảng 2.4. Các địa điểm có khả năng tổ chức teambuilding trong khu du lịch sinh thái Thung Nham

Tên gọi	Diện tích	Sức chứa	Chi phí	Ghi chú
Sân Đảo hoa	100m ²	Dưới 60 khách	1.600.000 đồng	- Phí sân bãi. - Nhân công vệ sinh môi trường. -Không bao gồm sân khấu
Sân sự kiện đảo Cosmo	130m ²	150 – 500 khách	3.200.000 đồng	- Phí sân bãi. - Nhân công vệ sinh môi trường. -Không bao gồm sân khấu
Sân sự kiện đảo Cosmo	130m ²	150 – 500 khách	4.200.000 Đồng	- Phí sân bãi. - Nhân công vệ sinh môi trường. - Đã bao gồm sân khấu
Sân sự kiện Amazing Place	140m ²	Tối đa 500 khách	3.200.000 Đồng	- Phí sân bãi. - Nhân công vệ sinh môi trường. - Không bao gồm sân khấu

(Nguồn: Phòng kinh doanh công ty, 2026)

Địa hình đa dạng với hồ nước, hang động và rừng cây cũng tạo điều kiện để thiết kế các kịch bản teambuilding phong phú như vượt chướng ngại vật tự nhiên, khám phá địa hình hoặc trò chơi định hướng.

Bên cạnh đó, môi trường trong lành, yên tĩnh và tách biệt với đô thị là yếu tố quan trọng giúp nâng cao hiệu quả các hoạt động gắn kết, đặc biệt là các chương trình hướng tới mục tiêu đào tạo, phát triển đội nhóm và tái tạo năng lượng cho nhân viên doanh nghiệp.

Điều kiện về vị trí địa lý và khả năng tiếp cận

Khu du lịch Thung Nham nằm tại tỉnh Ninh Bình, cách Hà Nội khoảng 100km, tương đương 2 giờ di chuyển bằng ô tô. Đây là khoảng cách lý tưởng để tổ chức các chương trình teambuilding trong ngày hoặc ngắn ngày (2 ngày 1 đêm), đặc biệt phù hợp với các doanh nghiệp, tổ chức tại khu vực miền Bắc.

Ngoài ra, Thung Nham nằm trong quần thể danh thắng Tràng An di sản thế giới, cho phép kết nối thuận lợi với các điểm du lịch nổi tiếng như Tam Cốc - Bích Động, Cố đô Hoa Lư. Điều này tạo điều kiện để xây dựng các chương trình teambuilding kết hợp tham quan, nâng cao giá trị trải nghiệm tổng thể cho du khách.

Hệ thống giao thông ngày càng hoàn thiện, đặc biệt là tuyến cao tốc Hà Nội - Ninh Bình, góp phần rút ngắn thời gian di chuyển và tăng tính hấp dẫn của điểm đến đối với khách đoàn.

Điều kiện về cơ sở vật chất và trang thiết bị

Thung Nham đã đầu tư tương đối đồng bộ về cơ sở vật chất phục vụ du lịch, tạo nền tảng cho việc tổ chức teambuilding. Hệ thống nhà hàng có tổng sức chứa lớn khoảng 1.000 khách, đáp ứng tốt nhu cầu ăn uống cho các đoàn đông. Khu lưu trú với khoảng 100 - 200 giường có thể phục vụ các chương trình có lưu trú qua đêm.

Các tiện ích hỗ trợ như bãi đỗ xe rộng rãi, xe điện nội khu, hệ thống nhà vệ sinh, khu nghỉ chân được bố trí hợp lý, đảm bảo sự thuận tiện cho du khách trong quá trình tham gia hoạt động.

Tuy nhiên, xét riêng cho hoạt động teambuilding, cơ sở vật chất chuyên dụng vẫn còn hạn chế. Các khu sân bãi chưa được thiết kế chuyên biệt thiếu mái che, sàn chuẩn, hệ thống âm thanh cố định, trang thiết bị phục vụ trò chơi chưa đa dạng và phần lớn phụ thuộc vào việc thuê ngoài hoặc do khách hàng tự chuẩn bị. Điều này ảnh hưởng đến tính chuyên nghiệp và khả năng tổ chức các chương trình quy mô lớn hoặc phức tạp.

Điều kiện về dịch vụ hỗ trợ và hệ sinh thái sản phẩm

Một trong những điểm mạnh của Thung Nham là khả năng cung cấp hệ sinh thái dịch vụ tương đối khép kín, bao gồm tham quan, lưu trú, ăn uống và tổ chức sự kiện. Các gói combo như chương trình trong ngày hoặc 2 ngày 1 đêm giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn và quản lý chi phí.

Bên cạnh đó, các dịch vụ hỗ trợ như gala dinner, lửa trại, BBQ ngoài trời, trải nghiệm văn hóa, nông nghiệp cũng góp phần làm phong phú nội dung chương trình teambuilding. Đây là cơ sở quan trọng để phát triển các sản phẩm mang tính trải nghiệm và đồng sáng tạo.

Tuy nhiên, các dịch vụ này hiện chưa được tích hợp thành các chương trình teambuilding hoàn chỉnh, mà chủ yếu tồn tại rời rạc hoặc triển khai theo yêu cầu riêng lẻ của khách hàng.

Điều kiện về tổ chức và quản lý hoạt động

Hiện nay, hoạt động tổ chức teambuilding tại Thung Nham chủ yếu dựa trên sự phối hợp giữa các bộ phận hiện có (kinh doanh, điều hành, nhà hàng, lưu trú), chưa có bộ phận chuyên trách. Quy trình tổ chức chương trình chưa được chuẩn hóa từ khâu tư vấn, thiết kế đến triển khai và đánh giá.

Bên cạnh đó, khu du lịch chưa xây dựng hệ thống quản lý khách hàng, chưa có công cụ đánh giá hiệu quả chương trình và thu thập phản hồi một cách hệ thống. Điều này ảnh hưởng đến khả năng nâng cao chất lượng dịch vụ và duy trì khách hàng lâu dài.

Với những điều kiện thuận lợi trên, khu du lịch sinh thái Thung Nham đã cung cấp các gói combo linh hoạt giúp doanh nghiệp dễ dàng quản lý ngân sách và lịch trình. Phổ biến nhất là combo “Ngày hội gắn kết” dành cho các đoàn đi trong ngày, bao gồm vé tham quan toàn khu, phí sử dụng sân bãi teambuilding và một bữa trưa đặc sản tại nhà hàng. Đối với các đoàn lưu trú, combo “Chinh phục Thung Nham 2 ngày 1 đêm” là lựa chọn hàng đầu, kết hợp đầy đủ từ phòng nghỉ, các bữa ăn chính đến dịch vụ lửa trại hoặc Gala dinner buổi tối, giúp tạo nên một hành trình trải nghiệm khép kín và chuyên nghiệp.

2.2.1.2. Điều kiện từ phía cầu

Thị trường khách của Thung Nham có sự tăng trưởng ổn định, với lượng khách tham quan lớn và mức độ nhận diện thương hiệu tương đối cao. Xu hướng du lịch kết hợp nghỉ dưỡng và teambuilding đang ngày càng phổ biến, đặc biệt trong khối doanh nghiệp, tổ chức và trường học. Tuy nhiên, sản phẩm teambuilding tại Thung Nham chưa thực sự đa dạng và chưa phân khúc rõ ràng theo đối tượng khách hàng, dẫn đến khả năng khai thác thị trường còn hạn chế.

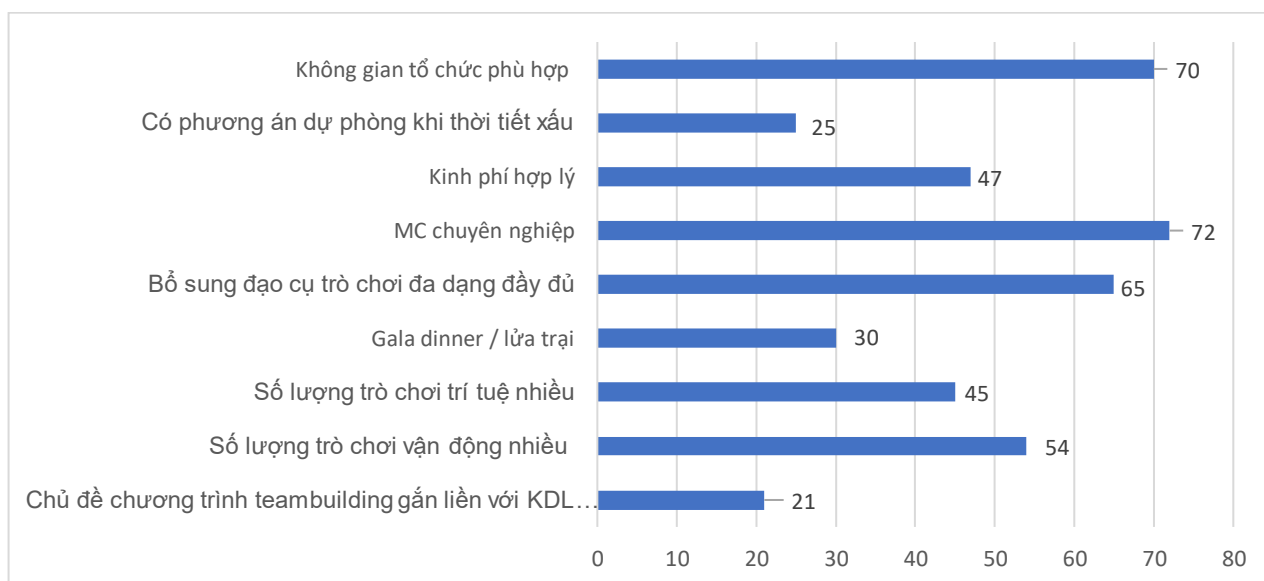
Để tìm hiểu về nhu cầu của khách hàng về dịch vụ teambuilding, em đã tiến hành phỏng vấn 100 khách tới khu du lịch sinh thái Thung Nham bao gồm cả khách đã từng và chưa từng trải nghiệm dịch vụ teambuilding tại đây. Các nội dung liên quan đến kỳ vọng của du khách về các chương trình du lịch teambuilding tổ chức tại khu du lịch. Các cuộc phỏng vấn được tiến hành chủ yếu trong tháng 2-3/2026.

Bảng 2.5. Đặc điểm mẫu khảo sát

Tiêu chí		Số lượng (người)	Tỉ lệ phần trăm (%)
Giới tính	Nam	59	59
	Nữ	41	41
Độ tuổi	dưới 18	6	6
	18 - 25	32	32
	26 - 35	47	47
	36 - 45	12	12
	trên 45	3	6
Đối tượng	Học sinh/ Sinh viên	35	35
	Doanh nghiệp	56	56
	Cơ quan nhà nước	19	19
Kinh nghiệm tham gia teambuilding tại Thung Nham	Đã từng	62	62
	Chưa từng	38	38

Kết quả phỏng vấn ở hình 2.2. cho khách du khách không chỉ quan tâm đến địa điểm mà còn đặc biệt chú trọng đến nội dung kịch bản, vai trò của MC trong chương trình, cơ cấu trò chơi và dụng cụ game.

DVT: %



Hình 2.2. Nhu cầu của du khách về chương trình teambuilding tại

khu du lịch sinh thái Thung Nham

Trước hết, về vai trò của MC và đội ngũ tổ chức: Có tới 72% du khách mong muốn MC teambuilding chuyên nghiệp. Khách hàng đánh giá đây là một trong hai yếu tố quyết định đến sự thành công của chương trình. Một MC chuyên nghiệp không chỉ điều phối hoạt động mà còn tạo không khí, dẫn dắt cảm xúc và kết nối các thành viên trong đoàn. Đồng thời, khách hàng cũng kỳ vọng đội ngũ tổ chức phải có kế hoạch dự phòng và cơ cấu trò chơi phù hợp. Khách hàng mong muốn chương trình không chỉ dừng ở vận động thể chất mà còn kết hợp các yếu tố tư duy, sáng tạo và trải nghiệm. Các hoạt động gắn với thiên nhiên, khám phá địa hình hoặc trải nghiệm văn hóa địa phương được đánh giá cao vì tạo sự khác biệt và tăng tính hấp dẫn.

Về không gian tổ chức và cơ sở vật chất phục vụ teambuilding, khách hàng có xu hướng yêu cầu cao hơn về chất lượng sân bãi và trang thiết bị. Có tới 70% khách cho rằng các chương trình teambuilding tại khu du lịch cần lựa chọn không gian phù hợp và 65% khách cho rằng cần bổ sung dụng cụ game cho các trò chơi. Như vậy, các tiêu chí được quan tâm bao gồm không gian đủ rộng, địa hình phù hợp, hệ thống âm thanh ổn định, sân khấu và các dụng cụ hỗ trợ trò chơi đầy đủ. Điều này phản ánh nhu cầu tổ chức các chương trình quy mô lớn và có tính chuyên nghiệp cao hơn.

Về kinh phí chương trình, có tới 47% khách mong muốn các chương trình teambuilding có chi phí hợp lý hơn. Hiện nay, Thung Nham được đánh giá là phù hợp với các đoàn khách có quy mô vừa và ngân sách trung bình. Mức chi phí hợp lý cùng khả năng linh hoạt trong tổ chức là những yếu tố giúp điểm đến này thu hút nhiều doanh nghiệp.

Nhìn chung, nhu cầu thị trường đối với hoạt động teambuilding tại Thung Nham đang chuyển dịch theo hướng tăng tính chuyên nghiệp, cá nhân hóa và trải nghiệm. Khách hàng không chỉ quan tâm đến địa điểm mà ngày càng chú trọng đến chất lượng nội dung chương trình, năng lực tổ chức và khả năng đáp ứng theo quy mô, ngân sách. Đây là cơ sở quan trọng để định hướng phát triển sản phẩm teambuilding trong thời gian tới.

2.2.2. Một số hoạt động teambuilding đã được tổ chức tại Thung Nham

Hiện tại, khu du lịch sinh thái Thung Nham đã và đang tổ chức một số hình thức teambuilding cơ bản, chủ yếu dựa trên việc khai thác các tài nguyên du lịch

sẵn có kết hợp với một số trò chơi đơn giản. Dưới đây là một số các hoạt động đã được triển khai:

Hoạt động tham quan kết hợp trò chơi nhẹ nhàng

Đây là hình thức phổ biến nhất, chiếm khoảng 65% các chương trình teambuilding tại Thung Nham. Các hoạt động bao gồm:

- Tham quan vườn chim bằng thuyền: Du khách ngồi thuyền để thưởng ngoạn cảnh quan, quan sát các loài chim. Một số đoàn có tổ chức trò chơi đố vui về các loài chim hoặc chụp ảnh sáng tạo theo nhóm.

- Khám phá hang động (Hang Bụt, Động Vái Giời, Động Tiên Cá): Các đoàn di chuyển theo hướng dẫn viên, kết hợp với một số trò chơi đơn giản như tìm kiếm kho báu, giải câu đố về địa chất.

- Tham quan khu vực tâm linh: Cây đa di chuyển nghìn năm, Đền Gối Đại, Linh Thần Miếu. Hoạt động này thường mang tính văn hóa, giáo dục hơn là teambuilding.

- Dạo bộ tại miệt vườn và vườn hoa: Một số đoàn tổ chức các trò chơi nhẹ nhàng như relay chạy, kéo co, nhảy bao bố tại khu vực này.

Hình thức này tương đối đơn giản, chi phí thấp, phù hợp với các đoàn có ngân sách hạn chế. Tuy nhiên, tính tương tác và gắn kết đội nhóm còn thấp, chủ yếu là tham quan và giải trí cá nhân hơn là làm việc nhóm.

Các trò chơi teambuilding tập trung

Một số đoàn khách đã yêu cầu tổ chức các trò chơi teambuilding tập trung tại khu vực sân vườn hoặc bãi cỏ rộng. Các trò chơi thường gặp:

- Trò chơi phá băng: Giới thiệu bản thân sáng tạo, trò chơi tìm điểm chung, nhảy theo nhịp,...

- Trò chơi thể chất: Kéo co, chạy tiếp sức, đua thuyền trên cạn, chuyền bóng nước,...

- Trò chơi tư duy: Xếp hình, giải mã, tìm đường thoát,...

- Trò chơi kỹ năng: Tin tưởng rơi, vượt chướng ngại vật, xây tháp,...

Các trò chơi này do chính khách hàng hoặc công ty tổ chức sự kiện bên ngoài mang đến. Thung Nham chỉ đóng vai trò cung cấp địa điểm và hỗ trợ tổ chức. Điều này cho thấy khu du lịch chưa có đội ngũ chuyên nghiệp để tổ chức các hoạt động teambuilding chất lượng cao.

Hoạt động trải nghiệm văn hóa - nông nghiệp

Một số chương trình teambuilding gắn với yêu cầu trải nghiệm các hoạt động gần gũi với thiên nhiên và văn hóa địa phương:

- Trải nghiệm làm nông dân: Tham quan vườn rau, học cách chăm sóc cây trồng, thu hoạch rau sạch.
- Nấu ăn đặc sản: Học cách chế biến các món ăn Ninh Bình như cơm cháy, dê núi, cá suối.
- Làm đồ thủ công: Tạo hình từ tre, lá, đất sét theo hướng dẫn của nghệ nhân địa phương.
- Chụp ảnh nghệ thuật: Các đoàn tự tổ chức chụp ảnh theo concept tại các điểm đẹp.

Đây là hình thức có tiềm năng phát triển cao, phù hợp với xu hướng du lịch trải nghiệm hiện nay. Tuy nhiên, hiện tại các hoạt động này chưa được tổ chức thường xuyên và chuyên nghiệp, chủ yếu là theo yêu cầu riêng lẻ.

Gala dinner và chương trình văn nghệ

Đối với các chương trình 2 ngày 1 đêm, hầu hết các đoàn đều tổ chức gala dinner kết hợp với các hoạt động vui chơi buổi tối:

- Tiệc buffet hoặc tiệc bàn tại nhà hàng với thực đơn đa dạng
- Chương trình văn nghệ do nhân viên tự biểu diễn
- Đốt lửa trại, hát karaoke ngoài trời
- Một số trò chơi tương tác như mini game, rút thăm may mắn, trao giải

Hoạt động này được đánh giá cao bởi du khách vì tạo không khí vui vẻ, gần gũi. Tuy nhiên, cơ sở vật chất cho tổ chức sự kiện buổi tối còn hạn chế như thiếu sân khấu chuyên nghiệp, hệ thống âm thanh ánh sáng chưa đồng bộ.

Qua các hoạt động đang được triển khai tại Khu du lịch sinh thái Thung Nham có thể thấy phần lớn chỉ là hoạt động tham quan, vui chơi và trải nghiệm kết hợp trò chơi đơn giản, chưa thực sự là các chương trình du lịch teambuilding chuyên nghiệp. Các hoạt động còn thiếu mục tiêu gắn kết đội nhóm rõ ràng, thiếu kịch bản xuyên suốt và chủ yếu do khách hàng hoặc đơn vị bên ngoài tự tổ chức. Hiện nay, khu du lịch mới đóng vai trò cung cấp địa điểm và hỗ trợ cơ bản, chưa có đội ngũ chuyên trách, chương trình riêng hay hệ thống tổ chức teambuilding bài bản. Điều này cho thấy Thung Nham vẫn chưa phát triển được loại hình du lịch teambuilding chuyên nghiệp và mang bản sắc riêng.

2.2.3. Tình hình cung cấp dịch vụ teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham

Theo số liệu từ phòng kinh doanh của khu du lịch sinh thái Thung Nham, trung bình mỗi tháng có khoảng 8-12 đoàn tổ chức teambuilding, tập trung chủ yếu vào các tháng 3-5 (mùa xuân), tháng 9-11 (mùa thu) và cuối năm (tháng 12). Quy mô đoàn trung bình là 50-60 người, thời gian tổ chức phổ biến là 1 ngày hoặc 2 ngày 1 đêm.

Doanh thu từ hoạt động teambuilding chiếm khoảng 15-20% tổng doanh thu của khu du lịch, cho thấy đây là phân khúc thị trường có tiềm năng và cần được đầu tư phát triển mạnh hơn.

Bảng 2.6. Thông tin một số chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham đầu năm 2026

STT	Khách hàng	Ngày tổ chức	Địa điểm tổ chức	Thời gian	Cơ sở vật chất
1	Công ty Thuận Phát	05/02/2026	Sân sự kiện	3 giờ	- Âm thanh loa kéo thuê của KDL - Backdrop 3m x 5m lái xe mang về
2	TTC travel	27/02/2026	Sân sự kiện	3 giờ	- Phí sân bãi - Backdrop 3m x 5m khách mang vào
3	Công ty du lịch Toàn Cầu	09/01/2026	Sân đảo hoa	3 giờ	- Âm thanh loa kéo khách mang vào - Backdrop khách mang vào
4	Phương Uyên Halobay	25/01/2026	Sân đảo hoa	3 giờ	- Khách mang loa kéo vào thu phí - Hỗ trợ ổ cắm điện
5	Hunonic	02/02/2026	Sân sự kiện	3 giờ	- Âm thanh loa kéo thuê của KDL - Backdrop khách mang vào

					- Căng 1 băng rôn khu lễ tân vào 30 chiếc trong KDL
--	--	--	--	--	---

(Nguồn: Tổng hợp của sinh viên, 2026)

Dựa trên kết quả khảo sát khách du lịch về chất lượng chương trình teambuilding tại Khu du lịch sinh thái Thung Nham, có thể nhận thấy rằng chương trình nhận được nhiều phản hồi tích cực từ phía khách tham gia.

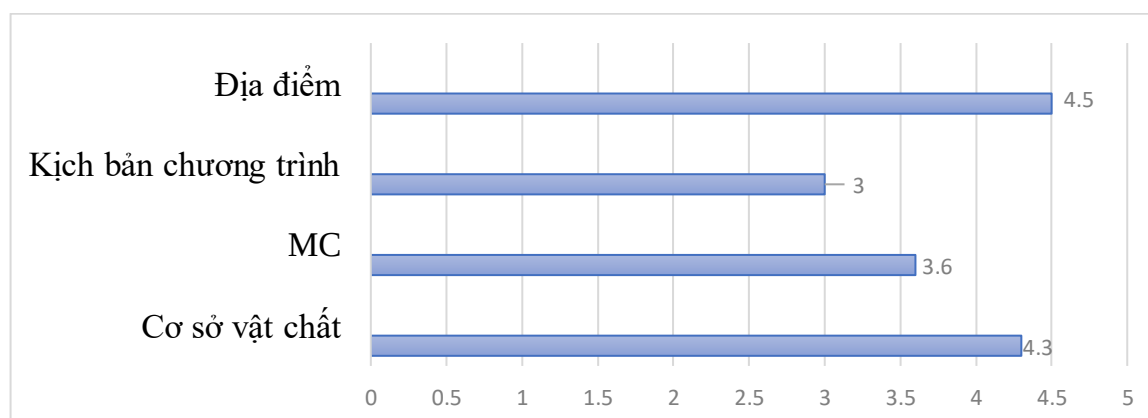
Bảng 2.7. Đánh giá của khách du lịch về chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham

Tiêu chí		Số lượng (người)	Tỉ lệ phần trăm (%)
Mức độ hấp dẫn của chương trình du lịch teambuilding	Hoàn toàn đồng ý	26	41,94
	Đồng ý	32	51,61
	Bình thường	4	6,45
	Không đồng ý	0	0
	Hoàn toàn không đồng ý	0	0
Mức độ gắn kết	Rất cải thiện	30	48,39
	Cải thiện	20	32,26
	Cải thiện một phần	12	19,35
	Không cải thiện	0	0
Tổng		62	100

Về mức độ hấp dẫn của chương trình, có tới 41,94% khách du lịch “hoàn toàn đồng ý” và 51,61% “đồng ý” rằng chương trình teambuilding hấp dẫn. Trong khi đó, chỉ có 6,45% đánh giá ở mức bình thường và không có ý kiến không đồng ý. Kết quả này cho thấy các hoạt động teambuilding tại Thung Nham bước đầu đã tạo được sức hút đối với khách tham gia, nội dung chương trình phù hợp với nhu cầu trải nghiệm, vui chơi và thư giãn của du khách. Đồng thời, tỷ lệ hài lòng cao cũng phản ánh khả năng tổ chức chương trình tương đối hiệu quả của khu du lịch.

Bên cạnh đó, khảo sát về mức độ gắn kết cho thấy chương trình teambuilding có tác động tích cực đến tinh thần tập thể và khả năng kết nối giữa các thành viên. Cụ thể, 48,39% khách đánh giá chương trình “rất cải thiện” tinh thần gắn kết, 32,26% cho rằng chương trình “cải thiện”, và 19,35% nhận thấy “cải thiện một phần”. Không có ý kiến nào cho rằng chương trình không mang lại hiệu quả gắn kết. Điều này chứng tỏ các trò chơi và hoạt động tập thể tại Thung Nham đã phát huy được vai trò trong việc xây dựng tinh thần đồng đội, tăng cường giao tiếp và tạo không khí sôi động cho khách tham gia.

Ngoài ra, kết quả đánh giá theo thang điểm đối với từng yếu tố của chương trình cũng phản ánh những điểm mạnh và hạn chế nhất định.



Hình 2.3. Đánh giá của khách du lịch về chương trình teambuilding

Địa điểm tổ chức được đánh giá cao nhất với số điểm 4,5/5, cho thấy lợi thế nổi bật của Thung Nham về không gian thiên nhiên rộng rãi, cảnh quan đẹp và môi trường phù hợp để tổ chức các hoạt động ngoài trời. Cơ sở vật chất đạt 4,3/5, thể hiện khu du lịch đã đáp ứng khá tốt nhu cầu tổ chức teambuilding. Tuy nhiên, điểm số dành cho MC 3,6/5 và đặc biệt là kịch bản chương trình 3/5 còn ở mức trung bình, cho thấy nội dung chương trình chưa thực sự đa dạng, sáng tạo và khả năng dẫn dắt chương trình chưa tạo được nhiều điểm nhấn nổi bật.

Từ những kết quả trên có thể thấy rằng Khu du lịch sinh thái Thung Nham sở hữu nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển hoạt động teambuilding, đặc biệt là lợi thế về cảnh quan và không gian tổ chức.

2.3. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham

2.3.1. Thuận lợi và nguyên nhân

Trước hết, hoạt động tổ chức teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham có nền tảng thuận lợi từ hệ thống tài nguyên du lịch và không gian tổ chức đặc thù. Với diện tích rộng lớn và cảnh quan sinh thái đa dạng, khu du lịch tạo điều kiện lý tưởng để triển khai các chương trình teambuilding ngoài trời, đặc biệt là các hoạt động gắn với thiên nhiên. Nguyên nhân của lợi thế này xuất phát từ đặc điểm địa hình tự nhiên phong phú và mức độ bảo tồn tốt của hệ sinh thái, giúp nâng cao giá trị trải nghiệm và tạo sự khác biệt so với các điểm đến nhân tạo.

Bên cạnh đó, vị trí địa lý thuận lợi là một yếu tố quan trọng giúp Thung Nham dễ dàng thu hút khách đoàn. Khoảng cách gần Hà Nội và khả năng kết nối với các điểm du lịch nổi tiếng trong khu vực tạo điều kiện thuận lợi cho việc xây dựng các chương trình teambuilding kết hợp tham quan. Điều này xuất phát từ hệ thống giao thông ngày càng hoàn thiện và lợi thế nằm trong quần thể du lịch trọng điểm của tỉnh Ninh Bình.

Một thuận lợi khác là cơ sở vật chất và dịch vụ hỗ trợ tương đối đồng bộ. Hệ thống nhà hàng, lưu trú và các tiện ích bổ trợ đã được đầu tư, đáp ứng nhu cầu cơ bản của các đoàn khách teambuilding. Các khu vực sân bãi có sức chứa linh hoạt cũng tạo điều kiện cho việc tổ chức nhiều loại hình hoạt động khác nhau. Nguyên nhân của lợi thế này là do khu du lịch đã định hướng phát triển theo mô hình dịch vụ tổng hợp, tạo nền tảng cho việc khai thác thêm các sản phẩm bổ trợ như teambuilding.

Ngoài ra, sự hình thành bước đầu của thị trường khách teambuilding cũng là một điều kiện thuận lợi quan trọng. Việc khu du lịch đã thu hút được các đoàn khách doanh nghiệp và tổ chức cho thấy nhu cầu đối với loại hình này đã xuất hiện và có xu hướng tăng trưởng. Nguyên nhân chủ yếu đến từ xu hướng du lịch kết hợp gắn kết nội bộ ngày càng phổ biến, cùng với sự phù hợp của Thung Nham đối với các chương trình ngắn ngày.

Cuối cùng, khả năng cung cấp các gói dịch vụ linh hoạt như combo tham quan, ăn uống, lưu trú kết hợp hoạt động là một yếu tố thuận lợi giúp nâng cao tính hấp dẫn của sản phẩm. Điều này xuất phát từ việc khu du lịch đã xây dựng được hệ sinh thái dịch vụ tương đối hoàn chỉnh, cho phép tích hợp nhiều hoạt động trong cùng một chương trình.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân

Trên cơ sở tổng hợp các điều kiện tổ chức và thực trạng triển khai hoạt động teambuilding, có thể nhận thấy rằng Thung Nham đã bước đầu khai thác loại

hình dịch vụ này nhưng chưa phát huy hết tiềm năng sẵn có. Mức độ phát triển hiện tại phản ánh rõ sự chênh lệch giữa lợi thế tài nguyên và năng lực tổ chức thực tế.

Trước hết, về hiệu quả khai thác, các chương trình teambuilding tại Thung Nham hiện chủ yếu mang tính tận dụng không gian sẵn có hơn là phát triển sản phẩm chuyên biệt. Điều này thể hiện qua việc phần lớn các chương trình được triển khai theo hình thức ngắn khoảng 3 giờ, quy mô trung bình khoảng 50 - 60 khách và nội dung đơn giản. Thực tế triển khai cho thấy nhiều đoàn khách như Công ty Thuận Phát, TTC Travel hay Hunonic chủ yếu sử dụng sân bãi và kết hợp các trò chơi cơ bản, trong khi phần lớn trang thiết bị như âm thanh, backdrop do khách hàng tự chuẩn bị hoặc thuê ngoài. Điều này cho thấy khu du lịch chưa đóng vai trò chủ động trong việc thiết kế và tổ chức chương trình mà mới dừng lại ở mức cung cấp địa điểm và hỗ trợ tổ chức.

Nguyên nhân của tình trạng này xuất phát từ việc chưa hình thành sản phẩm teambuilding mang tính hệ thống. Các chương trình hiện tại thiếu kịch bản rõ ràng, chưa xác định mục tiêu cụ thể như gắn kết đội nhóm, đào tạo kỹ năng hay xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Việc thiếu định hướng sản phẩm dẫn đến nội dung hoạt động còn rời rạc, chưa tận dụng được đặc trưng tài nguyên của Thung Nham để tạo ra trải nghiệm khác biệt.

Bên cạnh đó, năng lực tổ chức và nguồn nhân lực là một hạn chế đáng kể. Việc phụ thuộc vào khách hàng hoặc đơn vị bên ngoài trong khâu tổ chức cho thấy khu du lịch chưa có đội ngũ chuyên môn đủ mạnh để triển khai các chương trình quy mô lớn hoặc có yêu cầu cao. Điều này cũng lý giải vì sao các hoạt động teambuilding tại Thung Nham thường dừng ở mức đơn giản, thiếu chiều sâu và chưa tạo được dấu ấn riêng.

Một vấn đề khác là sự thiếu đồng bộ giữa các yếu tố hỗ trợ chương trình. Mặc dù có đầy đủ các dịch vụ như lưu trú, ăn uống và không gian tổ chức, nhưng việc kết nối các yếu tố này thành một sản phẩm trọn gói còn hạn chế. Các chương trình gala dinner hay hoạt động buổi tối tuy được tổ chức thường xuyên nhưng chất lượng chưa đồng đều do hạn chế về thiết bị và kịch bản. Điều này làm giảm tính liên kết của toàn bộ hành trình trải nghiệm, khiến chương trình chưa thực sự đạt hiệu quả tối ưu.

Từ góc độ thị trường, mặc dù nhu cầu teambuilding đã hình thành và có xu hướng tăng trưởng, nhưng khả năng khai thác của Thung Nham vẫn còn ở mức

thấp so với tiềm năng. Việc thiếu chiến lược marketing chuyên biệt và chưa xây dựng được mạng lưới đối tác chuyên nghiệp khiến khu du lịch chưa tiếp cận được các phân khúc khách hàng có giá trị cao như doanh nghiệp lớn, tổ chức MICE hoặc các chương trình đào tạo chuyên sâu.

Nhìn chung, hoạt động teambuilding tại Thung Nham hiện đang ở giai đoạn phát triển ban đầu, mang tính tự phát và chưa được chuyên môn hóa. Thực tế cho thấy nhu cầu cấp thiết phải cải tiến sản phẩm, nâng cao năng lực tổ chức và xây dựng chiến lược phát triển bài bản. Đây cũng chính là cơ sở quan trọng để đề xuất xây dựng một số chương trình du lịch teambuilding tại KDL Thung Nham trong thời gian tới.

Tiểu kết chương 2

Qua phân tích ở chương 2, có thể thấy khu du lịch sinh thái Thung Nham sở hữu nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển hoạt động teambuilding, đặc biệt về tài nguyên sinh thái, không gian tổ chức và khả năng đáp ứng nhu cầu khách đoàn. Đồng thời, chương 2 cũng chỉ ra những hạn chế còn tồn tại liên quan đến thiết kế sản phẩm, năng lực tổ chức, cơ sở vật chất chuyên dụng và định hướng khai thác thị trường.

Những kết quả này không chỉ phản ánh rõ thực trạng hoạt động teambuilding tại Thung Nham mà còn là cơ sở quan trọng để xác định định hướng xây dựng một số chương trình du lịch teambuilding mới phù hợp dựa trên những điều kiện thực tế của khu du lịch, đồng thời khắc phục những hạn chế đã được nhận diện.

Chương 3

XÂY DỰNG MỘT SỐ CHƯƠNG TRÌNH TEAMBUILDING TẠI KHU DU LỊCH SINH THÁI THUNG NHAM, NINH BÌNH

3.1. Định hướng xây dựng chương trình teambuilding phù hợp với đặc điểm Thung Nham

3.1.1. Căn cứ xây dựng chương trình

Để xây dựng một chương trình du lịch teambuilding hiệu quả và phù hợp, nhà tổ chức cần dựa trên nhiều căn cứ, bao gồm các yếu tố từ phía khách hàng, điểm đến và bối cảnh triển khai.

- *Căn cứ vào mục tiêu và nhu cầu của tổ chức khách hàng:* Mỗi chương trình đều hướng đến những mục tiêu cụ thể như tăng cường sự đoàn kết, nâng cao kỹ năng giao tiếp, giải tỏa áp lực công việc hoặc xây dựng văn hóa doanh nghiệp. Việc xác định rõ mục tiêu sẽ giúp định hướng nội dung trò chơi, kịch bản và cách thức tổ chức phù hợp.

- *Căn cứ vào đặc điểm và cấu trúc nhóm tham gia:* Đây là yếu tố quan trọng hàng đầu, bao gồm độ tuổi, nghề nghiệp, số lượng người, thể lực và mục đích tham gia chương trình. Đối với học sinh - sinh viên, chương trình cần mang tính năng động, vui nhộn và có yếu tố trải nghiệm, học tập; trong khi đó, đối với khách doanh nghiệp, nội dung cần chú trọng đến kỹ năng làm việc nhóm, tư duy chiến lược và gắn kết nội bộ.

- *Căn cứ vào tài nguyên và đặc điểm điểm đến:* Địa điểm tổ chức tại Thung Nham với hệ sinh thái đặc trưng (núi đá vôi, hang động, hồ nước, vườn chim) ảnh hưởng trực tiếp đến nội dung trò chơi, định hướng khai thác tài nguyên sinh thái theo hướng bền vững.

- *Căn cứ vào ngân sách:* Ngân sách của khách hàng quyết định quy mô tổ chức, mức độ đầu tư về đạo cụ, nhân sự, âm thanh ánh sáng và các dịch vụ đi kèm. Do đó, chương trình cần được thiết kế sao cho phù hợp với chi phí nhưng vẫn đảm bảo chất lượng và hiệu quả.

- *Căn cứ vào các quy định pháp lý và tiêu chuẩn an toàn:* Chương trình du lịch teambuilding phải tuân thủ các quy định của pháp luật về du lịch, an toàn lao động và bảo vệ môi trường. Chương trình phải được xây dựng trên nguyên tắc đảm bảo an toàn tuyệt đối cho người tham gia. Cần xem xét các yếu tố an toàn về địa hình, thời tiết, sức khỏe người tham gia, lựa chọn trò chơi phù hợp thể lực, có phương án dự phòng, chuẩn bị y tế và bảo hiểm khi cần thiết.

Bên cạnh đó, việc xây dựng chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham cần đảm bảo tính phù hợp, khả thi và hiệu quả của từng chương trình. Cụ thể:

- *Căn cứ vào thời gian và thời điểm tổ chức chương trình:* Thời lượng chương trình và thời điểm tổ chức sẽ ảnh hưởng đến việc lựa chọn nội dung hoạt động, số lượng trò chơi và cách phân bổ thời gian.

- *Căn cứ vào nguồn lực tổ chức:* Bao gồm đội ngũ nhân sự, trang thiết bị, đạo cụ và kinh nghiệm tổ chức đây là yếu tố đảm bảo chương trình diễn ra suôn sẻ, an toàn và chuyên nghiệp.

- *Căn cứ vào tính sáng tạo và trải nghiệm:* Chương trình cần có sự sáng tạo trong kịch bản theo chủ đề, câu chuyện, thử thách liên hoàn gắn với đặc trưng văn hóa - lịch sử địa phương để tạo dấu ấn riêng và mang lại trải nghiệm đáng nhớ.

3.1.2. Mục tiêu và yêu cầu của chương trình

3.1.2.1. Mục tiêu của chương trình teambuilding

- Tăng cường tinh thần đoàn kết nội bộ: Giúp các thành viên trong tập thể có cơ hội giao lưu, hiểu nhau hơn, từ đó xây dựng mối quan hệ gắn bó và hỗ trợ lẫn nhau trong công việc.

- Phát triển kỹ năng làm việc nhóm: Thông qua các trò chơi và thử thách, người tham gia rèn luyện kỹ năng phối hợp, phân công nhiệm vụ, giao tiếp và giải quyết vấn đề chung.

- Nâng cao tinh thần trách nhiệm và vai trò cá nhân: Mỗi cá nhân nhận thức rõ hơn vai trò của mình trong tập thể, từ đó chủ động đóng góp vào thành công chung.

- Tạo động lực và tái tạo năng lượng làm việc: Chương trình giúp giảm căng thẳng, mang lại tinh thần thoải mái, từ đó nâng cao hiệu quả công việc sau chuyến đi.

- Xây dựng văn hóa doanh nghiệp: Thông qua các hoạt động mang tính tập thể, chương trình góp phần lan tỏa giá trị cốt lõi và tinh thần chung của tổ chức.

3.1.2.2. Yêu cầu của chương trình teambuilding

- Phù hợp với đối tượng tham gia: Nội dung và mức độ thử thách của trò chơi cần phù hợp với độ tuổi, sức khỏe và đặc điểm của đoàn khách.

- Đảm bảo tính an toàn: Các hoạt động phải được thiết kế và kiểm soát chặt chẽ, hạn chế tối đa rủi ro về sức khỏe và tai nạn.

- Tính sáng tạo và hấp dẫn: Kịch bản chương trình cần mới mẻ, lôi cuốn, có yếu tố bất ngờ để tạo hứng thú cho người chơi.
- Tính liên kết và xuyên suốt: Các trò chơi nên được xây dựng theo một chủ đề hoặc câu chuyện chung, tạo sự logic và tăng trải nghiệm cho người tham gia.
- Khuyến khích sự tham gia của tất cả thành viên: Thiết kế trò chơi đảm bảo mọi người đều có cơ hội tham gia, tránh tình trạng bị bỏ rơi hoặc không hòa nhập.
- Đảm bảo thời gian và tổ chức hợp lý: Phân bổ thời gian khoa học, điều phối linh hoạt để chương trình diễn ra suôn sẻ, đúng tiến độ.

3.2. Đề xuất một số chương trình teambuilding cụ thể

3.2.1. Chương trình teambuilding dành cho doanh nghiệp

Dựa trên đặc điểm tài nguyên và không gian của khu du lịch sinh thái Thung Nham, cùng với nhu cầu thực tế của nhóm khách doanh nghiệp, đề tài đề xuất hai chương trình teambuilding chuyên biệt phù hợp với đối tượng này. Mỗi chương trình được xây dựng với chủ đề xuyên suốt riêng, kết hợp hài hòa giữa hoạt động thể lực và trí tuệ, gắn kết với giá trị văn hóa - lịch sử và đặc trưng sinh thái địa phương.

3.2.1.1. Chương trình “Lộc trời ngàn năm - Khởi nguồn thịnh vượng”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Lộc trời ngàn năm - Khởi nguồn thịnh vượng

Số lượng người tham gia: Từ 150 - 500 khách

Đối tượng tham gia: Khách hàng Công ty /doanh nghiệp /tổ chức

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện đảo Cosmo

Chủ đề: “Hành trình bút phá - Đồng tâm kiến tạo tương lai”

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Tăng cường sự đoàn kết và gắn kết nội bộ giữa các thành viên trong tổ chức.
- + Rèn luyện và phát triển kỹ năng phối hợp nhóm, tư duy chiến lược và khả năng thích ứng linh hoạt.
- + Truyền cảm hứng về giá trị phát triển bền vững, tầm nhìn dài hạn gắn với bản sắc văn hóa địa phương.
- + Xây dựng tinh thần đồng lòng, khơi dậy ý chí tập thể để cùng hướng tới thành công chung.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Khu du lịch sinh thái Thung Nham - Ninh Bình là nơi lưu giữ cây Duối ngàn năm tuổi gắn liền với huyền thoại của vua Đinh Tiên Hoàng. Tương truyền, trong một lần dừng chân tại vùng đất này, nhà vua đã nhận được một “hạt giống từ trời” do chim mang đến như một điềm lành. Hạt giống ấy được gieo xuống và qua gần 1.000 năm đã trở thành cây Duối vững chãi, trường tồn là biểu tượng của sự bền vững, phát triển và thịnh vượng.

Lấy hình ảnh cây Duối ngàn năm làm chủ đề xuyên suốt, chương trình teambuilding này được thiết kế theo hành trình phát triển của một hạt giống: từ gieo mầm, vươn rễ, bứt phá đến sinh tài phát lộc. Mỗi hoạt động trong chương trình tương ứng với một giai đoạn trưởng thành, qua đó giúp người tham gia trải nghiệm và thấm nhuần giá trị: một doanh nghiệp muốn phát triển bền vững cần có nền tảng vững chắc, chiến lược đúng đắn và sự đồng lòng của toàn thể tập thể.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại sân Đảo Cosmo

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Lộc trời ngàn năm - Khởi nguồn thịnh vượng” với các game:

Game 1: Thức tỉnh hạt giống

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò. Quản trò vừa hô khẩu lệnh vừa thực hiện động tác, nhưng người chơi phải làm ngược lại với những gì quản trò hô, không phải những gì quản trò làm. Người phản xạ sai hoặc chậm sẽ bị loại khỏi vòng chơi. Tốc độ hiệu lệnh tăng dần theo thời gian nhằm tăng độ khó và tạo không khí sôi nổi. Hoạt động kết thúc sau 10 phút

Ý nghĩa:

Như hạt giống bừng tỉnh sau mùa đông, hoạt động này giúp toàn đoàn “thức dậy” để sẵn sàng bước vào hành trình bứt phá. Trong doanh nghiệp, đây là giai đoạn mỗi cá nhân phá bỏ sự rụt rè, chủ động hòa nhập và chuẩn bị tinh thần làm việc nhóm.

Game 2: Hội tụ mầm xanh

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia bốc thăm thẻ màu ngẫu nhiên để chia thành 4 đội bằng nhau. Mỗi đội có 10 phút để thảo luận và quyết định: tên đội, khẩu hiệu và biểu tượng tay riêng. Mỗi đội cử một đội trưởng làm đại diện giao tiếp với ban tổ chức

trong suốt chương trình. Các đội lần lượt ra mắt bằng cách hô tên, hô slogan và thực hiện biểu tượng tay trước toàn đoàn.

Ý nghĩa:

Mỗi đội là một “mầm xanh” với bản sắc riêng. Hoạt động giúp các thành viên nhanh chóng tạo dựng bản sắc đội, gắn kết và đồng lòng từ những phút đầu tiên.

Game 3: Bảo vệ lộc trời

Cách thực hiện:

Đội xuất phát từ đường khởi đầu, mục tiêu là tiến về phía trước, lấy linh vật và đưa về qua đường xuất phát. Người canh gác định kỳ hô “1, 2, 3 - Đứng yên!” rồi quay lại quan sát: ai bị bắt gặp đang di chuyển sẽ bị loại. Sau khi lấy được linh vật, người canh gác cố gắng đoán ai đang giữ linh vật mỗi khi hô đứng yên. Đội chỉ thua nếu bị đoán đúng. Mỗi khi người canh gác quay lưng, linh vật có thể đổi chủ. Chỉ một người giữ linh vật tại một thời điểm. Đội thắng khi đưa được linh vật qua đường xuất phát mà không bị đoán trúng.

Ý nghĩa:

Như “Lộc Trời” cần được gìn giữ qua bao thế hệ, hoạt động này đòi hỏi sự phối hợp ăn ý, lòng tin và chiến thuật linh hoạt của toàn đội. Ấn dụ về việc bảo vệ giá trị cốt lõi của doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh đầy thử thách.

Game 4: Giữ thế cân bằng

Cách thực hiện:

Mỗi thành viên trong đội đeo một bộ dụng cụ căng dây cân bằng. Cả đội đứng thành vòng tròn, cùng nâng đỡ một chiếc mâm/khay đặt bóng nhựa bên trên. Khi nghe hiệu lệnh, đội chơi di chuyển từ điểm xuất phát đến đích, giữ sao cho bóng không bị rơi khỏi mâm trong suốt quá trình di chuyển. Người chơi không được dùng tay để giữ bóng trong khi di chuyển. Nếu bóng rơi, đội phải quay về điểm xuất phát và thực hiện lại từ đầu. Đội giành chiến thắng là đội mang được nhiều bóng về đích nhất trong thời gian quy định.

Ý nghĩa:

Như một doanh nghiệp phải giữ cân bằng giữa tăng trưởng và ổn định, hoạt động này thể hiện sự phối hợp nhịp nhàng, kiên trì và tinh thần không bỏ cuộc của tập thể.

Game 5: Kết nối thịnh vượng

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia ngồi thành một vòng tròn lớn. Quản trò đưa ra một từ đầu tiên, sau đó lần lượt từng người theo vòng tròn phải tìm một từ tiếp theo bắt đầu bằng âm tiết cuối của từ người trước vừa nói. Người nào không tìm được từ trong vòng 5 giây sẽ bị loại. Hoạt động tiếp tục cho đến khi chỉ còn 1 người trụ lại.

Ý nghĩa:

Mỗi người là một mắt xích không thể thiếu, chỉ khi tất cả kết nối liền mạch, “chuỗi thịnh vượng” của tổ chức mới trường tồn và vững mạnh theo thời gian.

11h00 – 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Lộc trời ngàn năm - Khởi nguồn thịnh vượng” được xây dựng dựa trên sự khai thác có chọn lọc giá trị văn hóa - lịch sử đặc trưng của khu du lịch sinh thái Thung Nham. Thông qua hệ thống các hoạt động được thiết kế từ thể lực đến trí tuệ, từ khởi động đến tổng kết, chương trình không chỉ mang lại không khí sôi động, vui tươi mà còn giúp người tham gia rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, củng cố tinh thần tập thể và gắn kết đội ngũ một cách thiết thực và bền vững.

Chủ đề xuyên suốt về hành trình từ “hạt giống” đến “Cây Duối ngàn năm” mang tính biểu tượng sâu sắc, phù hợp với mục tiêu truyền cảm hứng về phát triển bền vững cho doanh nghiệp, một trong những giá trị cốt lõi mà hoạt động teambuilding trong bối cảnh du lịch sinh thái hướng đến.

3.2.1.2. Chương trình “Hành trình hạt mầm - Phát triển và gắn kết”

I. Thông tin chương trình

Tên chương trình: Hành trình hạt mầm - Phát triển và gắn kết

Số lượng người tham gia: Dưới 60 khách

Đối tượng: Khách hàng Công ty /doanh nghiệp /tổ chức

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện đảo Hoa

Chủ đề: Hành trình hạt mầm - Phát triển và gắn kết

Thời lượng: 1 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Tăng cường đoàn kết và gắn kết nội bộ.
- + Rèn luyện kỹ năng phối hợp và làm việc nhóm.
- + Nâng cao tinh thần kiên trì.
- + Hướng tới tạo giá trị chung và thành công tập thể.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Trong không gian sinh thái xanh mát của khu du lịch Thung Nham, hình ảnh những luống rau sạch không chỉ phản ánh hoạt động sản xuất nông nghiệp đơn thuần mà còn gợi mở một hành trình phát triển mang nhiều ý nghĩa biểu tượng. Từ một hạt giống nhỏ bé, cây rau phải trải qua nhiều giai đoạn như nảy mầm, sinh trưởng, được chăm sóc và cuối cùng là thu hoạch. Quá trình này đòi hỏi sự kiên trì, điều kiện môi trường phù hợp và sự chăm sóc liên tục.

Cũng giống như doanh nghiệp, mỗi cá nhân trong tập thể có thể được xem như một “hạt mầm”, cần được đặt trong môi trường phù hợp, có định hướng rõ ràng và sự hỗ trợ từ đồng đội để có thể phát triển và đóng góp vào thành quả chung. Lấy hình ảnh những luống rau làm chủ đề xuyên suốt, chương trình được thiết kế theo hành trình: khởi đầu, phát triển, thích nghi và đạt được kết quả.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại sân Đảo Hoa

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Hành trình hạt mầm - Phát triển và gắn kết” với các game:

Game 1: Đánh thức hạt mầm

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò. Quản trò phát nhạc và hô các hành động bất ngờ, người chơi phải làm theo những gì quản trò hô. Người phản xạ sai hoặc chậm sẽ bị loại khỏi vòng chơi.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho sự khởi đầu khi hạt mầm được đánh thức để phát triển, cũng như mỗi cá nhân trong doanh nghiệp cần phá bỏ sự e dè, tạo năng lượng tích cực và sẵn sàng hòa nhập vào tập thể.

Game 2: Hình thành luống rau

Cách thực hiện:

Quản trò cho tập thể đứng thành vòng tròn nắm tay nhau. Quản trò hô “Đoàn kết”, Tập thể hô “Thì sống”; Quản trò hô “Chia rẽ”, Tập thể hô “Thì chết, kết mấy? Kết mấy?”; Quản trò hô “Kết 2”, “Kết 3”, Tập thể phải kết lại với nhau theo yêu cầu. Người bị lẻ hoặc không tập hợp được theo số lượng quản trò hô sẽ bị phạt.

Ý nghĩa:

Thể hiện quá trình các hạt mầm được gieo cùng nhau, tương ứng với việc hình thành đội nhóm trong doanh nghiệp, nơi mỗi cá nhân học cách kết nối, thích nghi và phối hợp với tập thể.

Game 3: Nuôi dưỡng và phát triển

Cách thực hiện:

Quản trò đặt 03 quả bóng bay lên chính giữa tấm vải của mỗi đội. Khi có hiệu lệnh: Cả đội cùng nâng và giữ tấm vải căng, di chuyển từ từ, đồng bộ để đưa bóng bay từ vạch xuất phát đến vạch đích. Các thành viên chỉ được dùng tấm vải để giữ bóng, không được dùng tay, chân hay bất kỳ bộ phận nào chạm vào bóng. Nếu bóng rơi, đội phải quay về điểm xuất phát và thực hiện lại từ đầu.

Ý nghĩa:

Mô phỏng quá trình chăm sóc hạt mầm, đòi hỏi sự phối hợp nhịp nhàng; giống như trong doanh nghiệp, hiệu quả công việc phụ thuộc vào tinh thần teamwork và trách nhiệm của từng thành viên.

Game 4: Tăng trưởng và thấu hiểu

Cách thực hiện:

Các đội nhận bộ từ khóa do ban tổ chức chuẩn bị. Mỗi đội cử một thành viên nhận từ khóa và diễn tả bằng hành động, không được nói, làm sao để các đồng đội đoán đúng. Mỗi từ khóa chỉ được diễn tả tối đa 1 phút. Đội nào đoán được nhiều từ hơn trong khoảng thời gian quy định thì chiến thắng.

Ý nghĩa:

Thể hiện giai đoạn trưởng thành của cây, khi cần sự thấu hiểu và thích nghi; tương tự trong doanh nghiệp, các thành viên cần giao tiếp hiệu quả và phối hợp ăn ý để làm việc tốt hơn.

Game 5: Thu hoạch thành quả

Cách thực hiện:

Chuẩn bị máy ảnh, các tấm chữ cái rời rạc để mỗi đội xếp lại thành một từ hoặc khẩu hiệu có ý nghĩa. Chia người chơi thành các đội nhỏ. Mỗi đội xếp chữ cái thành một từ hoặc khẩu hiệu có ý nghĩa. Khi xếp xong, các thành viên cùng nhau tạo dáng sáng tạo xung quanh chữ cái đã xếp. Chụp ảnh khoảnh khắc sáng tạo của đội mình, đội có bức ảnh đẹp và sáng tạo nhất giành điểm bonus.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho kết quả sau hành trình phát triển, cũng như doanh nghiệp đạt được thành công nhờ sự đồng lòng, tạo động lực và gắn kết bền vững hơn.

11h00 - 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Hành trình hạt mầm - Phát triển và gắn kết” được xây dựng dựa trên hình ảnh ẩn dụ gieo ươm nhưng giàu ý nghĩa về quá trình phát triển của một hạt mầm. Thông qua chuỗi hoạt động từ khởi động, vận động đến tư duy và tổng kết, chương trình không chỉ mang lại không khí vui tươi, sôi động mà còn giúp người tham gia hiểu rõ vai trò cá nhân trong tập thể, nâng cao tinh thần hợp tác, củng cố sự gắn kết nội bộ đây là nền tảng quan trọng để doanh nghiệp phát triển bền vững và đạt được những thành công lâu dài trong tương lai.

3.2.1.3. Chương trình “Hành trình đánh thức linh khí Việt Thắng Đại Vương”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Hành trình đánh thức linh khí Việt Thắng Đại Vương

Số lượng người tham gia: Từ 500 – 1000 khách

Đối tượng tham gia: Khách hàng công ty/ doanh nghiệp/tổ chức

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện Amazing

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 – 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Tăng cường tinh thần đoàn kết và gắn kết nội bộ.
- + Rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, phối hợp và lãnh đạo.
- + Truyền cảm hứng về ý chí, kỷ luật trong công việc.
- + Gắn kết tập thể với giá trị văn hóa - lịch sử, tạo động lực phát triển bền vững.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Giữa núi rừng linh thiêng của vùng đất Thung Nham, có một ngôi miếu cổ vẫn ngày đêm nghi ngút hương khói, nơi thờ vị anh hùng được nhân dân tôn kính là Việt Thắng Đại Vương. Tương truyền rằng, sau khi phò tá vua Đinh Tiên Hoàng dẹp loạn, thống nhất giang sơn, Ngài không chọn vinh hoa phú quý mà ở lại nơi đây, trấn giữ vùng đất phía Tây kinh thành, bảo vệ sự bình yên cho muôn dân. Trải qua hàng trăm năm, linh khí của vị tướng vẫn còn hiện hữu trong từng tán cây, ngọn núi, và trong chính ngôi miếu cổ này. Nhưng theo thời gian, khi con người dần quên đi tinh thần đoàn kết và ý chí kiên cường nguồn linh khí ấy đang dần suy yếu.

Ngày hôm nay, các bạn đã được lựa chọn trở thành những người tiếp nối tinh thần của Việt Thắng Đại Vương. Trong hành trình này, các bạn sẽ phải hợp lực như những tướng sĩ năm xưa, vận dụng trí tuệ để vượt qua thử thách và tin

tướng lẫn nhau để chiến thắng. Chỉ khi tất cả cùng đồng lòng linh khí Việt Thắng mới được đánh thức.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại sân Amazing

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Hành trình đánh thức linh khí Việt Thắng” với các game:

Game 1: Khởi động linh lực

Cách thực hiện:

Các thành viên sẽ cùng xếp thành một hàng dọc. Thành viên đứng đằng sau thực hiện các động tác “đấm, xoa, bóp” cho các thành viên đứng đằng trước theo lệnh của quản trò. Sau đó đổi ngược chiều với nhau và thực hiện nhiệm vụ tương tự theo hiệu lệnh của quản trò.

Ý nghĩa:

Khởi dậy “linh khí” ban đầu như tinh thần của các tướng sĩ xưa, giúp nhân viên thư giãn, phá băng và tạo sự kết nối gần gũi, cũng giống như trong doanh nghiệp cần bắt đầu bằng sự hỗ trợ, quan tâm lẫn nhau để tạo nền tảng teamwork hiệu quả.

Game 2: Hội tụ binh đoàn

Cách thực hiện:

Người chơi đứng thành vòng tròn sát nhau và làm theo yêu cầu của quản trò. Quản trò cho người chơi đếm số theo thứ tự 1,2,3 hoặc 1,2,3,4 nếu muốn chia thành 3 hoặc 4 đội. Sau đó yêu cầu tất cả những người có số 1 về cùng 1 đội, số 2 về cùng 1 đội. Sau khi chia thành 4 đội, đội bốc thăm tên: Anh hùng, Làng nghề, Triều đại, Di tích

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho việc tập hợp lực lượng, mỗi cá nhân tìm đúng “đội hình” của mình; trong thực tế doanh nghiệp thể hiện việc phân chia phòng ban, vai trò rõ ràng để phối hợp hiệu quả và tạo sức mạnh tập thể.

Game 3: Thử thách chiến binh

Cách thực hiện:

Cuộc thi tiếp sức thách thức các đội phải vượt qua các thử thách khó khăn và những câu hỏi về lịch sử. Mỗi thành viên trong nhóm tham gia 1 chặng, họ phải vượt qua thử thách và trả lời đúng câu hỏi của mình trước khi chuyển sang

thành viên tiếp theo. Trò chơi cần kết hợp tốc độ, chiến lược và sự nhanh nhẹn của người chơi.

Ý nghĩa:

Mô phỏng hành trình chiến đấu gian nan của tướng sĩ xưa, đòi hỏi bền bỉ, chiến lược và phối hợp; đồng thời phản ánh thực tế công việc khi nhân viên phải vượt KPI, áp lực, xử lý vấn đề và hỗ trợ nhau để hoàn thành mục tiêu chung.

Game 4: Giải mã linh ấn

Cách thực hiện:

Có 3 lượt chơi, 4 đội chơi cùng 1 lúc mỗi lượt, mỗi đội từ 3 đến 5 người. Quản trò dán các hình ảnh liên quan đến lịch sử lên bảng xoay rồi xoay ngược bảng về phía người chơi. Sau đó bắt nhịp để mọi người cùng nhún nhảy và hát. Quản trò bắt ngừng xoay bảng lại, các thành viên cần phải nhanh chóng ghi nhớ được các hình ảnh có trên bảng trong khoảng 15 giây, rồi quản trò lại xoay bảng đi. Đội nào có thể ghi được tên của nhiều hình ảnh trên bảng nhất và chính xác nhất sẽ giành chiến thắng.

Ý nghĩa:

Tái hiện việc vận dụng trí tuệ để giải mã “linh khí” lịch sử, đồng thời trong doanh nghiệp giúp rèn luyện khả năng ghi nhớ, tư duy nhanh, chia sẻ thông tin và phối hợp nhóm, đây yếu tố quan trọng trong xử lý công việc.

Game 5: Hợp nhất linh khí

Cách thực hiện:

Sau khi trải qua các thử thách mỗi đội đều nhận được những mảnh ghép. Tất cả các thành viên ở 4 đội cùng nhau kết nối các mảnh ghép để thành bức tranh hoàn chỉnh. Và từng thành viên sẽ nói lên cảm nhận của mình về trải nghiệm hoạt động teambuilding vừa rồi.

Ý nghĩa:

Là giai đoạn “hội tụ sức mạnh” khi tất cả cùng ghép lại thành quả chung, tượng trưng cho sự đồng lòng; trong doanh nghiệp thể hiện tinh thần hợp lực giữa các phòng ban để tạo nên thành công lớn và giá trị bền vững.

11h00 - 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình “Hành trình đánh thức linh khí Việt Thắng” không chỉ mang đến không khí sôi động mà còn giúp người tham gia trải nghiệm hành trình gắn kết từ cá nhân đến tập thể. Thông qua các thử thách thể lực và trí tuệ, chương trình

góp phần: nâng cao tinh thần đồng đội, tăng khả năng phối hợp, truyền cảm hứng phát triển bền vững.

Chủ đề xuyên suốt về “Hành trình đánh thức linh khí Việt Thắng” mang tính biểu tượng sâu sắc, phù hợp với mục tiêu truyền cảm hứng về phát triển bền vững cho doanh nghiệp. Đây là hoạt động ý nghĩa giúp doanh nghiệp xây dựng đội ngũ đoàn kết, kỷ luật, mạnh mẽ, sẵn sàng chinh phục mọi thử thách.

3.2.1.4. Chương trình “Hành trình cánh chim trở về tổ”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Hành trình cánh chim về tổ

Số lượng người tham gia: Từ 50 - 200 khách

Đối tượng tham gia: Khách hàng Công ty /doanh nghiệp /tổ chức

Địa điểm tổ chức: Hồ Tiên

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Tăng cường tinh thần đoàn kết và gắn kết tập thể.
- + Rèn luyện kỹ năng phối hợp và làm việc nhóm.
- + Phát triển sự tự tin, linh hoạt và thích nghi.
- + Nâng cao nhận thức về vai trò cá nhân trong tập thể.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Khi đến với Thung Nham, có một hình ảnh rất đặc biệt đó là mỗi buổi chiều, hàng ngàn cánh chim cùng bay về tổ, tạo nên một khung cảnh rất đẹp và ấn tượng. Điều thú vị là, dù ban ngày mỗi con chim bay đi một hướng khác nhau để kiếm ăn nhưng đến cuối ngày, tất cả đều quay về cùng một nơi.

Lấy cảm hứng từ hình ảnh những đàn chim tại Thung Nham, chương trình xây dựng hành trình trải nghiệm cho sinh viên. Mỗi người là một “cánh chim”, cùng nhau rời tổ để khám phá, vượt qua thử thách và cuối cùng quay về với sự gắn kết và thành quả chung. Hành trình không chỉ là trò chơi mà còn là bài học về sự tin tưởng, đồng hành và trách nhiệm trong tập thể. Các giai đoạn: cất cánh, đồng hành, vượt thử thách, giữ nhịp, trở về.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại Hồ Tiên

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Hành trình cánh chim về tổ” với các game:

Game 1: Cắt cánh khởi hành

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò. Quản trò quy ước: “Trái”: nhảy sang trái, “Phải”: nhảy sang phải, “Giữa”: nhảy về vị trí ban đầu. Quản trò phát nhạc và hô các động tác bất ngờ người chơi phải làm theo những gì quản trò hô. Người phản xạ sai hoặc chậm sẽ bị loại khỏi vòng chơi. Tốc độ hiệu lệnh tăng dần theo thời gian nhằm tăng độ khó và tạo không khí sôi nổi. Hoạt động kết thúc sau 10 phút.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho khoảnh khắc rời tổ bắt đầu hành trình. Trò chơi giúp sinh viên rèn phản xạ, sự tập trung và tạo năng lượng tích cực, sẵn sàng hòa nhập và bắt nhịp cùng tập thể.

Game 2: Bay theo đàn

Cách thực hiện:

Tất cả các thành viên sẽ đứng thành vòng tròn và đặt tay lên eo của thành viên kế bên. Quản trò sẽ đưa ra hiệu lệnh “gió thổi, gió thổi”. Các thành viên sẽ đáp lại bằng cách nói “rì rào, rì rào”. Quản trò sẽ yêu cầu như rẽ phải, rẽ trái, thẳng tiến,... các thành viên tham gia cần thực hiện theo hiệu lệnh. Độ khó sẽ được tăng dần theo hiệu lệnh của quản trò

Ý nghĩa:

Thể hiện sự di chuyển đồng bộ của đàn chim. Trò chơi giúp sinh viên rèn khả năng lắng nghe, phối hợp và tuân thủ tập thể, hiểu rằng đoàn kết là yếu tố giúp tập thể di chuyển cùng hướng.

Game 3: Vượt hành trình

Cách thực hiện:

Mỗi đội xếp thành hàng dọc như một đoàn tàu. Thuyền trưởng là người đứng đầu. Ngoại trừ đội trưởng, các thành viên khác đều bị bịt mắt, người sau đặt tay trên vai người trước và đi theo sự dẫn đường của thuyền trưởng. Trên quãng đường về đích, tận dụng địa hình hoặc đặt một số chướng ngại vật để thử thách các đội chơi. Các “tàu” di chuyển và thuyền trưởng chỉ có quyền hô lệnh: quẹo trái, phải, lên, xuống, ... Tàu nào về đích trước là đội thắng cuộc. Tàu nào chạm vào chướng ngại vật thì sẽ phải quay lại thực hiện từ đầu hoặc bị phạt thời gian tùy theo địa hình và độ khó của trò chơi.

Ý nghĩa:

Mô phỏng hành trình kiếm ăn đầy thử thách của đàn chim. Trò chơi giúp sinh viên rèn kỹ năng tin tưởng, dẫn dắt và phối hợp trong điều kiện khó khăn, qua đó hiểu vai trò của người dẫn đầu và sự hỗ trợ của tập thể.

Game 4: Giữ nhịp đàn chim

Cách thực hiện:

Chia đều số lượng người thành các đội khác nhau. Sau đó, ban tổ chức sẽ cung cấp cho các đội chơi một bánh xe với nhiều sợi dây gắn xung quanh. Mỗi thành viên trong đội sẽ cầm một đầu dây. Khi nhận được hiệu lệnh bắt đầu trò chơi, các đội nhanh chóng xuất phát, di chuyển bánh xe từ vạch xuất phát đến đích rồi và từ đích quay lại điểm xuất phát. Trong quá trình di chuyển, đội chơi phải giữ cho bánh xe luôn tiếp đất nhưng không được làm đổ bánh xe. Các thành viên trong đội có thể đổi chỗ cho nhau để bánh xe di chuyển liên tục

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho việc giữ đội hình và nhịp bay ổn định. Trò chơi giúp sinh viên rèn sự phối hợp nhịp nhàng, trách nhiệm cá nhân và tinh thần hỗ trợ lẫn nhau để duy trì sự cân bằng chung.

Game 5: Trở về tổ ấm

Cách thực hiện:

Mọi người cùng ngồi vòng tròn xé túi mù ngẫu nhiên. Trong mỗi túi mù sẽ có tên 1 thành viên trong lớp, người xé túi mù sẽ nói lên những cảm nhận của mình về thành viên đó.

Ý nghĩa:

Là điểm kết thúc hành trình khi các “cánh chim” quay về tổ. Hoạt động giúp sinh viên chia sẻ, thấu hiểu và gắn kết sâu sắc hơn, từ đó xây dựng tinh thần tập thể bền vững.

11h00 - 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Hành trình cánh chim trở về tổ” mang đến trải nghiệm gần gũi với thiên nhiên, kết hợp giữa vận động và bài học về tinh thần tập thể.

Thông qua hành trình này, sinh viên không chỉ được vui chơi mà còn hiểu rõ hơn về giá trị của sự đoàn kết, vai trò cá nhân và sức mạnh của tập thể. Giống như những cánh chim, dù mỗi người có hành trình riêng, nhưng khi cùng hướng về một mục tiêu, tất cả sẽ tạo nên một tập thể vững mạnh.

3.2.2. Chương trình teambuilding dành cho học sinh - sinh viên

Học sinh và sinh viên là một trong những nhóm khách tiềm năng của khu du lịch Thung Nham, đặc biệt trong các dịp dã ngoại, tham quan học tập và tổ chức hoạt động ngoại khóa. Khác với đối tượng doanh nghiệp, nhóm này ưa thích sự năng động, vui nhộn, kết hợp trải nghiệm thực tế gắn với thiên nhiên và văn hóa địa phương. Các chương trình teambuilding dưới đây được thiết kế đặc biệt cho nhóm đối tượng này, với nội dung phong phú, mang tính giáo dục và trải nghiệm cao.

3.2.2.1. Chương trình “Hành trình vượt Hang Bụt”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Hành trình vượt hang Bụt

Số lượng người tham gia: dưới 50 khách

Đối tượng tham gia: học sinh

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện A50

Chủ đề: Khám phá hang Bụt - Vượt qua nỗi sợ

Thời lượng: 1 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Rèn luyện sự tự tin, dũng cảm và tinh thần vượt khó.
- + Phát triển kỹ năng làm việc nhóm và phối hợp.
- + Tăng khả năng tư duy, quan sát và giải quyết vấn đề.
- + Tạo trải nghiệm học mà chơi, khám phá thiên nhiên và câu chuyện dân gian.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Hang Bụt, một trong những điểm tham quan đặc sắc nhất tại Thung Nham, là hang động xuyên thủy dài 500m, du khách tham quan bằng thuyền qua lòng hang huyền bí. Huyền thoại kể rằng, trong lòng hang tối tăm ấy có vị thần Bụt đã từng che chở cho những người dân lành vượt qua khó khăn, thử thách. Chương trình này mang các bạn học sinh - sinh viên vào cuộc hành trình khám phá "bí ẩn" của Hang Bụt, vừa trải nghiệm thiên nhiên kỳ vĩ, vừa rèn luyện tinh thần đồng đội và bản lĩnh vượt khó.

IV. Nội dung các hoạt động

08:00 - 08:30: Tập trung, ổn định tổ chức, chia đội và phát phao an toàn

08:30 - 09:00: Khởi động - Trò chơi phá băng

09:00 - 10:15: Hành trình vượt Hang Bụt kết hợp các thử thách đội nhóm

Game 1: Bắt tín hiệu bụt

Cách thực hiện:

Trước khi vào hang, các đội đứng trên bờ và nghe MC đọc một đoạn câu chuyện ngắn về truyền thuyết Hang Bụt. Sau đó mỗi đội nhận 1 tờ giấy có 5 câu hỏi về nội dung vừa nghe. Đội nào trả lời đúng nhiều nhất trong 3 phút đầu tiên sẽ được xuất phát thuyền trước. Câu hỏi xoay quanh các chi tiết của truyền thuyết, đặc điểm của hang động và ý nghĩa văn hóa địa phương.

Ý nghĩa:

Rèn luyện kỹ năng nghe, ghi nhớ, phân tích nhanh theo nhóm, đồng thời giúp học sinh - sinh viên tìm hiểu về giá trị văn hóa, lịch sử địa phương trước khi bước vào trải nghiệm thực tế.

Game 2: Vượt hang tối - Đoàn kết truyền tin

Cách thực hiện:

Trong khi di chuyển bằng thuyền qua Hang Bụt, mỗi đội nhận 3 phong bì kín đặt tại 3 điểm khác nhau trong hang. Tại mỗi điểm, thành viên đầu thuyền phải nhận phong bì, đọc nội dung (1 mảnh ghép câu hỏi/gợi ý) và truyền lại bằng lời cho thành viên cuối thuyền trong bóng tối. Thành viên cuối phải ghi nhớ và ghi lại khi ra khỏi hang. Đội nào ghép được câu hoàn chỉnh và chính xác nhất sẽ giành điểm.

Ý nghĩa:

Mô phỏng việc truyền đạt thông tin trong điều kiện khó khăn, đòi hỏi sự tập trung, tin tưởng lẫn nhau và khả năng giao tiếp hiệu quả, những kỹ năng thiết yếu trong học tập và cuộc sống nhóm.

Game 3: Bảo vật của hang

Cách thực hiện:

Ra khỏi hang, mỗi đội nhận được 1 mảnh ghép hình đặc trưng Thung Nham (chim hạc, nhũ đá, hoa sen...). Nhiệm vụ: Trong 10 phút, đội phải sáng tạo dựng lại hình ảnh đó bằng chính thân thể các thành viên. MC và giám khảo chấm điểm dựa trên độ chính xác, sự sáng tạo và tinh thần đồng đội.

Ý nghĩa:

Phát triển tư duy sáng tạo, tinh thần hợp tác và khả năng thể hiện ý tưởng theo hình thức phi ngôn ngữ, một kỹ năng quan trọng trong học tập nhóm và trình bày dự án.

Game 4: Giải mã thông điệp Bụt

Cách thực hiện:

Mỗi đội nhận 1 mã hóa ký tự đặc biệt (giải mã theo bảng chia khóa đã được phát). Nội dung mã hóa là 1 câu khẩu hiệu về bảo vệ môi trường hoặc tinh thần đoàn kết. Đội phải giải mã hoàn chỉnh trong 8 phút và hô to câu khẩu hiệu trước toàn đoàn. Đội hoàn thành sớm nhất và chính xác nhất giành điểm cao nhất.

Ý nghĩa:

Rèn luyện tư duy logic, sự kiên nhẫn và khả năng làm việc nhóm có áp lực thời gian; đồng thời truyền đạt thông điệp tích cực về bảo vệ thiên nhiên và tinh thần đồng đội.

Game 5: Chung sức ghép tranh Thung Nham

Cách thực hiện:

Sau 4 trò chơi, mỗi đội nhận được 1 mảnh ghép tranh Thung Nham. Tất cả các đội cùng nhau ghép thành bức tranh toàn cảnh hoàn chỉnh. Khi hoàn thành, đại diện mỗi đội chia sẻ 1 từ khóa ấn tượng nhất về trải nghiệm hành trình Hang Bụt. Cả đoàn chụp ảnh lưu niệm bên bức tranh chung.

Ý nghĩa:

Là giai đoạn kết nối, khi mỗi mảnh ghép riêng lẻ hợp lại thành tổng thể hoàn chỉnh, biểu tượng cho sức mạnh của tinh thần đoàn kết và đóng góp của từng cá nhân trong tập thể.

10:15 - 10:30: Tổng kết, trao giải và chụp ảnh lưu niệm

Chương trình teambuilding “Hành trình vượt Hang Bụt” mang đến trải nghiệm đặc biệt và khó quên cho học sinh - sinh viên, kết hợp hài hòa giữa khám phá thiên nhiên kỳ vĩ và hoạt động đội nhóm sôi nổi. Thông qua hành trình xuyên qua lòng hang huyền bí, các bạn trẻ không chỉ được thưởng ngoạn vẻ đẹp độc đáo của Thung Nham mà còn rèn luyện những kỹ năng quan trọng như giao tiếp hiệu quả, tư duy sáng tạo và tinh thần đoàn kết, những hành trang thiết yếu cho cuộc sống và học tập.

3.2.2.2. Chương trình “Hành trình giải cứu Thung Nham - Kết nối để tỏa sáng”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Hành trình giải cứu Thung Nham - Kết nối để tỏa sáng

Số lượng người tham gia: Dưới 60 khách

Đối tượng tham gia: Học sinh

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện đảo Hoa

Chủ đề: “Đoàn kết – Tạo nên sức mạnh”

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

+ Tạo sân chơi trải nghiệm vui tươi, an toàn, gắn với thiên nhiên Thung Nham.

- + Giúp học sinh rèn luyện tinh thần đoàn kết - hợp tác - kỷ luật.
- + Phát triển kỹ năng làm việc nhóm, giao tiếp và xử lý thử thách.
- + Nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, yêu thiên nhiên và hệ sinh thái.
- + Tăng sự gắn kết tập thể, tạo kỷ niệm đẹp trong hoạt động ngoại khóa.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Giữa quần thể núi đá, hang động và rừng nước của Thung Nham, tồn tại một truyền thuyết ít người biết. Nơi đây từng là vương quốc được cai quản bởi Hằng Hạc Vương. Nhưng trong lòng hang sâu, Xà Tinh trỗi dậy, gieo khí độc, phá vỡ cân bằng và giam cầm Hằng Hạc. Thung Nham dần tối lại, rừng im lặng, nước ngừng chảy, muôn loài hỗn loạn. Hôm nay, các bạn sinh viên, những người trẻ mang năng lượng mạnh mẽ nhất đã được chọn bước vào Thung Nham. Muốn giải cứu Hằng Hạc Vương, chúng ta phải vượt qua 5 thử thách sinh tồn. Hành trình gồm các giai đoạn: khởi động, kết nối, đối đầu, truyền tin, lan tỏa yêu thương. Chỉ có đoàn kết, bản lĩnh và tinh thần đồng đội, mới đưa được ánh sáng trở lại Thung Nham.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 – 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại sân Đảo Hoa

08:00 – 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 – 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Hành trình giải cứu Thung Nham – Kết nối để tỏa sáng” với các game:

GAME 1: Đứng – Ngồi – Nhảy

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò. Quản trò hướng dẫn 3 động tác: “Đứng”: đứng thẳng, “Ngồi”: ngồi xổm, “Nhảy”: bật nhẹ tại chỗ. Quản trò hô ngẫu nhiên các khẩu lệnh người chơi phải làm theo những gì quản trò hô.

Người phản xạ sai hoặc chậm sẽ bị loại khỏi vòng chơi. Tốc độ hiệu lệnh tăng dần theo thời gian nhằm tăng độ khó và tạo không khí sôi nổi. Hoạt động kết thúc sau 10 phút.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho bước khởi động khi các “chiến binh” thức tỉnh để bước vào hành trình giải cứu. Trò chơi giúp học sinh rèn phản xạ nhanh, tập trung và tạo năng lượng tích cực, sẵn sàng tham gia hoạt động tập thể.

Game 2: Cảm hóa kẻ phản diện

Cách thực hiện:

Chia ngẫu nhiên số người chơi thành 2 nhóm có số lượng thành viên bằng nhau, cách nhau 10m. Chuẩn bị 1 tấm vải lớn không thể nhìn xuyên qua. Hai người chân gỗ cầm 2 đầu tấm vải tạo thành 1 bức tường chia cắt giữa 2 nhóm, đảm bảo người bên kia không thể nhìn thấy người bên này. Lần lượt mỗi nhóm sẽ để 1 người ngẫu nhiên lên ngồi trước bức tường vải. MC đếm “1,2,3, thả” sau đó người chân gỗ nhanh chóng hạ tấm vải xuống đất. Người nói được tên đối phương trước sẽ thắng. Sau đó người thắng sẽ về 1 đội và người thua sẽ về 1 đội. Cứ thế tiếp tục cho đến khi hết thành viên

Ý nghĩa:

Thể hiện quá trình nhận diện và cảm hóa “thế lực xấu” trong hành trình giải cứu. Qua đó, học sinh rèn khả năng ghi nhớ, quan sát và kết nối với nhau, hiểu rằng sự đoàn kết có thể biến đổi đầu thành đồng đội.

Game 3: Triệu hồi Long đao

Cách thực hiện:

Hai đội có số lượng bằng nhau, chia thành nhiều lượt, mỗi lượt từ 5 - 6 người, đứng hàng ngang ở vạch xuất phát của đội mình. Đếm theo số thứ tự 1,2,3,4,5,... mỗi thành viên trong đội một số. Khi quản trò gọi tới số nào thì số đó của hai đội nhanh chóng chạy đến vòng và cướp Long đao mà không để người cùng số của đội bạn chạm vào mình. Khi quản trò gọi số nào về thì số đó phải về. Một lúc quản trò có thể gọi hai ba bốn số.

Ý nghĩa:

Mô phỏng trận đối đầu để giành “vũ khí” giải cứu Hằng Hạc Vương. Trò chơi giúp học sinh phát triển sự nhanh nhẹn, chiến thuật và tinh thần thi đấu công bằng, đồng thời hiểu vai trò của cá nhân trong thành công chung của đội.

Game 4: Tam sao thất bản

Đạo cụ: Giấy và bút viết

Cách thực hiện:

Chia 3 lượt chơi, mỗi lượt các nhóm cử ra 8 người để tham gia trò chơi. Người chơi xếp thành 1 hàng dọc, thành viên đứng đầu hàng sẽ nhận được từ khóa

hoặc thông điệp từ ban tổ chức. Sau đó, người đầu hàng vẽ lại nội dung bằng bức tranh để người phía sau mình hiểu được. Người phía sau nhìn tranh của người phía trước rồi vẽ lại theo ý hiểu của mình rồi lại đưa cho người phía sau mình. Hành động được lặp lại như vậy cho đến khi người cuối cùng nhận được bức tranh miêu tả đó. Nhiệm vụ của người cuối hàng là nhìn tranh và đoán được thông điệp mà ban tổ chức đưa ra. Sau thời gian tham gia trò chơi kết thúc, đội nào đoán được nhiều từ nhất sẽ chiến thắng.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho quá trình truyền tin trong hành trình giải cứu. Trò chơi giúp học sinh rèn kỹ năng giao tiếp, truyền đạt thông tin chính xác và phối hợp ăn ý, qua đó nhận ra tầm quan trọng của việc hiểu đúng và làm đúng trong tập thể.

Game 5: Món quà ý nghĩa

Cách thực hiện:

Mỗi thành viên sẽ chuẩn bị trước một món quà trước buổi teambuilding. Mọi người ngồi thành vòng tròn. Chuẩn bị 1 chiếc hộp với những lá thăm là tên từng thành viên. MC sẽ chỉ định ngẫu nhiên 1 thành viên là người đầu tiên lên bốc thăm. Người bốc thăm bốc trúng tên ai thì người bốc thăm sẽ tặng món quà mình chuẩn bị cho người đó và gửi đến người đó một lời chúc thật ý nghĩa. Và tiếp tục người vừa được tặng quà sẽ bốc thăm để tặng quà cho người tiếp theo. Cứ thế đến khi tất cả các thành viên đều nhận được quà.

Ý nghĩa:

Là giai đoạn kết thúc hành trình khi ánh sáng được lan tỏa trở lại Thung Nham. Hoạt động giúp học sinh biết chia sẻ, quan tâm và gắn kết với nhau hơn, từ đó xây dựng tình cảm tập thể tích cực và bền vững.

11h00 – 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Hành trình giải cứu Thung Nham – kết nối để tỏa sáng” được xây dựng dựa trên sự kết hợp giữa yếu tố trải nghiệm, câu chuyện giả tưởng và môi trường sinh thái đặc trưng.

Thông qua chuỗi hoạt động đa dạng, chương trình không chỉ mang lại niềm vui mà còn giúp học sinh phát triển kỹ năng, tinh thần đoàn kết và ý thức cộng đồng. Hành trình giải cứu không chỉ là trò chơi mà còn là bài học về sự hợp tác, trách nhiệm và giá trị của tập thể trong cuộc sống.

3.2.2.3. Chương trình “Hành trình đại sứ du lịch trẻ”

I. Thông tin chương trình

Tên chương trình: Hành trình đại sứ du lịch trẻ

Số lượng người tham gia: Dưới 50 khách

Đối tượng tham gia: sinh viên du lịch - những đại sứ du lịch tương lai

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện đảo A50

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Giúp sinh viên hiểu và trải nghiệm các yếu tố tạo nên một tour du lịch trọn gói.
- + Rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, giao tiếp và phối hợp thông qua trò chơi.
- + Tăng sự gắn kết tập thể, khơi dậy đam mê và định hướng nghề nghiệp du lịch.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Các bạn thân mến, hôm nay các bạn không chỉ là người tham gia teambuilding. Các bạn là những đại sứ du lịch trẻ tuổi, đang trên hành trình học hỏi, trải nghiệm và chuẩn bị cho con đường làm du lịch trong tương lai. Một tour du lịch chất lượng không chỉ là đi, ăn, ở, chụp ảnh. Đó là sự kết hợp của định hướng, khách hàng, phương tiện, sản phẩm, cảm xúc.

Trong chương trình hôm nay, mỗi trò chơi chính là một mảnh ghép quan trọng để tạo nên một tour du lịch trọn gói. Đội nào thu thập được nhiều mảnh ghép nhất sẽ trở thành Đại sứ của “Hành trình kết nối Di sản” cho khách quốc tế.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại sân A50

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Hành Trình Đại Sứ Du Lịch Trẻ” với các game:

Game 1: Xác định bản đồ du lịch Việt Nam

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò và khoác lấy tay nhau không được buông. Quản trò phát nhạc và đưa ra các yêu cầu như sang trái, sang phải, tiến, lùi, ... các thành viên phải làm theo hiệu lệnh và không được buông tay.

Người phản xạ sai hoặc chậm sẽ bị loại khỏi vòng chơi. Tốc độ hiệu lệnh tăng dần theo thời gian nhằm tăng độ khó và tạo không khí sôi nổi. Hoạt động kết thúc sau 10 phút.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho bước định hướng hành trình của một đại sứ du lịch. Trò chơi giúp sinh viên rèn phản xạ, khả năng lắng nghe và phối hợp tập thể, đồng thời hiểu rằng một tour du lịch cần có sự thống nhất và định hướng rõ ràng ngay từ ban đầu.

Game 2: Tìm kiếm khách hàng

Cách thực hiện:

Trước bắt đầu trò chơi, quản trò sẽ đưa phiếu thăm cho người chơi bốc ngẫu nhiên. Sẽ có 4 đội chơi, tương ứng với 4 tiếng kêu của 4 loài động vật. Sau khi nhận được lá thăm thì tất cả mọi người không được mở ra xem trước mà phải nhận hiệu lệnh của quản trò. Sau đó người chơi sẽ bị bịt mắt khi quản trò hô bắt đầu thì những người cầm lá thăm của con vật đó kêu lên, tiếng kêu và con vật giống nhau sẽ vào một đội.

Ý nghĩa:

Mô phỏng quá trình xác định và kết nối với khách hàng mục tiêu. Trò chơi giúp sinh viên rèn kỹ năng giao tiếp, nhận diện và làm việc nhóm trong điều kiện hạn chế, qua đó hiểu rằng việc thấu hiểu khách hàng là yếu tố quan trọng trong ngành du lịch.

Game 3: Phương tiện di chuyển

Cách thực hiện:

Các thành viên trong đội sẽ xếp thành một hàng ngang, mỗi thành viên sẽ nhận được một đoạn ống, nhiệm vụ của đội chơi là sử dụng những đoạn ống đó nối lại với nhau và truyền quả bóng liên tục từ vạch xuất phát về vạch đích thì thành công. Mỗi đội sẽ nhận được 5 quả bóng trong thời gian quy định, đội nào di chuyển bóng về sớm hơn đội đó sẽ chiến thắng.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho quá trình vận hành tour và tổ chức di chuyển. Hoạt động yêu cầu sự phối hợp liên tục giữa các thành viên, giúp sinh viên hiểu rằng một tour thành công phụ thuộc vào sự liên kết chặt chẽ và trách nhiệm của từng cá nhân.

Game 4: Tạo thành tour du lịch

Cách thực hiện:

Giống với chơi cờ caro thông thường. Đội thắng sẽ là đội có 3 quân cờ nằm trên 1 đường thẳng hoặc đường chéo. Từng cặp thi đấu 1, khi nghe hiệu lệnh của trọng tài từ vạch xuất phát, chạy lên vạch đích đặt quân cờ của đội mình và nhanh chóng nhanh chạy về đập tay tiếp sức cho cặp thi đấu 2, cặp thi đấu 2 cũng chạy thật nhanh đến vạch đích đặt quân cờ của đội mình, lần lượt như vậy với các thành viên sau.

Ý nghĩa:

Mô phỏng việc xây dựng và sắp xếp các yếu tố trong một tour du lịch hoàn chỉnh. Trò chơi giúp sinh viên rèn tư duy chiến lược, khả năng tính toán và làm việc nhóm, từ đó hiểu rõ cách tổ chức và vận hành một sản phẩm du lịch hiệu quả.

Game 5: Thật giả

Cách thực hiện:

Các thành viên sẽ ngồi với nhau thành một vòng tròn. Lần lượt từng thành viên một nói ra 3 điều về bản thân. Tuy nhiên, trong đó có 2 điều là giả và 1 điều là sự thật. Nhiệm vụ của các thành viên còn lại là phân tích và đoán xem đây là đáp án thật. Sau khi mọi người lựa chọn đáp án, người nói sẽ bật mí đáp án. Nếu mọi người đoán sai, người nói sẽ không phải thực hiện hình phạt và ngược lại

Ý nghĩa:

Thể hiện yếu tố cảm xúc và trải nghiệm cá nhân trong du lịch. Trò chơi giúp sinh viên tăng sự thấu hiểu, giao tiếp và kết nối với nhau, đồng thời nhận ra rằng cảm xúc khách hàng chính là yếu tố tạo nên giá trị khác biệt của một tour du lịch.

11h00 - 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Hành trình đại sứ du lịch trẻ” được xây dựng dựa trên việc mô phỏng các yếu tố cốt lõi trong hoạt động du lịch. Thông qua chuỗi trò chơi trải nghiệm, sinh viên không chỉ được tham gia vui chơi mà còn được tiếp cận thực tế nghề nghiệp, rèn luyện kỹ năng và hiểu rõ hơn về vai trò của mình trong ngành du lịch.

Hành trình này không chỉ giúp gắn kết tập thể mà còn góp phần định hướng tư duy, khơi dậy niềm đam mê và tinh thần trách nhiệm của những “đại sứ du lịch” trong tương lai.

3.2.2.4. Chương trình “Hành trình tỏa sáng tại đảo Cosmo”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Hành trình tỏa sáng tại đảo Cosmo

Số lượng người tham gia: Từ 150 - 500 khách

Đối tượng tham gia: Sinh viên

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện đảo Cosmo

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

+ Giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, giao tiếp và giải quyết vấn đề.

+ Tạo cơ hội trải nghiệm mô phỏng môi trường làm việc thực tế, gắn kết thức với kỹ năng.

+ Khơi dậy tinh thần chủ động, tự tin và định hướng rõ hơn cho con đường nghề nghiệp tương lai.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Khi đến với Thung Nham, chắc hẳn không phải ai cũng biết rằng nơi đây từng diễn ra một sự kiện rất đặc biệt, đó chính là đêm trình diễn trang phục dân tộc của Miss Cosmo 2024 tại Đảo Cosmo. Lấy cảm hứng từ đêm trình diễn tại Đảo Cosmo, nơi mỗi thí sinh tỏa sáng bằng bản lĩnh, sự chuẩn bị và tinh thần đồng đội, chương trình xây dựng một hành trình trải nghiệm dành cho sinh viên.

Trong hành trình này, mỗi người không chỉ là người chơi mà còn là “nhân tố trên sân khấu”, cùng nhau trải qua các thử thách để rèn luyện kỹ năng, kết nối tập thể và vượt qua áp lực. Mỗi trò chơi là một “phần trình diễn”, đòi hỏi sự phối hợp, sáng tạo và tự tin. Hành trình gồm các giai đoạn: bắt nhịp, kết nối, rèn luyện, phối hợp, tỏa sáng.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại sân Đảo Cosmo

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Hành trình tỏa sáng tại đảo Cosmo” với các game:

Game 1: Bắt nhịp sân khấu

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò. Nhiệm vụ: đếm số từ 1 - 50. Mỗi người nói 1 số bất kỳ, không theo thứ tự cố định. Nếu hai người nói cùng lúc, 2 người đó sẽ bị loại, những người còn lại sẽ đếm lại từ

đầu. Hoạt động kết thúc sau 10 phút. Lưu ý: Không ra dấu hiệu cho nhau. Không nói liên tiếp hai số.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho bước làm quen và bắt nhịp trước khi bước lên sân khấu. Trò chơi giúp sinh viên rèn sự tập trung, phản xạ và khả năng phối hợp, đồng thời hiểu rằng để tỏa sáng cần có sự đồng bộ và lắng nghe trong tập thể.

Game 2: Lập đội tỏa sáng

Cách thực hiện:

Từ trò chơi khởi động các thành viên có số từ 1-13 về 1 đội, từ 14 - 26 về một đội và những thành viên còn lại từ 27 - 50 thành viên nào có số chẵn về 1 đội, thành viên nào có số lẻ về 1 đội.

Ý nghĩa:

Thể hiện quá trình hình thành “ekip phía sau sân khấu”. Hoạt động giúp sinh viên nhanh chóng thích nghi, kết nối và xây dựng tinh thần đồng đội. Đây là yếu tố nền tảng để cùng nhau đạt kết quả tốt.

Game 3: Rèn luyện bản lĩnh

Cách thực hiện:

Các đội xếp hàng dọc sau vạch xuất phát. Người chơi đầu tiên của mỗi đội đứng vào bao bố, hai tay giữ miệng bao ngang hông. Khi MC hô: “1 - 2 - 3... xuất phát!” Người chơi nhảy bằng hai chân trong bao từ vạch xuất phát đến vạch đích. Tới đích: Quay lại vạch xuất phát hoặc tháo bao đưa cho người tiếp theo. Người tiếp theo tiếp tục cho đến khi toàn đội hoàn thành. Đội có người cuối cùng về đích sớm nhất và đúng luật là đội chiến thắng.

Ý nghĩa:

Mô phỏng quá trình rèn luyện trước khi biểu diễn. Trò chơi giúp sinh viên nâng cao sự kiên trì, tự tin và khả năng vượt áp lực, qua đó hiểu rằng để tỏa sáng cần nỗ lực và không ngừng cố gắng.

Game 4: Kết nối ý tưởng

Đạo cụ: Bút, giấy và các bức tranh hình thù đơn giản

Cách thực hiện:

Đội chơi xếp thành một hàng dọc và quay lưng lại với nhau. Người đầu tiên sẽ nhận bức tranh từ người quản trò. Sau đó, người chơi đặt giấy lên lưng của người phía trước mình, vẽ lại bức tranh đó. Người phía trước sẽ cảm nhận các nét vẽ mà người đằng sau vẽ lên lưng mình rồi tiếp tục vẽ lên lưng người đứng trước

tiếp theo. Tiếp tục như vậy cho đến người cuối cùng. Kết thúc thúc trò chơi, người điều hành sẽ thu lại tranh của người cuối cùng rồi đem so sánh với bức tranh gốc lúc ban đầu. Đội chơi giành chiến thắng là nhóm có hình vẽ giống bản gốc nhất.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho quá trình phối hợp giữa các bộ phận để tạo nên một màn trình diễn hoàn chỉnh. Trò chơi giúp sinh viên rèn kỹ năng truyền đạt, lắng nghe và làm việc nhóm, đồng thời nhận ra tầm quan trọng của sự hiểu ý trong tập thể.

Game 5: Tỏa sáng trên sân khấu

Cách thực hiện:

Toàn bộ người chơi sẽ ngồi xuống xếp thành 1 vòng tròn và lần lượt mỗi người tương ứng với 1 số. Ở giữa vòng tròn sẽ vẽ 1 vòng tròn nhỏ, khi quản trò đọc đến số của người nào, người đó sẽ phải chạy thật nhanh đến vòng tròn nhỏ, đồng thời với đó 2 người ngồi cạnh người có số được nhắc có nhiệm vụ giữ thật chặt người này. Nếu người được đọc số chạy được vào vòng tròn nhỏ sẽ được 2 người ngồi cạnh làm kiệu khiêng về.

Ý nghĩa:

Là giai đoạn cao trào khi mỗi cá nhân tự tin thể hiện bản thân trước tập thể. Hoạt động giúp sinh viên vượt qua sự e ngại, tăng sự tự tin và gắn kết, từ đó lan tỏa tinh thần tích cực và dấu ấn cá nhân trong tập thể.

11h00 - 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Hành trình tỏa sáng tại đảo Cosmo” mang đến trải nghiệm kết hợp giữa hoạt động vận động, trí tuệ và mô phỏng thực tế.

Thông qua chuỗi trò chơi, sinh viên không chỉ được vui chơi mà còn rèn luyện kỹ năng, nâng cao sự tự tin và tinh thần làm việc nhóm. Hành trình này giúp mỗi người nhận ra rằng: để tỏa sáng không chỉ cần năng lực cá nhân mà còn cần sự kết nối và đồng hành của tập thể.

3.2.2.5. Chương trình “Hành trình đánh thức động Tiên Cá”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Hành trình đánh thức động Tiên Cá

Số lượng người tham gia: Dưới 50 khách

Đối tượng tham gia: Học sinh - Sinh viên

Địa điểm tổ chức: Sân sự kiện A50

Chủ đề: “Hành trình thức tỉnh động Tiên Cá - Kết nối con người & thiên nhiên”

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 - 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Tăng cường tinh thần đồng đội, phối hợp và tin tưởng lẫn nhau
- + Nâng cao ý thức tôn trọng, bảo vệ thiên nhiên
- + Mang đến một trải nghiệm du lịch teambuilding ý nghĩa

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Giữa lòng Thung Nham, ẩn sâu trong lòng núi đá có một hang động nguy nga, lộng lẫy đó chính là Động Tiên Cá, nơi lưu giữ một truyền thuyết đã bị lãng quên theo thời gian. Tương truyền rằng, nơi đây từng là “cung điện dưới lòng đất” của nàng tiên cá, người canh giữ sự cân bằng giữa thiên nhiên và nguồn nước. Nhưng theo thời gian, khi con người dần xa rời thiên nhiên, “nguồn năng lượng” của Động Tiên Cá cũng dần suy yếu.

Ngày hôm nay, các bạn những sinh viên trẻ và đầy năng lượng được lựa chọn để bước vào hành trình khám phá và “đánh thức” lại nguồn sức sống ấy. Trong hành trình này, các bạn sẽ phải trải qua 5 thử thách gồm các giai đoạn: thức tỉnh, kết nối, khám phá, thấu hiểu, hồi sinh. Mỗi thử thách chính là một “mảnh ghép” giúp khôi phục lại cung điện Tiên Cá. Chỉ khi tất cả cùng chung sức, dòng chảy năng lượng mới được khơi dậy và vẻ đẹp của Động Tiên Cá mới thực sự hồi sinh.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại sân A50

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Hành trình đánh thức Động Tiên Cá” với các game:

Game 1: Dòng nước thức tỉnh

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò. Quản trò quy ước: “Nói cá lớn thì dang tay ra; Nói cá bé thì thu tay lại”. Quản trò phát nhạc và hô các động tác bất ngờ người chơi phải làm theo những gì quản trò hô.

Người phản xạ sai hoặc chậm sẽ bị loại khỏi vòng chơi. Tốc độ hiệu lệnh tăng dần theo thời gian nhằm tăng độ khó và tạo không khí sôi nổi. Hoạt động kết thúc khi chỉ còn 10 phút.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho dòng năng lượng bắt đầu chuyển động để đánh thức Động Tiên Cá. Trò chơi giúp học sinh - sinh viên rèn phản xạ, sự tập trung và tạo không khí sôi động, sẵn sàng hòa nhập vào hành trình chung.

Game 2: Kết nối bầy đàn tiên cá

Cách thực hiện:

Để chuẩn bị cho trò chơi, mọi người sẽ đứng thành vòng tròn và người quản trò sẽ đưa ra các mệnh lệnh để mọi người tham gia. Sau đó, quản trò sẽ hô to: “Kết chùm, kết chùm” và người chơi sẽ đáp lại: “Kết mấy, kết mấy”. Tiếp theo, quản trò sẽ tự chọn số lượng kết chùm để yêu cầu người chơi tạo thành đội nhóm với số lượng thành viên như yêu cầu. Ai mà bị lẻ hoặc không tập hợp được theo như số lượng quản trò hô thì bạn đó sẽ bị phạt.

Ý nghĩa:

Thể hiện sự liên kết của các “cư dân biển” trong hành trình hồi sinh. Trò chơi giúp người tham gia rèn khả năng thích nghi, kết nối nhanh và tinh thần đồng đội, hiểu rằng sức mạnh tập thể đến từ sự gắn kết.

Game 3: Mật mã hang sâu

Cách thực hiện:

Mỗi thành viên lần lượt thực hiện các thử thách; đi thăng bằng trên tấm ván zích zắc, chui qua tấm lưới dưới mặt đất, đi trên tấm thảm matsa để đến đích lấy mảnh ghép về cho đội ghép thành 1 bức tranh bí ẩn. Đội nào ghép hoàn chỉnh bức tranh bí ẩn xong trước sẽ dành chiến thắng. Cuộc đua tiếp sức này đòi hỏi tốc độ, sự phối hợp, tinh thần đồng đội và khả năng giao tiếp từ tất cả các thành viên tham gia để hoàn thành câu đố một cách chính xác.

Ý nghĩa:

Mô phỏng hành trình khám phá và giải mã bí ẩn trong lòng hang. Trò chơi giúp rèn thể lực, tư duy và khả năng phối hợp, đồng thời giúp người chơi nhận ra giá trị của sự kiên trì và hợp tác để vượt qua thử thách.

Game 4: Ngôn ngữ của Tiên cá

Cách thực hiện:

Một thành viên trong nhóm nhận 12 thẻ cảm xúc từ người điều phối và sẽ phải thể hiện cảm xúc theo icon nhận được sao cho các thành viên còn lại trong đội hiểu và đoán đúng icon cảm xúc mà không sử dụng bất kỳ từ ngữ hay âm thanh nào. Đội nào có nhiều câu trả lời đúng và nhanh nhất sẽ chiến thắng.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho cách giao tiếp đặc biệt trong thế giới dưới nước. Trò chơi giúp học sinh - sinh viên phát triển khả năng biểu đạt phi ngôn ngữ, tăng sự thấu hiểu và phối hợp trong nhóm.

Game 5: Khoảnh khắc thức tỉnh động tiên cá

Cách thực hiện:

Cả nhóm ngồi xuống đất, lưng tựa vào nhau, tay khoác vai hoặc nắm tay nhau. Khi có hiệu lệnh, tất cả cùng phối hợp đứng dậy mà không được dùng tay để chống xuống đất.

Ý nghĩa:

Là giai đoạn cao trào khi nguồn năng lượng được hồi sinh. Hoạt động giúp người tham gia rèn sự đồng lòng, phối hợp và tin tưởng tuyệt đối, từ đó tạo nên sự gắn kết bền chặt trong tập thể.

11h00 - 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Hành trình đánh thức Động Tiên Cá” mang đến trải nghiệm kết hợp giữa khám phá thiên nhiên và hoạt động tập thể.

Thông qua hành trình, học sinh - sinh viên không chỉ được vui chơi mà còn rèn luyện kỹ năng, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường và hiểu rõ giá trị của sự đoàn kết. Đây không chỉ là một hoạt động giải trí mà còn là hành trình lan tỏa thông điệp về sự kết nối giữa con người và thiên nhiên.

3.2.2.6. Chương trình “Theo dấu Cây Đa - Hành trình ngàn năm”

I. Thông tin chung

Tên chương trình: Theo dấu Cây Đa - Hành trình ngàn năm

Số lượng người tham gia: Từ 50 - 200 khách

Đối tượng tham gia: học sinh - sinh viên

Địa điểm tổ chức: Hồ Tiên

Thời lượng: 01 buổi (khoảng 3,5 – 4 tiếng)

II. Mục tiêu chương trình

- + Giúp học sinh - sinh viên hiểu về đặc điểm sinh trưởng của cây đa và giá trị thiên nhiên - lịch sử địa phương.
- + Rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, phối hợp và giải quyết vấn đề.
- + Nâng cao ý thức bảo vệ môi trường và trân trọng di sản.
- + Tạo trải nghiệm “học mà chơi - chơi mà học”, giúp tiếp thu kiến thức hiệu quả.

III. Ý tưởng và chủ đề xuyên suốt

Tại Đền Gối Đại tồn tại một cây đa cổ thụ gần 1000 năm tuổi. Các nhà khoa học đã chỉ ra rằng, cây đa có khả năng “di chuyển” bằng cách: từ thân chính già cỗi, các rễ phụ sẽ phát triển, bám xuống đất và dần trở thành thân mới. Và điều kỳ diệu ở đây là cây đa này đã “bước đi” 3 lần quanh ngôi đền cổ, mỗi bước kéo dài hơn 300 năm. Nhưng điều đặc biệt không chỉ nằm ở khoa học mà còn nằm ở yếu tố tâm linh. Thông thường, cây đa sẽ hướng về nguồn nước để sinh trưởng nhưng cây đa này lại không chọn hồ nước mà luôn di chuyển xoay quanh Đền Gối Đại. Chính vì vậy, nơi đây được xem là vùng đất hội tụ linh khí, nơi thiên nhiên, lịch sử và con người giao hòa.

Lấy hình ảnh đó làm cảm hứng, chương trình tái hiện hành trình của cây đa qua các thử thách từ: thức tỉnh, hình thành, phát triển, hiểu biết và hợp nhất. Mỗi trò chơi là một “bước chân thời gian”, giúp người tham gia hiểu rằng sự phát triển bền vững cần sự kiên trì, gắn kết và đồng hành.

IV. Nội dung các hoạt động

07:30 - 08:00: Đón khách và ổn định tổ chức tại Hồ Tiên

08:00 - 08:15: Phát biểu khai mạc, giới thiệu chương trình

08:15 - 11:00: Tham gia chương trình teambuilding “Theo dấu Cây Đa - Hành trình ngàn năm” với các game:

Game 1: Đánh thức hồn thiêng

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia xếp thành vòng tròn xung quanh quản trò. Quản trò quy ước: "Núi vượn cao": Hai tay giơ cao, "Sông uốn lượn": Lắc người sang hai bên, "Chim về Thung Nham": Vỗ tay 3 lần. Quản trò phát nhạc và hô các câu lệnh bất ngờ người chơi phải làm theo những gì quản trò hô. Người phản xạ sai hoặc chậm sẽ bị loại khỏi vòng chơi. Tốc độ hiệu lệnh tăng dần theo thời gian nhằm tăng độ khó và tạo không khí sôi nổi. Hoạt động kết thúc sau 10 phút.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho sự khởi đầu khi “linh khí” của cây đa được đánh thức. Trò chơi giúp học sinh - sinh viên rèn phản xạ, tập trung và tạo năng lượng tích cực, sẵn sàng hòa nhập vào hành trình khám phá.

Game 2: Hình thành rễ đa

Cách thực hiện:

Toàn bộ người tham gia bốc thăm thẻ biểu tượng ngẫu nhiên để chia thành 4 đội bằng nhau. Mỗi đội có 10 phút để thảo luận và quyết định: tên đội, khẩu

hiệu và biểu tượng tay riêng. Mỗi đội cử một đội trưởng làm đại diện giao tiếp với ban tổ chức trong suốt chương trình. Các đội lần lượt ra mắt bằng cách hô tên, hô slogan và thực hiện biểu tượng tay trước toàn đoàn.

Ý nghĩa:

Thể hiện giai đoạn hình thành rễ, đây là nền tảng phát triển của cây đa. Trò chơi giúp người tham gia rèn kỹ năng xây dựng đội nhóm, giao tiếp và định hướng chung, hiểu rằng nền tảng vững chắc quyết định sự phát triển lâu dài.

Game 3: Bước chân cây đa

Cách thực hiện:

Mỗi thành viên của đội đứng lên tấm bạt hình bánh xe. Nhiệm vụ của đội là phối hợp di chuyển bánh xe vượt các chướng ngại vật để thu thập mảnh ghép bản đồ và đến đích một cách nhanh nhất. Đội nào thu thập được hết các mảnh ghép của đội mình, di chuyển về đích ghép lại và có câu trả lời trước sẽ chiến thắng sẽ chiến thắng.

Ý nghĩa:

Mô phỏng hành trình “di chuyển” đặc biệt của cây đa qua thời gian. Trò chơi giúp rèn sự phối hợp, kiên trì và tinh thần đồng đội, đồng thời giúp người chơi nhận ra rằng thành công cần sự đồng lòng và nỗ lực tập thể.

Game 4: Giải mã dòng chảy thời gian

Cách thực hiện:

Các đội đứng cách nhau và đứng cách chuông 10m. Sau khi người điều phối đọc xong câu hỏi thành viên mỗi đội nhanh chóng chạy thật nhanh để cướp chuông giành quyền trả lời. Đội nào trả lời được nhiều đáp án đúng nhất sẽ dành chiến thắng. Phải đợi đến khi người điều phối đọc xong câu hỏi người chơi mới được rời khỏi vị trí để cướp chuông đội nào rời vị trí trước sẽ bị mất lượt. Đội nào dành được chuông nhưng không trả lời được hoặc trả lời chậm, quyền trả lời sẽ dành cho đội còn lại.

Ý nghĩa:

Tượng trưng cho việc khám phá lịch sử và giá trị văn hóa gắn với cây đa. Trò chơi giúp học sinh - sinh viên mở rộng kiến thức, rèn tư duy nhanh và nâng cao ý thức trân trọng di sản địa phương.

Game 5: Hợp nhất tinh hoa ngàn năm

Cách thực hiện:

Sau 4 trò chơi, mỗi đội nhận được 1 mảnh ghép. Nhiệm vụ cuối: các đội cùng nhau ghép thành bức tranh hoàn chỉnh Thung Nham - Hoa Lư. Khi hoàn thành, đại diện mỗi đội chia sẻ 1 từ khóa cảm nhận. Cả đoàn chụp ảnh lưu niệm.

Ý nghĩa:

Là giai đoạn hoàn thiện khi các “mảnh ghép thời gian” được kết nối. Hoạt động giúp người tham gia nhận ra giá trị của sự đoàn kết, cùng nhau tạo nên thành quả chung và lưu giữ những kỷ niệm ý nghĩa.

11h00 - 11:15: Trao giải, chụp ảnh lưu niệm, bế mạc

Chương trình teambuilding “Theo dấu Cây Đa - Hành trình ngàn năm” mang đến trải nghiệm kết hợp giữa hoạt động tập thể và khám phá giá trị thiên nhiên với lịch sử.

Thông qua hành trình này, học sinh - sinh viên không chỉ được vui chơi mà còn hiểu rõ hơn về sự phát triển bền vững, vai trò của mỗi cá nhân trong tập thể và ý nghĩa của việc gìn giữ di sản. Giống như cây đa ngàn năm, mỗi bước đi đều cần thời gian, sự kiên trì và sự gắn kết để tạo nên giá trị lâu dài.

Tiểu kết chương 3

Trong chương 3, đề tài đã tập trung nghiên cứu và xây dựng một số chương trình teambuilding phù hợp với điều kiện thực tế tại khu du lịch sinh thái Thung Nham - Ninh Bình. Đề tài đã đề xuất nhiều chương trình teambuilding cụ thể, được phân chia theo từng nhóm đối tượng như khách doanh nghiệp, học sinh - sinh viên và các chương trình kết hợp trải nghiệm sinh thái. Mỗi chương trình đều được xây dựng với chủ đề xuyên suốt, kịch bản rõ ràng, hệ thống trò chơi đa dạng, kết hợp hài hòa giữa hoạt động vận động và trí tuệ. Đặc biệt, nội dung chương trình có sự gắn kết chặt chẽ với yếu tố tự nhiên, văn hóa và đặc trưng riêng của khu du lịch Thung Nham, qua đó góp phần nâng cao giá trị trải nghiệm và tính hấp dẫn của điểm đến.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch Việt Nam, nhu cầu của du khách không chỉ dừng lại ở tham quan, nghỉ dưỡng mà còn hướng đến những hoạt động mang tính trải nghiệm, gắn kết và phát triển kỹ năng tập thể. Trong đó, du lịch teambuilding đang dần trở thành xu hướng được nhiều doanh nghiệp, cơ quan, trường học và tổ chức lựa chọn bởi không chỉ mang lại giá trị giải trí mà còn góp phần tăng cường tinh thần đoàn kết, khả năng làm việc nhóm và xây dựng văn hóa tập thể. Với lợi thế về cảnh quan thiên nhiên, không gian sinh thái rộng lớn cùng hệ thống cơ sở vật chất phục vụ du lịch ngày càng được đầu tư hoàn thiện, Khu du lịch sinh thái Thung Nham có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển loại hình du lịch teambuilding gắn với trải nghiệm sinh thái và văn hóa địa phương. Xuất phát từ thực tế đó, đề tài “Xây dựng một số chương trình teambuilding tại khu du lịch sinh thái Thung Nham - Ninh Bình” được thực hiện nhằm nghiên cứu cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng và đề xuất các chương trình teambuilding phù hợp với điều kiện thực tế tại khu du lịch sinh thái Thung Nham.

Thông qua quá trình nghiên cứu, khóa luận đã hệ thống hóa được những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến hoạt động teambuilding trong du lịch như khái niệm, vai trò, đặc trưng, chức năng, phân loại chương trình teambuilding cũng như các căn cứ và quy trình xây dựng chương trình. Bên cạnh đó, đề tài cũng phân tích xu hướng phát triển của du lịch teambuilding hiện nay trong nước và trên thế giới, qua đó cho thấy đây là loại hình du lịch có tiềm năng lớn và phù hợp với xu hướng phát triển du lịch hiện đại. Trên cơ sở khảo sát thực tế tại khu du lịch sinh thái Thung Nham, khóa luận đã đánh giá được những điều kiện thuận lợi để tổ chức các hoạt động teambuilding như không gian tự nhiên rộng rãi, cảnh quan đẹp, các khu vực tổ chức sự kiện ngoài trời cùng những giá trị văn hóa - lịch sử đặc sắc của địa phương. Ngoài ra, vị trí địa lý thuận lợi, gần Hà Nội và các tỉnh đồng bằng Bắc Bộ cũng là điều kiện giúp Thung Nham dễ dàng thu hút khách đoàn, khách doanh nghiệp và học sinh - sinh viên đến tham quan kết hợp tổ chức teambuilding. Tuy nhiên, bên cạnh những tiềm năng và lợi thế đó, hoạt động teambuilding tại Thung Nham hiện nay vẫn còn tồn tại một số hạn chế như nội dung chương trình chưa thực sự đa dạng, chưa có nhiều chương trình mang dấu ấn riêng biệt gắn với đặc trưng của điểm đến.

Từ những cơ sở lý luận và thực tiễn đã nghiên cứu, khóa luận đã xây dựng được 10 chương trình teambuilding thuộc 4 nhóm chương trình khác nhau phù hợp với nhiều đối tượng khách. Cụ thể, nhóm chương trình teambuilding dành cho doanh nghiệp gồm 2 chương trình là “Lộc trời ngàn năm - Khởi nguồn thịnh vượng” và “Hành trình hạt mầm - Phát triển và gắn kết”; nhóm chương trình dành cho học sinh - sinh viên gồm 4 chương trình là “Hành trình vượt Hang Bụt”, “Hành trình giải cứu Thung Nham - Kết nối để tỏa sáng”, “Hành trình đại sứ du lịch trẻ” và “Hành trình tỏa sáng tại đảo Cosmo”; nhóm chương trình teambuilding kết hợp trải nghiệm sinh thái gồm 2 chương trình là “Hành trình cánh chim trở về tổ” và “Hành trình đánh thức động Tiên Cá”; nhóm chương trình teambuilding kết hợp văn hóa - lịch sử địa phương gồm 2 chương trình là “Theo dấu Cây Đa - Hành trình ngàn năm” và “Hành trình đánh thức linh khí Việt Thắng Đại Vương”. Các chương trình đều được xây dựng theo hướng khai thác tối đa lợi thế tự nhiên, sinh thái và giá trị văn hóa của Thung Nham nhằm tạo nên những trải nghiệm mới mẻ, hấp dẫn và có tính gắn kết cao cho người tham gia. Nội dung các hoạt động và trò chơi không chỉ mang tính giải trí mà còn hướng đến việc rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, phát triển khả năng lãnh đạo, nâng cao tinh thần trách nhiệm và tăng cường sự phối hợp giữa các thành viên trong tập thể. Bên cạnh đó, các chương trình còn góp phần quảng bá hình ảnh du lịch của Thung Nham, tạo thêm sản phẩm du lịch mới, góp phần đa dạng hóa loại hình dịch vụ và nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến.

2. Kiến nghị

Để khai thác hiệu quả các chương trình teambuilding trong thực tế tại Khu du lịch sinh thái Thung Nham, cần có một số kiến nghị đối với các bên liên quan như sau:

- Ban quản lý khu du lịch cần đầu tư thêm cơ sở vật chất, xây dựng khu vực chuyên phục vụ teambuilding, nâng cấp âm thanh, ánh sáng và đào tạo đội ngũ nhân sự có chuyên môn tổ chức chương trình.
- Các công ty lữ hành và đơn vị sự kiện cần phối hợp với Thung Nham xây dựng các chương trình mang chủ đề riêng, khai thác yếu tố sinh thái, văn hóa địa phương để tạo sự khác biệt và tăng tính trải nghiệm cho khách.
- Cơ quan quản lý du lịch địa phương cần hỗ trợ quảng bá, kết nối doanh nghiệp và định hướng phát triển du lịch teambuilding như một sản phẩm du lịch đặc trưng của Ninh Bình.

- Các trường đào tạo du lịch cần tăng cường đào tạo kỹ năng tổ chức teambuilding, hoạt náo và quản lý sự kiện nhằm cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cho hoạt động thực tế.

- Khách du lịch và doanh nghiệp tham gia cần tích cực phản hồi, đóng góp ý kiến sau chương trình để các đơn vị tổ chức điều chỉnh và hoàn thiện sản phẩm phù hợp hơn với nhu cầu thị trường.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tiếng Việt

1. Công ty cổ phần dịch vụ thương mại và du lịch Doanh Sinh (2019 – 2026), Báo cáo hoạt động kinh doanh.
2. Ông Quốc Cường, Hà Thị Huỳnh Anh (2014), “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động teambuilding trong du lịch ở thành phố Hồ Chí Minh”, *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, số 33, trang 52-57.
3. Lê Thị Thu Hiền, Lê Công Vũ (2019), “Phát triển du lịch teambuilding ở thành phố Đà Nẵng hiện nay”, *UED Journal of Social Sciences, Humanities & Education*, Đại học Đà Nẵng. tập 9, số 2, trang 29-35.
4. Lê Thị Hiệu và cộng sự (2013), *Xây dựng một số chương trình du lịch teambuilding tại Ninh Bình*, Khóa luận nghiên cứu, Trường Đại học.
5. Nguyễn Thị Nam (2012), *Tìm hiểu hoạt động teambuilding của sinh viên ngành Văn hóa – Du lịch Trường Đại học Dân lập Hải Phòng*, Khóa luận tốt nghiệp, Trường Đại học Dân lập Hải Phòng.
6. Đinh Thị Trà Nhi (2020), “Teambuilding - Du lịch gắn kết”, tạp chí khoa học, Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ – Tin học TP. HCM.
7. Trần Thị Xuân Quỳnh (2019), *Nghiên cứu và xây dựng hoạt động teambuilding trong du lịch gắn liền với môi trường sông nước*, Khóa luận tốt nghiệp, Trường Đại học.

2. Tiếng Anh

8. Alex (2006) *Teambuilding Event as Event Tourism*, Case Studies in Festival and Event Marketing and Cultural Tourism.
9. Atchley, R.A., Strayer, D.L., Atchley, P. (2012), “Creativity in the Wild: Improving Creative Reasoning through Immersion in Natural Settings”, *Plos One*, Vol. 7, No. 12.
10. Diego, A.C. (2020), “Teambuilding Event as Event Tourism”, *Event Management Journal*, Vol. 10, No. 1, pp. 15–26.
11. Lencioni, P.M. (2002), *The Five Dysfunctions of a Team*, Jossey-Bass Publishers.
12. Maslow, A. (1954), *Motivation and Personality*, Harper & Row.
13. Mayo, E. (1933), *The Human Problems of an Industrial Civilization*, Macmillan.

14. McKinsey (2022), *Attention Restoration Theory*, McKinsey Research Report.
15. Susan và Diane (2001), “*What makes team work: group effectiveness research*” *Journal of Management*, Vol. 23, No. 3, pp. 239 – 290.

3. Website

17. <https://moitruongvanongnghiep.vn/nguyen-cuu-23/danh-gia-suc-tai-du-lich-tai-khu-du-lich-sinh-thai-thung-nham-tinh-ninh-binh-29926> ngày truy cập: ngày 27/12/2026
18. <https://thungnham.com/gioi-thieu/> ngày truy cập: ngày 10/01/2026
19. <https://vanhoanghethuat.vn/phat-trien-du-lich-sinh-thai-o-thung-nham-ninh-binh-77749323.html> ngày truy cập: ngày 10/01/2026

PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH DU LỊCH

Kính chào Quý khách!

Nhằm phục vụ cho nghiên cứu khóa luận về chất lượng chương trình teambuilding tại Khu du lịch sinh thái Thung Nham, chúng tôi kính mong Quý khách dành ít phút để trả lời các câu hỏi dưới đây. Các thông tin thu thập chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu và được bảo mật hoàn toàn.

1. Giới tính

☐ Nam

☐ Nữ

2. Độ tuổi của bạn

☐ Dưới 18

☐ 18–25

☐ 26–35

☐ 36–45

☐ Trên 45

3. Bạn thuộc nhóm nào sau đây?

☐ Học sinh/Sinh viên

☐ Doanh nghiệp

☐ Cơ quan nhà nước

☐ Khác:

4. Bạn đã từng tham gia chương trình teambuilding trước đây chưa? (Nếu chưa trả lời câu 9)

☐ Đã từng

☐ Chưa từng

5. Bạn cảm thấy mức độ hấp dẫn của chương trình như thế nào?

☐ Rất hấp dẫn

☐ Hấp dẫn

☐ Bình thường

☐ Không hấp dẫn

☐ Rất không hấp dẫn

6. Mức độ gắn kết tập thể sau chương trình

☐ Rất gắn kết

☐ Gắn kết

☐ Gắn kết một phần

☐ Hoàn toàn không gắn kết

7. Đánh giá các yếu tố sau

Tiêu chí	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng
Kịch bản chương trình	☐	☐	☐	☐	☐
MC/Hoạt náo viên	☐	☐	☐	☐	☐
Cơ sở vật chất (âm	☐	☐	☐	☐	☐

thanh, dụng cụ, an toàn...)					
Địa điểm tổ chức	☐	☐	☐	☐	☐

8. Bạn đánh giá thời gian tổ chức chương trình như thế nào?

- ☐ Hợp lý ☐ Quá dài ☐ Quá ngắn

9. Bạn mong muốn chương trình teambuilding tại Khu du lịch sinh thái Thung Nham như thế nào? (Có thể chọn nhiều đáp án)

- ☐ Chủ đề chương trình gắn liền với KDL Thung Nham
☐ Tăng số lượng trò chơi vận động
☐ Tăng số lượng trò chơi trí tuệ
☐ Tổ chức Gala dinner/Lửa trại
☐ Bổ sung đạo cụ trò chơi đa dạng, đầy đủ
☐ MC chuyên nghiệp
☐ Có phương án dự phòng khi thời tiết xấu
☐ Không gian tổ chức phù hợp
☐ Khác:

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của Quý khách!

Một số hình ảnh các trò chơi teambuilding đã được tổ chức tại khu du lịch sinh thái Thung Nham













