

逢甲大學學生報告 ePaper

員工關係：跨國團隊如何凝聚團隊情感

Relationship of employee : How to rally emotions in
multinational team

作者：董芸廷

系級：企管三甲

學號：D0958472

開課老師：陳信宏

課程名稱：國際人力資源管理

開課系所：國際經營與貿易學系

開課學年： 111 學年度 第 1 學期

中文摘要

隨著時代演進，全球化成了企業營運的重要模式，除了產品製造全球分工外，企業也會在他國成立分公司跨大市佔率，因此企業內開始有各國成員加入團隊。時間、工作習慣、文化等因素都將成為影響跨國團隊運作的衝突。再者，由於近年直播產業蓬勃發展因此本研究將分析直播產業龍頭浪 live，浪 live 的經營理念為「幫助年輕人圓夢」、「打造綠色直播平台」致力於提供全方位的娛樂內容，堅決不靠腥羶色搏眼球，除了分析企業本身也會分析其人才競爭者，包含 Instagram、Youtube、Dcard、半導體產業，本研究也將競爭者訂為標竿企業去學習不同企業的跨國凝聚方式，再根據期刊、雜誌、新聞等資料發想出跨國團隊凝聚情感的方式，本研究最終發想出三種方案去凝聚團隊情感，分別有 Vlog 錄製分享、匿名 Talk、每月團隊互動遊戲時間，此外這幾種方案將合併並設計成一個為期 2 年的專案，2 年的專案實施過後，在沒有疫情風險或其他變數的前提下將執行員工交換之計畫。

關鍵字：直播產業、跨國團隊、凝聚力



Abstract

As time evolves, globalization has become an important mode of business operation. In addition to the global division of labor in product manufacturing, companies will also set up branches in other countries to expand their market share, so that members from different countries will start to join the team. Time, work habits, culture and other factors will become a conflict that affects the operation of multinational teams. Furthermore, since the live streaming industry has been booming in recent years, this study will analyze the leader of the live streaming industry, 浪 live, whose business philosophy is "helping young people fulfill their dreams" and "creating a green live streaming platform" is committed to providing a full range of entertainment content and is determined not to rely on sensational for eyeballs. In addition to analyzing the companies themselves, we will also analyze their competitors, including Instagram, Youtube, Dcard, and semi-conductor industry, and this study will also set the competitors as the benchmark companies to learn the cross-country cohesion methods of different companies, and then develop the ways of cross-country team cohesion based on the data of journals, magazines, and news, etc. This study finally developed three programs to cohesion team emotion, which are Vlog recording and sharing, anonymous talk, and monthly team interaction game time. After the 2-year project is implemented, a staff exchange program will be implemented without epidemic risk or other variables.

Keyword : Cohesion, live streaming industry, multinational team

目次

壹、	浪 live 企業分析.....	4
一、	經營目標.....	4
二、	經營理念.....	4
三、	產品資訊.....	4
貳、	競爭者分析.....	5
一、	Instagram	5
二、	Youtube	6
三、	Dcard	6
四、	半導體產業(以台積電為例).....	6
參、	標竿企業之跨國團隊凝聚情感方式.....	7
一、	Instagram(META).....	7
1.	內部流動計畫.....	7
2.	海報製作.....	8
3.	訓練營.....	8
二、	Youtube(GOOGLE).....	8
1.	線上互動.....	8
2.	亞里斯多德計畫.....	8
三、	Dcard(狄卡科技股份有限公司).....	9
1.	公佈欄.....	9
2.	午餐日.....	9
3.	分享日.....	9
肆、	跨國團隊凝聚情感方式創意發想.....	9
一、	每月互動遊戲時間.....	10
二、	Vlog 錄製分享.....	10
三、	匿名 Talk.....	10
四、	員工交換.....	12
1.	員工旅遊.....	12
2.	專案製作.....	13
3.	預算評估(1 周/1 人).....	14

壹、 浪 live 企業分析

持有人從香港商駿明數位科技，後來持有者為旭瑞文化，現在是國內連接器製造商捷泰精密(現改名為浪凡網路科技)。

一、 經營目標

在 2020 年 5 月，國內連接器製造商捷泰精密宣布收購浪 LIVE 母公司旭瑞文化傳媒，讓浪 LIVE 成為台灣第一家上市的直播公司。

二、 經營理念

2022 年成立浪凡慈善基金會：將資助偏鄉學童，協助他們發展歌唱才藝及運動項目，讓每個孩子都有機會，創造多元發展的可能。例如為紅葉國小尋找傳統歌謠，製作迷你專輯、贊助瑞穗國中少棒隊交通車及設備、提供萬隆國中跆拳道和射箭選手必要的硬體設備和需求。2022 年由浪 LIVE 直播平台出品的台灣迷你劇《浪我在你身邊》，劇情大綱為患有嚴重社交恐慌症的主角透過直播軟體浪 LIVE 得以展現她的才華，也在這中間與父親化解衝突，重拾親情的懷抱。

「浪 Live」以優質才藝做為號召的直播平台，致力於提供全方位的娛樂內容，拒絕情色裸露、政治言論和暴力血腥，堅決不靠腥羶色搏眼球，更建立每日監看及回報機制，嚴加把關平台內的所有直播內容，杜絕任何違規直播，要以清新、健康的形象，打造國內外少有的「綠色直播平台」。如經發現屬違反情節輕微者，公司得先予以飄屏警告，如仍繼續違反，公司將採取以下相應停權處罰，如於七日內未再違規，才重新計算違反次數；惟如違規情節加重者，公司亦得逕行採取前述各類違規之較重處罰。

三、 產品資訊

浪 LIVE 的主要產品為直播互動平台(浪 LIVE)、社群生活平台(POPO 筆記)、聲播社交平台(MurMur)、短影音平台(iM 短影)、遊戲陪玩平台(PlayOne)與沉浸劇本遊戲體驗館(拉普星球)，浪 LIVE 是一家積極與社會串連的企業，他們的節目橫跨政治、戲劇、偶像...。比如：浪 LIVE 超高人氣節目《大人物駕到+》，全新一季首集邀請台北市長參選人黃珊珊擔任闖關嘉賓，她一路連闖四關，拋開偶包和直播主開心互動，也暢談寵物城市的理念；浪 LIVE 大玩健身直播，邀請人氣偶像女團 AKB48 Team TP 挑戰「浪你動起來」減脂大 PK 企劃。浪 LIVE 還特地邀請歌手張若凡、樂天女孩啦啦隊、浪 LIVE 人氣直播主等擔任嘉賓陪練；出品迷你劇、與三立偶像劇合作出借辦公室等。執行長鄭偉柏表示浪 LIVE 將會積極拓展新的收入來源，像是已加入集團的陪玩平台「暴龍陪玩」，以及即將推出、延續 Podcast 潮流的「聲

音直播」產品，網紅電商也會是前進目標，但仍在規劃階段。浪 LIVE 的策略是「全面包覆」，消費者會處於各種不同的娛樂場景，浪 LIVE 都要端出相對應的產品來應對。王冠中也透露，今年首季「浪 LIVE」將以嶄新的科技與用戶互動，品牌 2.0 升級版，帶來全新的直播特色和體驗，業務觸角也將延伸拓展到海外市場，包含香港、中國、日本與泰國，也會加速進行相關領域的併購與投資，期待能更進一步擴大市佔率。

貳、 競爭者分析

競爭者分析我們依據兩個面向去作探討，第一個是人才競爭者、第二個是旗下產品競爭者。

首先在人才競爭者的部分又拆分成兩部分，分別是直播人才和軟體工程師人才，雖然說浪 live 企業組成並非由直播主構成但浪 live 是直播產業，直播主也帶來相當多營收，因此我們認為直播人才也需要被守護，但是浪 live 為台灣直播產業的龍頭因此可以不用擔心直播人才被其他家直播公司搶走，如：17 直播、UP 直播等，綜合以上因素，浪 live 在直播人才的競爭者是 IG、Youtube，雖然兩家企業不會直接以挖腳的方式搶人才，但在直播主已經有眾多粉絲的基礎下，會不會想改以其他平台直播或是成立自我工作室成為 Youtuber 都值得去思考。

第二是軟體工程師人才，企業數位轉型仍有持續成長的趨勢也因此帶動資訊軟體服務業，1111 人力銀行也在 2022 年 10 月指出上市櫃公司第四季釋出破千個職缺擴大徵才幅度高達 15%，在人資課程中有學習過非常多的招募管道，而光是在 1111 人力銀行上開出的職缺就已經有非常多的成長，由此可見軟體工程師非常的欠缺人才，而浪 live 企業能夠擁有非常順暢畫質高的直播畫面得歸功於軟體工程師，除此之外浪 live 企業的組成也多是軟體工程師可知必定會有企業來挖腳軟體工程師，我們認為軟體工程師的人才競爭者有 Dcard、半導體產業。

綜上人才競爭者的討論，人才競爭者分別是 IG、Youtube、Dcard、半導體產業。

一、 Instagram : “to capture and share the world’s moments.”

企業目標: 我們期許 Instagram 能繼續提供一個真實且安全的園地，為大家帶來靈感，讓用戶表達自我。請勿發佈不屬於您的相片和影片，且務必遵守法律。請尊重 Instagram 上的每位用戶，勿傳送垃圾訊息或發佈裸露相片。

優勢：世界上最具影響力的社群媒體、用戶基底龐大、各式各樣的標籤，方便廣告商觸及正確的用戶

劣勢：隱私問題與資料外洩、廣告商投放廣告成效不彰，因為許多人傾向忽視廣告，無法保證廣告商的收益、有限制的市場成長，對安卓裝置的優化較差，照片解析度無法與 ios 版本匹敵。

二、 Youtube：創造更深而真摯的連結

優勢：台灣民眾的日常生活裡「無所不在」、能夠以電視收看

劣勢：較難觸及的中青年族群

行銷策略：透過 Google 旗下 YouTube、Google Play、Google 地圖、Chrome、Android、Gmail 等六大平台相互串連，能透過自動化流程拆解、分析顧客訊息，將原先複雜的訊號重整為清晰的消費者輪廓與顧客正確互動客群成長與獲利能力

三、 Dcard：致力於打造自由自在發言的社群環境，讓用戶 能夠輕易找到屬於自己的舒適圈

優勢：以 Facebook 和 Instagram 兩個社群平台舉例，Facebook 使用者年齡層較廣，職場、家庭生活類型的文章更容易引起共鳴；Instagram 的受眾較年輕，因此新生季、大學生活、社會新鮮人相關貼文則較適合在此發佈。

劣勢：Dcard 在帳號資料保密、匿名性或許做得更完整，針對網路的言論如謾罵、違反社群規則的假消息等，也須有人花更多心力管理。其實這點不論是在哪個社群平台，言論自由與言論審查的界線如何拿捏，也是相當重要的課題。

關鍵活動：Dcard 為一項互聯網產品，其背後所包含的運營體系為數據管理、產品管理、內容管理、平台運營與維護等，Dcard 才能夠持續地提供會員產品與服務。

四、 半導體產業(以台積電為例)

企業使命：致力提供客戶最好的服務，以成為讓客戶無後顧之憂的合作夥伴為本，積極協助客戶成功。為此，台積電公司建立一個全力以赴的客戶服務團隊，每個階段皆有專屬的協調溝通窗口，提供最即時

的協助，創造最佳的客戶服務經驗；同時針對客戶機密資訊給予最高規格的保護，持續贏得客戶信任

優勢：技術領先，規模有遠大於競爭對手、晶圓代工市場佔全世界 53%、在生產規模、客戶結構、生態體系都有結構性優勢

劣勢：進入後摩爾時代因此摩爾定律成本優勢已經告終、台積電所使用之系統軟體設備老舊經常性當機出錯、人成缺口仍大。

探討完人才競爭者接著是旗下產品競爭者，我們從浪 live 旗下眾多產品中挑出兩個來討論，一個是社群生活平台(POPO 筆記)、一個是拉普星球 沉浸劇本遊戲館，但是在探討 POPO 筆記的過程中發現，POPO 筆記又被民眾稱為台版小紅書，我們也發現目前台灣除了 POPO 筆記尚無類似此款社群生活平台，因此 POPO 筆記的競爭者為小紅書，但是小紅書是較針對中國市場，POPO 筆記是台灣市場，所以最後沒有將小紅書訂為產品競爭者；拉普星球在台北、台中都有分館，然而其他的遊戲館如：BGLarp 實競推理館、遊域沉浸故事體驗館等分館都只在一個地區，所以論分館、Google 搜尋難易拉普星球都無人能敵因此目前也是沒有競爭者的狀態，只是未來須持續留意避免被這些潛在競爭者急起直追。

參、 標竿企業之跨國團隊凝聚情感方式

標竿企業分別是 Instagram、YouTube、Dcard，會選擇這三家企業是考量人才競爭者包含工程師與直播主。由於 Instagram 的母公司是 META 而 YouTube 的母公司為 GOOGLE，因此在查詢標竿企業之跨國團隊凝聚情感方式時是以母公司為關鍵字做搜索。

分析標竿企業之跨國團隊凝聚方法的主因是要找出值得學習的凝聚方式，比如在 YOUTUBE(GOOGLE)的凝聚方式中，其中一項是亞里斯多德計畫，這引發出我們的創意讓我們設想出匿名 TALK 的跨國凝聚方式，以下將詳細說明標竿企業之跨國凝聚方式以及創意發想。

一、 Instagram(META)

1. 內部流動計畫

內部流動計畫可以幫助公司降低招聘成本，降低員工直接跳槽的可能性，並創造出良好的公司文化，對內提高員工的敬業度與保留率，對外建立良好的雇主品牌，Meta 也利用此計畫凝聚跨國團隊。

2. 海報製作

海報是 Facebook 工作環境中很重要的一環，體現了 Facebook 的文化和思想，並傳達有價值的想法和訊息，因此 Facebook 鼓勵員工與 Analog Research Lab 的團隊合作設計海報及印刷。

海報張貼的方式與位置決定了它所帶來的附加價值及影響性。員工可自行在適當區域張貼海報，也可以將自己設計海報寄送到其他地區的 Facebook 辦公室張貼，在潛移默化之中，增加對其他國家團隊的認識。

3. 訓練營

加入公司的第一及第二天，是所有新進人員的訓練，臉書在全球不同地區，只要是同梯加入的員工，都會在這兩天一起參與訓練，主要訓練內容是介紹公司的文化、價值，凝聚員工間的向心力。

二、 Youtube(GOOGLE)

1. 線上互動

線上延續和拓展人際聯繫，文化長 Sullivan 認為，這比純粹提供物質福利更能促進團隊的熱情。為此，居家辦公期間，Google 將很多原有的線下活動搬到了線上，其參與範圍也打破了辦公室的地域隔閡，例如線上健身課、LunchNinja（隨機匹配不同職務部門員工共用午餐）等。「g2g」（Googler-to-Googler）也發展成為全球員工相互展示和教授才藝技能的線上空間，其主題從硬派的 Python 編程到生活化的帶小孩技巧等；中國辦公室的同事還貢獻了私藏的料理食譜和電影片單。

2. 亞里斯多德計畫

Google 網站可靠性經理 Matt Sakaguchi 帶領的團隊成員聰明而優秀，但聚在一起時卻無法好好合作，也認為團隊氣氛並不好。在會議上，他向眾人分享過去的生活，並坦承自己罹患第四期癌症，訴說一路抗癌的心路歷程。其他人則驚訝不已，相處這麼久卻不知道 Sakaguchi 竟罹癌。氣氛頓時溫暖、軟化，每個人接著逐一分享自己的生活經歷。大約一個月之後，團隊的效率大幅提升，彼此交往狀況變得良好，更成為 Sakaguchi 在矽谷待過最好的團隊。大部分的工作場合鮮少有讓同事交流情感的機會，而心理安全正是透過彼此開誠布公來推進。Sakaguchi 指出，當你聽到對方曾經歷過的事情，會開始將他們視為「人」，而不再僅僅是「同事」。

一、 每月互動遊戲時間

雜誌數位時代指出「大家只在視訊會議上碰頭、或須要討論公事時聯絡彼此，總少了一點團隊凝聚力。這也是為什麼許多公司會重視慶功宴、慶生、尾牙等「團隊建設活動」(team building)，好的 team building 能帶來以下好處 1.增進溝通效率 2.優化工作產能 3.提升工作滿意度和留任率 4.樹立良好職場文化」。

根據此雜誌所述我們希望制定每月互動遊戲時間，我們將每月最後一個星期一作為每月團隊互動遊戲時間，會挑選星期一是根據商周在 2022 年 12 月的文章指出擊退悲傷星期一的其中一個方法是玩耍、微笑對抗壓力。文章寫道「無聊又沉悶的職場，只會損害團隊的合作意識，也無法減輕壓力。此外，全球頂尖設計公司 IDEO 研究發現，團體遊戲、原型實作、講故事、鼓勵運動的靈活工作場所，都能正向刺激實驗性與冒險精神，並培養員工的同理心」。

設計在每月最後一個星期一的下午 1 點到 2 點強制員工進行視訊遊戲，將利用跨國團隊成員隨機分組兩兩一隊的方式，讓不同國家的成員能藉由遊戲時間互動，遊戲時間會讓 HR 當場進行隨機抽籤分組並控制遊戲時間以及計算分數，目前規劃出兩款互動小遊戲：第一款猜謎(兩地語言大解密)、第二款比手畫腳，目前先以這兩款互動小遊戲進行，之後會依據實際實施狀況發想新遊戲或請員工提供小遊戲。為了提高員工參與度，我們預計每半年記分一次，最高分的前 4 名會有餐廳餐券、精美下午茶或獎金 1000 元。

二、 Vlog 錄製分享

經理人雜誌指出跨國團隊會有時區、語言、文化等問題，而文化差異造成誤解，加深成員隔閡。我們的 Vlog 錄製分享目的即是讓跨國成員了解彼此文化作息，並以此增進彼此情感。Vlog 的錄製會有兩個面向，第一個是一天的生活、第二個是介紹國家。在一天的生活 vlog 中會請各國成員各派一名拍攝自己一天工作的 vlog，我們希望以此方案讓各國成員了解不同文化下的生活作息、工作方式會有那些不同；在介紹國家的 vlog 中會提供給各國成員一整天的帶薪旅遊時間(比如星期五)，在這支 vlog 中會拍攝自己國家的知名景點、特色文物、小吃，我們期待藉由這支 vlog 讓跨國成員了解彼此的國家。員工錄製完 vlog 後會請員工進行簡單的剪輯，我們也提供一些簡單的免費剪輯軟體，有 CapCut、InShot、小影等。

三、 匿名 Talk

根據天下雜誌子網站換日線在 2022 年 4 月的文章指出「如果人資不刻意安排一個時間讓大家在線上相聚，許多員工可能永遠沒有和彼此說到話的機會」，另外匿名 Talk 的發想也參考自我揭露的概念，根據經理人雜誌 2014 年 12 月的文章指出「透過自我揭露與他人回饋，個人的開放自我會逐漸擴張，人際溝通也會愈容易。因為當開放自我愈大，人與人的互動便能建立在彼此理解的基礎上，減少猜忌或誤解，使得合作更有效率，工作成效更高。因此，每個組織成員都應該以盡量擴大開放自我的範圍為目標，增加組織競爭力。如果你身為部門主管或公司領導人，更有責任要營造開放、溝通無礙的組織文化和工作氣氛，讓成員能自在地分享自我，並適當地給予他人建議」。

會發想出這樣的方式是因為平常在課程中有許多團隊合作製作報告的機會，然而卻經常遇到組員因為個性或其他因素導致她不敢向其他人表達自我意見，或是組員們對某人的表現有所意見卻不敢明講，久而久之這些都會變成小組紛爭的未爆彈，因此才設計用匿名的方式讓大家可以勇於發表自我的想法。

綜上資料所述，我們計畫創立一個 Line 社群並設定匿名加入，令員工們在遇到爭執時若有無法直接溝通的狀況使用，或是讓員工們匿名分享該段時間所發現的問題或是期望改善的地方。我們期望以不具名的方式令眾人無須擔心他人壓力，以較為理性客觀的方式去化解當的問題或衝突。

為了讓員工充分使用此社群，我們設計半年一次讓員工充分討論，期望由有心理背景的 HR 帶領大家進行，以下將以表格的形式說明一場匿名 Talk(1 個小時)的活動流程

所需時間	活動
20 分鐘	互動: 興趣或嗜好(引發持續對話的動機)
40 分鐘	溝通建議: 工作狀況

在匿名 Talk 的活動安排上我們參考了資訊社會研究網路親密關係中的自我揭露期刊(谷玲玲, 2013)，期刊指出「家庭背景、生活環境或習性等適合破冰的話題。此外，共同興趣或嗜好容易給對方「聊得來」的感覺，引發持續對話的動機，比如話題始於共同愛好的日本動漫、遊戲、音樂、文學、體育、寵物等。」

以上 2 年的專案實施過後，在沒有疫情風險或其他變數的前提下

執行員工交換之計畫。

四、 員工交換

根據資訊管理學報跨國虛擬團隊互動與效能之關係研究(王精文, 2009)指出「促進團隊溝通能有效提升團隊的績效表現、信任感或滿意度。而團隊中若有共同分享的社會規範、頻繁的討論與回饋、意見分享經驗等要素,也都會促進成員間的合作及發展相互信任感」,在該篇期刊也提出「本研究建議企業在跨國虛擬團隊的運作管理中,可安排成員有面對面的討論機會,以增強團隊成員間的互動與信任」,除此之外根據今周刊 2022 年 3 月的文章指出「物理距離必定會和心理距離同時存在,心理距離,指的是人與人之間的情感連結或認知連結有多緊密。如果人們能彼此理解或同理,那麼心理距離就是短的,人們可透過這種同理連結,修復不可避免的分歧」根據此篇文章之論點反推若縮短物理距離將有助於縮短心理距離。小組參考期刊之建議以及文章之敘述發想出跨國員工交換的方式去增進團隊情感,由於目前浪 live 的跨國團隊成員為台北與上海,在只有橫跨兩國的前提下可以直接用員工交換的方式,如:台北團隊之兩名成員與上海團隊之兩名成員交換,小組規劃為交換時長一周,在這 5 天的時間內該跨國團隊需完成一個迷你專案,藉由迷你專案的製作加深對彼此的認識,完成專案後兩天為旅遊時間,由本國團隊成員作為導遊帶領兩位交換員工出遊並認識該國文化;而我們認為跨國交換的方式可以讓雙方國家的成員認識對方的文化、溝通方式、工作習慣等。

考量到浪 LIVE 未來跨國團隊的擴充,員工交換的方式會變得太過複雜,因此可以採用員工旅遊的形式,如:舉辦上海、日本、東南亞團隊成員員工旅遊,讓這些成員來到台灣一樣藉由迷你專案製作的方式讓大家能有面對面溝通的機會藉此去加深對彼此文化、工作模式的認識,接下來將針對員工旅遊、專案製作、預算評估做詳細說明

1. 員工旅遊

國境漸開出國盛行,但是染疫風險還是極高,因此不建議在此階段施行此方案,在未來若染疫風險極低,可以參考此做法。利用員工旅遊的方式帶公司員工到對方的國家認識當地文化,體驗當地生活。我們設計的是一場時長 7 天的員工旅遊,在 7 天內有 4 天的時間在製作迷你專案,剩餘的時間由當地員工帶領跨國成員旅遊,由於員工旅遊的本體還是旅遊因此在行程安排的部分會排的較為寬鬆,更多的是旅遊以及自主活動時間。

第一天	第二天	第三天	第四天	第五天	第六天	第七天
早上 11 點抵達台灣	早上 9 點 小組專案 討論	早上 9 點 小組專案 討論	早上 9 點 小組專案 討論	早上 10 點半專 案發表	旅遊	旅遊
中午 12 點半全體成員用餐	中午 12 點 用餐	中午 12 點 用餐	中午 12 點 用餐	中午 12 點 用餐	旅遊	旅遊
下午兩點公司參觀、由 HR 說明 7 日的規畫	下午兩點到下午六點討論專案	下午兩點到下午六點討論專案	下午兩點到下午六點討論專案	旅遊	旅遊	旅遊
下午三點說明專案	六點過後自由活動	六點過後自由活動	六點過後自由活動	旅遊	旅遊	下午五點跨國成員抵達機場準備返國
下午三點半到下午六點半團隊專案討論						

2. 專案製作

若參考 META 的跨國團隊成員凝聚方式，將利用製作海報的方式讓成員互動，但我們考慮到以下因素因此改用製作方案的方式：(1) 與團隊成員本身工作內容無關 (2) 限制部分成員團隊合作上的發揮 因為海報製作會與美感、繪圖、色彩辨識等能力相關，然而不是每個人在美術技巧上都有所天分 (3) 實際互動時間較少

到了對方的公司，由 HR 設計一個迷你專案，迷你專案將利用過往實際專案進行調整設計成新專案，或該團隊過去若曾在某專案製作上發生衝突，將利用該專案重新設計成迷你專案，透過實際面

對面的互動達到團隊合作以此完成一項專案，除了可以增進員工彼此情感還可以發揮自己所擅長的項目。在第四天上午將有一個發表會，對 HR 以及該團隊直屬主管進行發表，HR 也能利用發表會評斷 透過這次實際上的互動有無增加專案品質。

3. 預算評估(1 周/1 人)

預算評估將分別以中國為旅遊地以及台灣為旅遊地做計算。

首先中國預算評估的部分我們參考留學生的預算花費得出所需費用，此預算評估是以中國為旅遊地點因此有人民幣以及台幣的換算，我們是以一周一人為單位做計算。

項目／一人花費	人民幣	台幣	備註
交通費	5,679.97 元	25,000 元	來回機票 24,000 元+當地陸地通勤費
住宿費	2,385.59 元	10,500 元	一天 3000 元*7 天(兩人一間)
伙食費	795.2 元	3,500 元	一天 500 元*7 天
通訊費	80 元	349 元	8 天 5G 上網不限速
總計	8,940.76 元	39,349 元	

以下的表格將說明以台灣為旅遊地點之預算評估

項目／一人花費	台幣	備註
交通費	24,780 元	來回機票 24,000 元+當地陸地通勤費(捷運 72 小時票 380 元+悠遊卡含 400 儲值金)
住宿費	8,820 元	一天 3780(三人)元*7 天 (參考宜家商旅)
伙食費	3,500 元	一天 500 元*7 天
通訊費	500 元	7 天遊客台灣上網卡(SIM 卡)
總計	34,849 元	

參考文獻

1. 王精文、廖述嘉、范凱棠、李珍玫、林栢章(2009)。跨國虛擬團隊互動與效能之關係研究，資訊管理學報 16 卷 2 期，1-24
2. 林東清、楊玉琪、吳盛(2002)。虛擬團隊成員互動行為對合作績效影響之研究，台大管理論叢 13 卷 1 期，187-226
3. 谷玲玲(2013)。網路親密關係中的自我揭露，資訊社會研究 24 期，1-26
4. 陳品融(2022 年 4 月 15 日) 一台吸塵器，竟讓整個部門都沸騰了？遠距工作模式下，跨國企業如何接招。換日線雜誌，取自一台吸塵器，竟讓整個部門都沸騰了？遠距工作模式下，跨國企業如何接招 | 讀者太太／英國職場放大鏡 | 換日線 (cw.com.tw)
5. 采黛爾·尼利(2002 年 3 月 29) 二十七個國家、十八種語言，跨國團隊要如何克服差異，邁向成功？今周刊，取自二十七個國家、十八種語言，跨國團隊要如何克服差異，邁向成功？ - 今周刊 (businessstoday.com.tw)
6. 吳硯文(2014 年 12 月 19 日) 有效的人際溝通，從自我揭露與他人回饋開始。經理人雜誌，取自有效的人際溝通，從自我揭露與他人回饋開始 | 經理人 (managertoday.com.tw)
7. 文潔琳(2021 年 7 月 18 日) 在家辦公跟同事疏遠了？線上 team building 助團隊找回凝聚力，5 種活動一次看。數位時代雜誌，取自在家辦公跟同事疏遠了？線上 team building 助團隊找回凝聚力，5 種活動一次看 (bnext.com.tw)
8. 邱韞蓁(2022 年 12 月 5 日) 上班不專注，可以擊退 Monday Blue！什麼是邊工作邊紓壓的「假期心態」？。商業周刊，取自上班不專注，可以擊退 Monday Blue！什麼是邊工作邊紓壓的「假期心態」？ (yahoo.com)
9. (2019 年 9 月 12 日) 直擊 Dcard 工作環境，想在哪辦公都可以、每週三還可選擇在家工作。加分誌，取自直擊 Dcard 工作環境，想在哪辦公都可以、每週三還可選擇在家工作 (myplus.com.tw)
10. 彭睦潔，安全溫暖的匿名社群 讓年輕人產生共鳴。台灣就業通，取自台灣就業通 - 找人才 -- 安全溫暖的匿名社群 讓年輕人產生共鳴 (taiwanjobs.gov.tw)
11. 經理人月刊(2018 年 9 月 16 日) Google 研究 115 組團隊，得出打造高效戰隊的 5 大關鍵。科技新報，取自 Google 研究 115 組團隊，得出打造高效戰隊的 5 大關鍵 | TechNews 科技新報
12. (2021 年 9 月 22 日) 【專訪】全球停工日、隨機配對午餐…Google 文化長到底在做什麼？數位時代雜誌，取自【專訪】全球停工日、隨機配對午餐…Google 文化長到底在做什麼？ (bnext.com.tw)
13. (2019 年 5 月 10 日) 在美國 Facebook 總部工作，是什麼滋味？——我入職兩年半來的體驗分享。換日線雜誌，取自在美國 Facebook 總部工作，是

什麼滋味？——我入職兩年半來的體驗分享 | 半路出家軟體工程師在矽谷 | 換日線 (cw.com.tw)

14. Stephie Chiu(2019 年 5 月 8 日) Facebook 總公司親自解答！用視覺溝通 企業文化，臉書辦公室逾百張海報後的秘密。Shopping Design，取自 <https://www.shoppingdesign.com.tw/post/view/4126?>

15 劉潤(2021 年 4 月 23 日) 一團和氣，反而是團隊的危機？劉潤：讓團隊更有效率的方法是「鼓勵衝突」！商業週刊，取自一團和氣，反而是團隊的危機？劉潤：讓團隊更有效率的方法是「鼓勵衝突」！—劉潤專欄 | 商周 (businessweekly.com.tw)

16. Klook 台灣交通必備悠遊卡 (台灣桃園機場領取)，取自 <https://www.klook.com/zh-TW/activity/5777-public-transport-easycard-taipei/>

17. Metro Taipei，取自 <https://web.metro.taipei/event/taipeianytime2022/>

18. 人生通訊局，[短期上網] 2022 年台灣上網方案整理懶人包，取自 https://www.beurlife.com/2020/03/taiwan-short-term-wifi-sim-plan.html#yi_miao_kan_wan_duan_qi_tai_wan_shang_wang_fang_an_bi_jiao

19. Blind，Meta/FB Internal mobility，取自 Meta/FB Internal mobility - Blind (teamblind.com)

