

## ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТИМБИЛДИНГ-ТУРОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Королева М.Д.*

Белорусский государственный университет физической культуры  
Республика Беларусь, Минск

**Аннотация.** Тимбилдинг-туры становятся все более популярным видом отдыха для компаний и коллективов в Республике Беларусь. Активное развитие, разработка и продвижение тимбилдинг-туров в Республике Беларусь, предполагает оперативное решение целого комплекса существующих проблем: создание перспективного туристического продукта с целью удовлетворения современных потребностей руководителей организаций; рациональное использование природного и социально-культурного наследия Республики Беларусь; учет экономических интересов предприятий туристической сферы с целью получения прибыли; оказание комплексной организационной поддержки предприятиям туристической сферы; вовлечение руководителей крупных организаций в эффективное управление персоналом, увязку интересов туристического бизнеса и руководителей организаций на основе партнерства.

**Ключевые слова:** тимбилдинг, тимбилдинг-тур, сплочение персонала, командообразование.

## THE CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TEAM BUILDING TOURS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

*Korolyova M.D.*

Belarusian State University of Physical Culture  
The Republic of Belarus, Minsk

**Abstract.** Team building tours are becoming an increasingly popular form of recreation for companies and teams in the Republic of Belarus. The active development, development and promotion of team building tours in the Republic of Belarus involves the prompt solution of a whole range of existing problems: the creation of a promising tourist product in order to meet the modern needs of heads of organizations; rational use of the natural and socio-cultural heritage of the Republic of Belarus; consideration of the economic interests of tourism enterprises in order to make a profit; providing comprehensive organizational support to enterprises in the tourism sector; involving the heads of large

organizations in effective personnel management, linking the interests of the tourism business and the heads of organizations on the basis of partnership.

**Keywords:** team building, team building tour, staff cohesion, event lifecycle, development of a team building tour.

Командообразование, появившиеся на стыке 80–90-х годов XX века, стало ответом на резкое усиление конкуренции и глобализацию бизнеса. Вновь возникшие задачи, быстро изменяющиеся условия, рост масштабов бизнеса заставили менеджеров всех уровней адаптировать устоявшиеся привычные формы управления под новую реальность, стать более гибкими и вовремя реагировать на любые изменения.

Улучшить качество управления, усилить рост бизнеса и укрепить конкурентоспособность может хорошо мотивированная командная работа, основанная на принципах сотрудничества и эффективной коммуникации.

Первейшая стратегическая цель любого бизнеса – сформировать команду. Это система, где каждый сотрудник активно участвует в организации и управлении совместной работой на основе взаимопомощи, взаимозаменяемости, общих целей и ценностей, а также коллективной и персональной ответственности за результаты и развитие личного и группового потенциалов. Основным инструментом командообразования является тимбилдинг [1].

Популярность тимбилдингов также выросла на фоне дефицита общения во время режима самоизоляции, возникшего из-за пандемии COVID-19. Благодаря локдауну в мире в 2020–2022 гг. активно развивались онлайн-ивенты, направленные на командообразование на «удаленке».

В 2023 году, когда ограничительные меры по всему миру, в том числе и Республике Беларусь, сняты, особой популярностью вновь стали пользоваться оффлайн активности, направленные на восстановление коммуникации в коллективе.

Для определения перспектив развития тимбилдингов в 2023 году в Республике Беларусь следует установить связи между слабыми и сильными сторонами, а также возможностями и угрозами, для чего необходимо построить матрицу SWOT-анализа.

Качественный анализ перспектив развития проводится с целью изучения названных выше сторон деятельности, открывающихся возможностей и надвигающихся угроз. Сильные и слабые стороны оцениваются в контексте его конкурентоспособности. SWOT-анализ помогает прояснить обстоятельства, в которых развиваются тимбилдинги, в частности, сбалансировать действие внутренних сильных и слабых сторон с действием благоприятных возможностей и угроз (таблица 1).

Таблица 1. – SWOT-анализ перспектив развития тимбилдинг-туров в Республике Беларусь

Сильные стороны развития	Слабые стороны развития
<p>Наличие большого количества ресурсов (кадровых и материальных) для организации тимбилдинг-туров;</p> <p>наличие крупных гостиничных комплексов;</p> <p>развитая транспортная система;</p> <p>развитая инфраструктура питания;</p> <p>заинтересованность руководителей компаний в эффективности работы сотрудников;</p> <p>желание сотрудников компаний больше общаться оффлайн;</p> <p>большое количество компаний, нуждающихся в тимбилдингах;</p> <p>необходимость для руководителей удержания высококвалифицированных сотрудников в компании;</p> <p>наличие целевой аудитории,</p> <p>необходимость привлечения новых сотрудников</p>	<p>Дороговизна организации тимбилдинг-туров;</p> <p>неосведомленность руководителей о преимуществах проведения тимбилдингов;</p> <p>недостаток квалифицированных специалистов в области организации тимбилдинг-туров;</p> <p>подчиненность погодным условиям;</p> <p>недостаток маркетинговых мероприятий;</p> <p>необходимость проведения тимбилдингов в компаниях с демократическим или либеральным стилями управления</p>
Возможности	Угрозы
<p>Привлечение новых сотрудников в компанию;</p> <p>развитие нового направления туристического рынка;</p> <p>совершенствование процесса организации всех тимбилдинг-туров в городе;</p> <p>увеличение интереса к командообразованию и увеличению эффективности работы сотрудников компании; увеличение темпов роста туристического рынка в перспективе;</p> <p>увеличение популярности и узнаваемости компании, для которой организуется тимбилдинг-тур, за счет проведения рекламной компании тимбилдинга;</p>	<p>выход на региональный туристический рынок сильного конкурента;</p> <p>спад в экономике;</p> <p>снижение темпов роста рынка;</p> <p>неблагоприятные изменения в руководстве организаций;</p> <p>изменения во вкусах потребителей;</p> <p>поддержание спроса за счет гибкой информационной политики;</p> <p>поддержание лидирующей позиции за счет активного продвижения</p>

Продолжение таблицы 1

Сильные стороны развития	Слабые стороны развития
разработка и внедрение новых акций и событий в рамках тимбилдинг-тура; привлечение потребителей туристических услуг для покупки других туристических продуктов турагентства или туроператора	

Согласно SWOT-анализу у тимбилдинг-туров в Республике Беларусь достаточно много сильных сторон для развития. Кадровый потенциал, наличие площадок для проведения тимбилдингов, заинтересованность руководителей компаний в эффективности работы сотрудников являются ключевыми преимуществами развития тимбилдинг-туров в Беларуси. Но такие факторы, как спад в экономике и снижение темпов роста туристического рынка являются немаловажными при выборе дальнейшей стратегии продвижения тимбилдинг-тура.

Таким образом, положительные и слабые стороны развития тимбилдинг-туров, которые были обозначены в ходе проведенного анализа, дают возможность спланировать необходимые изменения, слабые стороны необходимо по возможности минимизировать, базируясь прежде всего на имеющихся сильных сторонах. Поддержка сильных сторон, усиление позиции в области, позволит увеличить количество заинтересованных руководителей в проведении тимбилдингов, а, следовательно, и позволит увеличить потенциальную валовую прибыль в будущем. Правильное развитие тимбилдинг-туров по результатам проведенного анализа сможет акцентировать внимание и усилия по развитию сильных сторон и устранению негативных факторов, оперативное руководство и стратегическое планирование позволят избежать возникающих угроз и использовать все возможности, появляющиеся во внешнем окружении. Исходя из анализа сформированы стратегии деятельности, т.е. долгосрочный план по достижению определенных целей в будущем.

1. Мартыянова, Л. М. Профайлинг в действии: руководство по созданию сильной команды / Л. М. Мартыянова. – М.: Концептуал, 2019. – 226 с.