

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH KẾT HỢP HOẠT ĐỘNG TEAMBUILDING CHO CÔNG TY TNHH DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI BÔNG CỎM XANH

Phạm Minh Thắng, Phạm Bình Quảng
Khoa Du lịch - Trường Đại học Hạ Long

Tóm tắt: Bài viết phân tích thực trạng phát triển sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding tại Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Bông Cỏm Xanh. Qua đó, đề xuất các giải pháp cụ thể như tăng cường đầu tư tài chính, đào tạo nhân sự chuyên trách, xây dựng thương hiệu, đẩy mạnh truyền thông và mở rộng liên kết hợp tác nhằm nâng cao sức cạnh tranh và mở rộng thị trường. Kết quả nghiên cứu góp phần định hướng phát triển bền vững cho doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch hiện đại.

Từ khóa: Du lịch kết hợp Teambuilding; phát triển sản phẩm; Bông Cỏm Xanh; trải nghiệm du lịch; liên kết du lịch.

DEVELOPING TOURISM PRODUCTS COMBINED WITH TEAMBUILDING ACTIVITIES FOR BONG COM XANH TOURISM AND TRADING CO., LTD

Phạm Minh Thang, Phạm Bình Quang
Faculty of Tourism – Ha Long University

Abstract: This article analyzes the current situation of developing tourism products integrated with teambuilding activities at Bong Com Xanh Tourism and Trading Co., Ltd. Based on the analysis, the authors propose specific solutions such as increasing financial investment, training specialized personnel, building a brand, strengthening communication, and expanding cooperation networks to enhance competitiveness and broaden the market. The research results contribute to providing orientation for the sustainable development of the enterprise in the modern tourism sector.

Keywords: Tourism combined with teambuilding; product development; Bong Com Xanh; tourism experience; tourism linkage.

Nhận bài: 20/04/2025

Phản biện: 20/05/2025

Duyệt đăng: 24/05/2025

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh ngành du lịch cạnh tranh ngày càng khốc liệt, việc đổi mới sản phẩm là yếu tố then chốt giúp các công ty lữ hành thu hút và giữ chân khách hàng. Một trong những xu hướng nổi bật hiện nay là phát triển sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding – loại hình vừa mang tính trải nghiệm, vừa thúc đẩy gắn kết tập thể.

Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Bông Cỏm Xanh dù mới hoạt động nhưng đã nhận thấy tiềm năng lớn của loại hình này. Tuy nhiên, việc khai thác thị trường Teambuilding hiện vẫn còn hạn chế. Xuất phát từ thực tiễn đó, bài viết tập trung đánh giá thực trạng và đề xuất một số giải pháp phát triển sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh và khẳng định vị thế của công ty trên thị trường.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Đánh giá chung về thực trạng thu hút khách du lịch Teambuilding trên thị trường nội địa tại công ty.

Ưu điểm: Thông qua những chương trình du lịch tại các điểm đến du lịch cơ bản, nổi bật vào mùa du lịch hè là Đồ Sơn, Cát Bà, Hạ Long, Sầm Sơn, Công ty TNHH Du Lịch và Thương Mại Bông Cỏm Xanh đã bước đầu nhận thấy tầm quan trọng của loại hình du lịch Teambuilding, một hướng

đi mới đầy tiềm năng. Nhờ có Teambuilding mà các chương trình du lịch tại các điểm kể trên có được một sức hấp dẫn mới. Các chương trình du lịch truyền thống tại các điểm đến này trước đây chỉ đơn thuần là tắm biển, tham quan các di tích, danh lam thắng cảnh trong khu vực, tối tự do... Thế nhưng nhờ có hoạt động Teambuilding, các chương trình du lịch tại các địa điểm này đã kéo dài hơn, mới lạ hơn. Như vậy, Teambuilding thực sự đã làm phong phú, mới lạ thêm cho các chương trình du lịch hè tại các khu nghỉ dưỡng bãi biển, từ đó kéo dài số ngày lưu trú của du khách, mang lại doanh thu nhiều hơn cho công ty. Về nhân lực tổ chức, do Công ty TNHH Du Lịch và Thương Mại Bông Cỏm Xanh có một lượng hướng dẫn viên chuyên nghiệp, cả cơ hữu và cộng tác viên hướng dẫn viên làm Teambuilding rất chất lượng và đông đảo. Vậy nên vào mùa cao điểm, công ty không bao giờ lo về thiếu nhân sự, không phải gọi người ngoài vào đi thay tạm thời. Cùng với sự lớn mạnh trong thị trường, thương hiệu uy tín, sự đa dạng của các chương trình du lịch do đó tích cực trong sự cạnh tranh, sự phát triển hoạt động Teambuilding của công ty là rất lớn và mạnh mẽ, hiện đạo cụ để tổ chức Team building đã chuyên nghiệp hơn rất nhiều, gồm nhiều cổng chào hơi, bóng hơi, trụ

hơi với số tiền hàng chục triệu đồng. Chính những đạo cụ này đã không làm cho du khách cảm thấy không nhàm chán với những trò chơi và đạo cụ cơ bản nữa, có sức hút và tò mò hơn, cũng như giúp cho những người xây dựng chương trình có thể thiết kế được thêm nhiều game phong phú và đa dạng hơn. Đối với thị trường khách du lịch là công nhân, học sinh - sinh viên vì hàng năm các công ty thường tổ chức rất nhiều đợt du lịch dành cho công nhân, học sinh - sinh viên nhất là du lịch hè. Với số lượng cực lớn, khách khi tham gia Teambuilding thường rất sôi động, hào hứng. Và cũng như là đem lại lợi nhuận doanh thu rất tốt đến cho công ty.

Nhược điểm: Ngoài các công ty du lịch làm hoạt động Teambuilding kèm theo chương trình du lịch ra, thì hiện nay hình thành lên khá nhiều công ty, nhóm nhỏ hoạt động riêng về mảng Teambuilding rất chuyên nghiệp và bài bản. Nên xét về tính chất chuyên nghiệp hẳn thì Công ty TNHH Du Lịch và Thương Mại Bông Cỏ Xanh chưa thể sánh bằng trong mảng hoạt động Teambuilding. Hạn chế tiếp theo là vì làm chương trình cho đối tượng khách công nhân, học sinh - sinh viên là chủ yếu, nên giá thành tổ chức hoạt động Teambuilding sẽ không cao, vì khi cộng vào giá tour thì sẽ là lớn so với kinh tế của khách. Ngoài những yếu tố trên, hạn chế nữa của hoạt động Teambuilding là tại nhiều điểm du lịch, sự chuyên nghiệp, kinh nghiệm tổ chức chưa có. Thiếu sót trong khâu loa đài, sân bãi, ánh sáng, đạo cụ là điều khó thể tránh khỏi.

2.2. Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding tại công ty TNHH du lịch và thương mại Bông Cỏ Xanh

2.2.1. Tăng cường kinh phí nhằm xây dựng, phát triển các sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding.

Tăng cường nguồn lực tài chính:

Nhằm nâng cao chất lượng và quy mô triển khai các sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding, Công ty cần ưu tiên phân bổ và tăng cường ngân sách đầu tư cho các hoạt động sau:

Nghiên cứu và thiết kế sản phẩm: Đầu tư cho việc xây dựng các kịch bản chương trình chuyên sâu, mang tính giáo dục, sáng tạo và có khả năng cá nhân hóa theo từng nhóm đối tượng khách hàng.

Trang bị thiết bị chuyên dụng: Mua sắm các dụng cụ phục vụ tổ chức trò chơi, sân khấu, âm

thanh - ánh sáng và các vật tư khác hỗ trợ triển khai.

Đào tạo và phát triển đội ngũ: Hỗ trợ kinh phí cho việc tổ chức các khóa huấn luyện nghiệp vụ tổ chức Teambuilding, kỹ năng dẫn dắt đội nhóm, kỹ thuật xử lý sự cố.

Truyền thông - marketing: Phân bổ ngân sách cho quảng bá các gói Teambuilding mới, bao gồm sản xuất video, truyền thông đa kênh và tham gia các sự kiện kết nối doanh nghiệp.

Thử nghiệm và cải tiến sản phẩm: Dành nguồn kinh phí để thực hiện các chương trình thử nghiệm với nhóm khách hàng mẫu, từ đó lấy phản hồi và điều chỉnh sản phẩm trước khi ra mắt chính thức.

2.2.2. Đào tạo nhân viên chuyên trách nhằm xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding

Đào tạo và phát triển đội ngũ nhân viên chuyên trách về du lịch Teambuilding:

Nhằm đảm bảo chất lượng chuyên môn, tính sáng tạo và khả năng tổ chức hiệu quả các chương trình du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding, Công ty cần triển khai kế hoạch đào tạo bài bản cho đội ngũ nhân sự chuyên trách, với các nội dung trọng tâm như sau:

Kiến thức về du lịch kết hợp đào tạo - trải nghiệm (experiential tourism): Giúp nhân viên hiểu rõ xu hướng du lịch Teambuilding hiện đại, nhu cầu khách hàng doanh nghiệp và nguyên lý thiết kế chương trình hiệu quả.

Kỹ năng tổ chức và dẫn dắt Teambuilding: Đào tạo kỹ năng xây dựng kịch bản, điều phối hoạt động nhóm, xử lý tình huống và tạo động lực cho người tham gia.

Kỹ năng sáng tạo sản phẩm: Phát triển tư duy đổi mới trong thiết kế trò chơi, thử thách và hoạt động tương tác; đồng thời cập nhật liên tục các mô hình Teambuilding mới trong và ngoài nước.

Kỹ năng quản lý chương trình và khách hàng: Hướng dẫn cách tổ chức một chương trình từ khâu tiền kỳ đến hậu mãi, kỹ năng giao tiếp - tư vấn với khách hàng doanh nghiệp và xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài.

Thực hành thực tế: Tổ chức các buổi diễn tập hoặc chương trình thực tế (pilot run) để nhân sự được rèn luyện kỹ năng trực tiếp, có phản hồi và đánh giá từ ban tổ chức và khách mời.

Hình thức đào tạo: Đào tạo nội bộ kết hợp mời chuyên gia bên ngoài. Tham gia các hội thảo, khóa

học nghiệp vụ, các chương trình tập huấn chuyên sâu. Học tập kinh nghiệm từ các đơn vị tổ chức Teambuilding thành công trong và ngoài nước.

Mục tiêu: Xây dựng một đội ngũ nhân sự chuyên trách, giàu năng lực và có phong cách chuyên nghiệp, đủ khả năng thiết kế - điều phối các chương trình Teambuilding đặc trưng mang dấu ấn riêng của thương hiệu Bông Côm Xanh.

2.2.3. *Xây dựng thương hiệu du lịch kết hợp Teambuilding của Bông Côm Xanh*

Mục tiêu chung: Định vị thương hiệu Bông Côm Xanh là đơn vị tiên phong trong tổ chức tour du lịch kết hợp Teambuilding sáng tạo dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại miền Bắc. Tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp, khác biệt, uy tín gắn liền với giá trị “Gắn kết - Trải nghiệm - Phát triển”. Mở rộng thị phần và tăng doanh thu từ dòng sản phẩm Teambuilding lên 30% tổng doanh số tour vào năm 2027.

Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu: Thiết kế logo riêng cho dòng sản phẩm Teambuilding.. Phát triển bộ tài liệu marketing: brochure, catalogue, hồ sơ năng lực chuyên biệt. Thiết kế đồng phục nhân viên tổ chức sự kiện theo màu thương hiệu.

Phát triển sản phẩm đặc trưng: Thiết kế 03 gói chương trình chủ lực theo các chủ đề: “Vượt giới hạn - Gắn kết thành công”. “Kết nối nội lực - Chuyển hóa đội nhóm”. “Chạm đến đỉnh cao - Một đội một giấc mơ”. Xây dựng bộ trò chơi độc quyền có yếu tố giáo dục - trải nghiệm - huấn luyện kỹ năng.

Truyền thông thương hiệu: Tạo website riêng cho mảng Teambuilding: teambuilding.bongcomxanh.vn. Đầu tư sản xuất video hậu trường, cảm nhận khách hàng, case study thực tế.. Chạy quảng cáo Google Ads, Facebook Ads theo từng mùa cao điểm.. Hợp tác với KOL, diễn giả truyền cảm hứng trong lĩnh vực huấn luyện đội nhóm.

Đào tạo đội ngũ nhân sự đại diện thương hiệu: Tổ chức tập huấn định kỳ cho đội ngũ MC, điều phối viên, thiết kế kịch bản. Cử đại diện công ty tham gia diễn đàn, hội thảo về du lịch, nhân sự, giáo dục trải nghiệm.

2.2.4. *Tăng cường công tác xúc tiến, quảng bá*

Là thương hiệu du lịch trẻ hành còn non trẻ, Công ty TNHH Du Lịch và Thương Mại Bông Côm Xanh đã có những bước tiến lớn trong công tác quảng bá du lịch và hình ảnh tới khách du lịch.

Đối với thị trường nội địa, Công ty TNHH Du Lịch và Thương Mại Bông Côm Xanh đã và đang thực hiện nhiều công tác quảng bá như: Quảng cáo trên truyền hình, báo đài, các phương tiện truyền thông, các trang mạng xã hội có độ phủ sóng cao hiện nay. Ngoài ra, thời gian tới đây công ty sẽ thúc đẩy mạnh hơn về quảng bá hợp tác với các đại lý tại các địa phương. Hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ (Khách sạn, Resort, Spa..)

2.2.5. *Giải pháp về liên kết hợp tác*

Nhằm hỗ trợ Công ty Du lịch Bông Côm Xanh phát triển bền vững sản phẩm du lịch kết hợp Teambuilding, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh cao và xu hướng thị trường ngày càng đề cao trải nghiệm thực tế - kết nối con người:

Liên kết với các đơn vị cung cấp dịch vụ đầu vào: Khu nghỉ dưỡng, địa điểm du lịch có không gian tổ chức Teambuilding: Hợp tác dài hạn để có giá ưu đãi, đảm bảo chất lượng ổn định. Phối hợp xây dựng các chương trình trọn gói theo mùa, phù hợp với từng đối tượng doanh nghiệp. Đơn vị cung cấp thiết bị, âm thanh, ánh sáng, đạo cụ trò chơi: Ký hợp đồng độc quyền hoặc đối tác chiến lược để hưởng giá chiết khấu, đảm bảo tính đồng bộ. Cùng phát triển các mô hình trò chơi mới, cập nhật xu hướng công nghệ (trò chơi thực tế ảo, mô phỏng...).

Liên kết với đơn vị đào tạo kỹ năng - nhân sự chuyên môn: Hợp tác với các chuyên gia tâm lý - huấn luyện viên (coach) để xây dựng chương trình Teambuilding chuyên sâu. Mời các đơn vị đào tạo kỹ năng doanh nghiệp (giao tiếp, lãnh đạo, xử lý khủng hoảng) để kết hợp yếu tố học - chơi hiệu quả. Tạo sản phẩm “Team & Train” độc quyền theo từng ngành (bất động sản, tài chính, giáo dục...).

Hợp tác với các doanh nghiệp khác trong chuỗi giá trị du lịch: Vận chuyển: Hợp đồng với các nhà xe, đơn vị cung cấp phương tiện đưa đón chuyên nghiệp, đúng giờ. Ẩm thực: Liên kết với nhà hàng địa phương, đặc sản vùng miền để đưa vào gói dịch vụ. Nghỉ dưỡng - lưu trú: Đồng thương hiệu với resort, homestay thân thiện môi trường, phù hợp phong cách “xanh” của Bông Côm Xanh.

Hợp tác với các công ty tổ chức sự kiện và lễ hành khác: Thiết lập mô hình phân phối sản phẩm, hợp tác với các công ty tổ chức sự kiện/doanh nghiệp khách hàng có nhu cầu. Mở rộng hệ thống bán hàng qua đại lý, phòng vé, tạo mạng lưới cung cấp đa kênh. Ký hợp tác phát triển nội dung cùng

các công ty truyền thông, agency quảng cáo để tổ chức các sự kiện lớn mang dấu ấn riêng.

Liên kết với chính quyền địa phương và cộng đồng bản địa: Phối hợp với chính quyền địa phương nơi tổ chức chương trình để: Đảm bảo an toàn, hỗ trợ hậu cần. Khai thác các giá trị văn hóa, phong tục bản địa làm điểm nhấn Teambuilding. Hợp tác với người dân địa phương để xây dựng mô hình du lịch cộng đồng - kết nối đội nhóm như: Làm nông, bắt cá, trồng cây - kết hợp trò chơi nhóm. Giao lưu văn nghệ, nấu ăn truyền thống.

Hợp tác marketing - truyền thông: Đồng thương hiệu (co-branding): Kết hợp với các nhãn hàng (trà sữa, thời trang, đồ ăn nhanh...) để tặng voucher, quà tặng khi mua gói du lịch. Chạy chiến dịch truyền thông chung: Sử dụng nền tảng xã hội, tổ chức cuộc thi, livestream, video hậu trường để cùng quảng bá sản phẩm Teambuilding. Hợp tác với KOLs, Influencers trong ngành du lịch, nhân sự, đào tạo để tăng độ tin cậy.

Giải pháp ràng buộc và phát triển hợp tác lâu dài: Xây dựng cơ chế chia sẻ lợi nhuận minh bạch, có KPI rõ ràng theo quý/năm. Tổ chức họp mặt đối tác định kỳ, tôn vinh các đối tác tiêu biểu. Cung cấp các quyền lợi đặc biệt cho đối tác chiến lược: tài trợ chương trình, quảng bá thương hiệu

chung, ưu tiên khách hàng...

Ứng dụng công nghệ hỗ trợ quản lý hợp tác: Dùng hệ thống CRM để theo dõi hợp đồng, đánh giá hiệu quả đối tác. Tạo nhóm làm việc trực tuyến (Zalo, Slack, Notion...) để cập nhật thông tin nhanh, xử lý tình huống linh hoạt. Đảm bảo các mẫu hợp đồng, chính sách chiết khấu, tài liệu đào tạo được số hóa và chia sẻ nội bộ an toàn.

Mục tiêu cuối cùng: Tạo hệ sinh thái hợp tác bền vững - cùng phát triển - cùng giữ vững thương hiệu “Teambuilding Xanh” đặc trưng của Bông Cỏ Xanh.

III. KẾT LUẬN

Phát triển sản phẩm du lịch kết hợp hoạt động Teambuilding là hướng đi phù hợp với xu thế du lịch hiện đại, mang lại nhiều lợi ích về kinh tế và giá trị trải nghiệm cho khách hàng. Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Bông Cỏ Xanh dù còn non trẻ nhưng đã có tiềm năng và nền tảng để khai thác hiệu quả loại hình này. Để nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị trường, công ty cần chú trọng đầu tư vào sản phẩm, nhân lực, thương hiệu, truyền thông và hợp tác chiến lược. Đây sẽ là cơ sở quan trọng giúp công ty phát triển bền vững trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Tổng cục Du lịch Việt Nam (2023), *Báo cáo thường niên ngành Du lịch Việt Nam năm 2022*, NXB Văn hóa Thông tin.
- Nguyễn Văn Đỉnh (2020), *Tổ chức và điều hành tour du lịch*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Trần Thị Lan Hương (2019), “Du lịch trải nghiệm và xu hướng phát triển tại Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Khoa học Du lịch*, Số 26, tr. 15–21.
- Nguyễn Thanh Bình (2021), *Marketing du lịch – Từ lý thuyết đến thực tiễn*, NXB Thống kê.