

THỰC TRẠNG ĐỘNG CƠ TẬP LUYỆN VÀ MÔN THỂ THAO ƯA THÍCH CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG DỊCH VỤ THỂ DỤC THỂ THAO TẠI BẮC NINH THỜI ĐIỂM NĂM 2024

Nguyễn Ngọc Tuấn⁽¹⁾; Trần Trung⁽¹⁾
Trần Văn Trường⁽¹⁾; Nguyễn Thu Hương⁽¹⁾

Thông tin bài báo:

Ngày nhận bài: 25/10/2025

Ngày phản biện: 12/11/2025

Ngày đăng: 22/12/2025

Tác giả liên hệ:

Nguyễn Ngọc Tuấn

Email: tuan.dhtdtbn@gmail.com

Tập 15, số 6 (2025), trang 14-18

DOI: <https://doi.org/10.64024/upes13956>

Bản quyền © 2025. Bài báo này là công bố Truy cập Mở (Open Access) và được phân phối theo các điều khoản của Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Tóm tắt:

Sử dụng phương pháp điều tra xã hội học, nghiên cứu đã phân tích và đánh giá thực trạng động cơ tập luyện cũng như thị hiếu lựa chọn môn thể thao của người tiêu dùng dịch vụ TDTT tỉnh Bắc Ninh thời điểm năm 2024. Kết quả cho thấy, động cơ của người tiêu dùng chủ yếu được hình thành từ nhận thức sâu sắc về lợi ích sức khỏe, với xu hướng ưu tiên các môn thể thao cá nhân, có tính linh hoạt cao như Chạy bộ, Đi bộ (cho thể thao quần chúng) và Bơi lội. Đây là cơ sở thực tiễn quan trọng giúp các nhà cung cấp dịch vụ hoạch định chiến lược tiếp cận thị trường, từ đó đề xuất giải pháp gia tăng năng lực cạnh tranh và tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh.

Từ khóa: động cơ tập luyện, môn thể thao ưa thích, người tiêu dùng dịch vụ TDTT Bắc Ninh.

Current status of consumers' motivation and favorite type of sports in terms of sports services in Bac Ninh in 2024

Nguyen Ngoc Tuan⁽¹⁾; Tran Trung⁽¹⁾
Tran Van Truong⁽¹⁾; Nguyen Thu Huong⁽¹⁾

Article Information:

Received: 25/10/2025

Review date: 12/11/2025

Published: 22/12/2025

Corresponding Author:

Nguyen Ngoc Tuan

Email: tuan.dhtdtbn@gmail.com

Vol 15, Issue 6 (2025), pp 14-18

DOI: <https://doi.org/10.64024/upes13956>

Copyright © 2025. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Summary:

Using the sociological survey technique, the study analyzed and evaluated the current status of consumers' motivation and favorite type of sports in terms of sports services in Bac Ninh in 2024. The results show that consumer motivation is primarily formed from a strong awareness of health benefits, with a tendency to prioritize individual sports with high flexibility, such as running and walking (for mass sports) and swimming. This serves as an important practical basis to assist service providers in formulating market approach strategies, thereby proposing solutions to enhance competitiveness and optimize business effectiveness.

Keywords: training motivation, favorite type of sports, consumers of sports services in Bac Ninh.

⁽¹⁾TS Trường Đại học TDTT Bắc Ninh

ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong nền kinh tế hàng hóa hiện nay, Thể dục thể thao (TDTT) nước ta đã từng bước trở thành một ngành kinh tế. Các hoạt động dịch vụ TDTT không chỉ tạo ra sản phẩm thỏa mãn nhu cầu giải trí mà còn mang lại giá trị thiết thực về sức khỏe và tinh thần. Sự chuyển biến tư duy này đã thúc đẩy các hoạt động TDTT phát triển phong phú, đa dạng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội. Do đó, để nâng cao hiệu quả kinh doanh, các cơ sở kinh doanh dịch vụ TDTT cần coi trọng công tác nghiên cứu thị trường, đặc biệt là phân tích kỳ vọng và thị hiếu của khách hàng. Đây là căn cứ thực tiễn quan trọng giúp các nhà quản lý xây dựng chiến lược, đề xuất giải pháp phù hợp nhằm gia tăng năng lực cạnh tranh và khẳng định thương hiệu dịch vụ TDTT tại Bắc Ninh.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng các phương pháp: phân tích và tổng hợp tài liệu, điều tra xã hội học và toán học thống kê.

Mẫu khảo sát: gồm 208 người đang sử dụng các dịch vụ TDTT trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh, tập trung chủ yếu vào nhóm người trưởng thành (độ tuổi 31–50 chiếm 68%), có trình độ học vấn cao (trên 80% từ trung cấp trở lên) và thu nhập ổn định (nhóm 10–20 triệu đồng/tháng chiếm 57,69%). Những đặc điểm nhân khẩu học này cho thấy đây là phân khúc khách hàng tiềm năng cho các mô hình dịch vụ TDTT hiện đại, chuyên nghiệp và định hướng sức khỏe toàn diện.

Thời điểm khảo sát: năm 2024.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN

Để đánh giá kỳ vọng của người tiêu dùng đối với hoạt động TDTT tại tỉnh Bắc Ninh, nghiên cứu khảo sát tập trung vào hai vấn đề chính: (1) Động cơ thúc đẩy sự tham gia tập luyện; và (2) Mức độ tham gia đối với các loại hình thể thao cụ thể.

1. Động cơ tập luyện của người tiêu dùng dịch vụ TDTT tỉnh Bắc Ninh

Về mặt lý thuyết, kỳ vọng của người sử dụng dịch vụ được phân loại dựa trên năng lực phục vụ và mức độ sẵn sàng đáp ứng của nhà cung cấp. Việc phân tích kỳ vọng và các đặc trưng cơ bản của nó đóng vai trò nền tảng trong việc xây dựng

chiến lược marketing. Khi kỳ vọng chuyển hóa thành động lực và nhu cầu được đáp ứng, nó sẽ thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ, đồng thời giúp các đơn vị kinh doanh nâng cao năng lực cạnh tranh và vị thế trên thị trường. Kết quả khảo sát thông qua phỏng vấn trình bày tại bảng 1.

Kết quả thống kê tại bảng 1 cho thấy:

Ưu tiên số 1 của nhóm đối tượng khảo sát là tăng cường sức khỏe, phòng và chữa bệnh. Đây là động cơ quan trọng nhất thúc đẩy người dân Bắc Ninh tham gia tập luyện TDTT. Việc 100% người được hỏi đều coi đây là "Quan trọng" hoặc "Rất quan trọng" cho thấy nhận thức tích cực và sâu sắc về lợi ích sức khỏe của việc tập luyện;

Tiếp đến là mong muốn có cơ thể cân đối. Việc cải thiện vóc dáng là một động lực cực kỳ mạnh mẽ với 138 người (66,35%) cho là "Rất quan trọng" và 70 người (33,65%) cho là "Quan trọng". Điều này phản ánh xu hướng xã hội của người tham gia tập luyện rất chú trọng đến ngoại hình và thể chất trong xã hội hiện đại;

Mục đích nâng cao năng lực vận động, nâng cao thành tích thể thao cũng là động cơ được đánh giá cao - xếp hạng 3 (đạt 88,08% điểm tối đa). Điều này cho thấy người dân không chỉ tập luyện cho khỏe, đẹp mà còn hướng đến việc nâng cao kỹ năng và hiệu suất thể thao;

Sau đó là các động cơ như: Giải tỏa căng thẳng/ Giải trí (87,88%), phản ánh TDTT được xem là một phương tiện hiệu quả để thư giãn và giải trí; Do yêu cầu công việc (86,15%), điều này có thể liên quan đến các ngành nghề đòi hỏi thể chất tốt hoặc có yêu cầu duy trì sức khỏe, hình thái để đáp ứng nhu cầu công việc;

Các yếu tố tác động từ bên ngoài có mức độ ảnh hưởng thấp hơn so với các nhu cầu tự thân người dân như: Do ảnh hưởng gia đình/ bạn bè (85,19%); Do ảnh hưởng của phương tiện truyền thông (77,50%); Do ảnh hưởng của thần tượng thể thao (77,12%) và cuối cùng là các động cơ khác với tổng điểm 516 (chiếm 49,62% so với tối đa). Đáng lưu ý, ở các yếu tố này, tỷ lệ người đánh giá "Bình thường" tăng cao (từ 22,12% đến 42,31%). Điều này cho thấy đối với khách hàng tập luyện TDTT tại Bắc Ninh, các yếu tố trào lưu hoặc thần tượng chỉ đóng vai trò hỗ trợ, không phải là động cơ tiên quyết.

Bảng 1. Thực trạng động cơ tham gia tập luyện của người tiêu dùng dịch vụ TDTT tỉnh Bắc Ninh (n=208)

TT	Động cơ tham gia	Mức độ ưu tiên										Tổng điểm	% điểm tối đa	Xếp hạng
		Rất quan trọng (5 điểm)		Quan trọng (4 điểm)		Bình thường (3 điểm)		Không quan trọng (2 điểm)		Rất không quan trọng (1 điểm)				
		m _i	%	m _i	%	m _i	%	m _i	%	m _i	%			
1	Tăng cường sức khỏe/ Phòng và chữa bệnh	146	70.19	62	29.81	0	0	0	0	0	0	978	94.04	1
2	Mong muốn có cơ thể cân đối	138	66.35	70	33.65	0	0	0	0	0	0	970	93.27	2
3	Giải tỏa căng thẳng/ Giải trí	86	41.35	118	56.73	4	1.92	0	0	0	0	914	87.88	4
4	Nâng cao năng lực vận động/ Thành tích thể thao	88	42.31	116	55.77	4	1.92	0	0	0	0	916	88.08	3
5	Do yêu cầu công việc	88	42.31	96	46.15	24	11.54	0	0	0	0	896	86.15	5
6	Do ảnh hưởng gia đình/ bạn bè	100	48.08	62	29.81	46	22.12	0	0	0	0	886	85.19	6
7	Do ảnh hưởng của thần tượng thể thao	58	27.88	62	29.81	88	42.31	0	0	0	0	802	77.12	8
8	Do ảnh hưởng của phương tiện truyền thông	56	26.92	70	33.65	82	39.42	0	0	0	0	806	77.5	7
9	Động cơ khác	0	0	28	13.46	44	21.15	136	65.38	0	0	516	49.62	9

Phân tích kết quả nghiên cứu chỉ ra ba đặc điểm chính trong hành vi của người tiêu dùng dịch vụ TDTT tại Bắc Ninh:

Thứ nhất, tính thực dụng thể hiện rõ khi các mục tiêu sức khỏe và thể hình chiếm ưu thế tuyệt đối (>93%), đòi hỏi dịch vụ tập luyện TDTT phải chú trọng đến chất lượng chuyên môn hơn yếu tố giải trí.

Thứ hai, người tiêu dùng ưu tiên nhu cầu sức khỏe và nhu cầu được tôn trọng (cơ thể đẹp, năng lực vận động/ thành tích thể thao) lên cao hơn nhu cầu xã hội (bạn bè rủ rê, thần tượng).

Điều này phù hợp với đặc điểm nhân khẩu học của mẫu khảo sát là nhóm người trưởng thành, có thu nhập và có trình độ, họ có xu hướng tự chủ cao trong các quyết định chăm sóc bản thân.

Thứ ba, truyền thông và thần tượng dù xếp hạng thấp hơn nhưng vẫn là kênh tiếp cận tiềm năng (>77%), tuy nhiên nội dung cần chuyển hướng sang quảng bá lối sống lành mạnh để kích thích trực tiếp vào động cơ cốt lõi của người tập.

2. Môn thể thao ưa thích của người tiêu dùng dịch vụ thể thao tỉnh Bắc Ninh

Cùng với động cơ tham tập luyện TDTT thì mức độ tham gia/ ưa thích đối với các môn thể thao, loại hình vận động cũng được chúng tôi quan tâm đưa vào nội dung phỏng vấn. Kết quả phỏng vấn được trình bày tại bảng 2.

Số liệu thống kê tại bảng 2 phản ánh bức tranh đa dạng về nhu cầu tập luyện của 208 đối tượng khảo sát. Dựa trên mức độ ưu tiên (tổng điểm và tỷ lệ % so với điểm tối đa), các môn thể thao có thể được phân thành 3 nhóm chính:

1. Nhóm các môn thể thao chu kỳ và sức bền (hạng 1–3)

Người tiêu dùng dịch vụ thể thao tại Bắc Ninh đặc biệt ưa chuộng các môn thể thao cá nhân, dễ tiếp cận và tốt cho sức khỏe. Đứng đầu là Chạy bộ với tổng điểm 534, đạt 85,58% điểm tối đa, trong đó có 67,31% người lựa chọn tập ở mức độ "Nhiều", đạt tỷ lệ cao nhất trong tất cả các môn. Tiếp theo là Đi bộ cho TTQC (hạng 2, 78,21% điểm tối đa) và Bơi lội (hạng 3, 77,56% điểm tối đa). Bơi lội được yêu thích nhờ những lợi ích toàn diện đối với sức khỏe, tác động thấp lên hệ xương khớp.

Đặc điểm chung của nhóm này là tính linh hoạt cao, không đòi hỏi trang thiết bị phức tạp hay đối tác tập luyện, chủ động, phù hợp với nhu cầu tự rèn luyện sức khỏe.

2. Nhóm xu hướng mới và thẩm mỹ – hình thể (hạng 4–6)

Pickleball bất ngờ vươn lên vị trí thứ 4 trong bảng xếp hạng là một điểm rất đáng chú ý với 69,87% điểm tối đa, cho thấy người tiêu dùng TDTT Bắc Ninh cởi mở với những môn thể thao mới, thu hút nhờ tính giải trí, xã hội, kỹ thuật và luật chơi tương đối dễ làm quen. Sau đó là các môn thiên về xây dựng hình thể, sức mạnh như Thể dục thể hình (Bodybuilding/ Fitness) và Yoga (môn thể thao được yêu thích bởi những lợi ích về sự dẻo dai, cân bằng, giảm căng thẳng và chăm sóc sức khỏe tinh thần) lần lượt giữ vị trí thứ 5 (62,82% điểm tối đa) và thứ 6 (62,50% điểm tối đa). Kết quả cho thấy một bộ phận không nhỏ người tiêu dùng quan tâm đến việc cải thiện vóc dáng, cân bằng tinh thần nên họ sẵn sàng đầu tư thời gian và công sức rèn luyện các môn này.

3. Nhóm thể thao đối kháng và truyền thống (hạng 7 trở xuống)

Các môn thể thao từng được xem là "vua" hoặc rất phổ biến lại có thứ hạng khiêm tốn hơn trong sự lựa chọn của khách hàng: Bóng đá xếp hạng 7 (62,18% điểm tối đa), Tennis hạng 8 (61,22%) và Cầu lông hạng 10 (52,88%). Các môn đòi hỏi kỹ thuật cao hoặc chi phí lớn như Golf, Võ thuật, hay các môn đồng đội (Bóng rổ, Bóng chuyền) nằm ở cuối bảng xếp hạng.

Kết quả phân tích cho thấy ba đặc điểm nổi bật trong xu hướng tiêu dùng TDTT:

Tính tiện lợi là yếu tố quyết định: Các môn thể thao cá nhân (Chạy bộ, Đi bộ, Bơi lội) dẫn đầu nhờ sự linh hoạt về thời gian và tính tự chủ, phù hợp với nhu cầu rèn luyện sức khỏe của nhóm người trưởng thành bận rộn.

Sự phát triển của các môn thể thao xu hướng: "Hiệu ứng Pickleball" minh chứng cho sự dịch chuyển thị hiếu từ các môn truyền thống sang các bộ môn có tính xã hội hóa cao và dễ tiếp cận. Điều này báo hiệu nhu cầu tái cơ cấu hạ tầng sân bãi.

Phân khúc cao cấp cho Thể dục thể hình và Yoga: Nhu cầu về thẩm mỹ và sức khỏe tinh thần tạo ra một thị trường ngách ổn định, nơi khách hàng sẵn sàng chi trả cao cho chất lượng dịch vụ và huấn luyện viên chuyên nghiệp.

Từ đây, các đơn vị cung ứng dịch vụ cần cân nhắc giảm tỷ trọng đầu tư cho các môn đồng đội quy mô lớn để chuyển hướng sang phát triển các không gian đa năng, bể bơi, phòng Gym và đặc biệt là cụm sân Pickleball để bắt kịp nhu cầu thị trường.

KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu khẳng định động cơ tập luyện của người tiêu dùng dịch vụ TDTT tỉnh Bắc Ninh mang tính tích cực và bền vững trên cơ sở nhận thức đúng đắn về vai trò của hoạt động TDTT. Nhu cầu nội tại về sức khỏe và hoàn thiện thể chất giữ vai trò chủ đạo. Thực tế này phản ánh đặc điểm tâm lý của phân khúc khách hàng trưởng thành, có trình độ, đòi hỏi các đơn vị cung ứng phải ưu tiên chất lượng chuyên môn và định hướng truyền thông vào giá trị lối sống tích cực.

Thị hiếu tiêu dùng dịch vụ TDTT tại Bắc Ninh đang có sự chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng ưu tiên tính cá nhân và sự linh hoạt. Các môn thể thao truyền thống dần nhường chỗ cho ba nhóm chủ đạo: nhóm vận động tự chủ (Chạy

Bảng 2. Thực trạng mức độ tham gia tập luyện các môn thể thao của người tiêu dùng dịch vụ TDTT tỉnh Bắc Ninh (n=208)

TT	Môn thể thao	Phương án trả lời						Tổng điểm	% điểm tối đa	Xếp hạng
		Tập nhiều (3 điểm)		Tập vừa (2 điểm)		Tập ít (1 điểm)				
		m _i	%	m _i	%	m _i	%			
1	Bóng đá	48	23.08	84	40.38	76	36.54	388	62.18	7
2	Bóng chuyền	18	8.65	38	18.27	152	73.08	282	45.19	15
3	Bóng bàn	28	13.46	48	23.08	132	63.46	312	50	12
4	Bóng rổ	10	4.81	38	18.27	160	76.92	266	42.63	20
5	Chạy bộ	140	67.31	46	22.12	22	10.58	534	85.58	1
6	Đi bộ (TTQC)	104	50	72	34.62	32	15.38	488	78.21	2
7	Bơi lội	94	45.19	88	42.31	26	12.5	484	77.56	3
8	Cầu lông	24	11.54	74	35.58	110	52.88	330	52.88	10
9	Tennis	46	22.12	82	39.42	80	38.46	382	61.22	8
10	Pickleball	74	35.58	80	38.46	54	25.96	436	69.87	4
11	Thể dục thẩm mỹ	36	17.31	50	24.04	122	58.65	330	52.88	9
12	Thể dục thể hình	68	32.69	48	23.08	92	44.23	392	62.82	5
13	Golf	18	8.65	34	16.35	156	75	278	44.55	18
14	Yoga	50	24.04	82	39.42	76	36.54	390	62.5	6
15	Võ thuật	14	6.73	46	22.12	148	71.15	282	45.19	16
16	Thể dục dưỡng sinh	16	7.69	70	33.65	122	58.65	310	49.68	13
17	Thể dục Aerobic	26	12.5	54	25.96	128	61.54	314	50.32	11
18	Khiêu vũ thể thao	18	8.65	36	17.31	154	74.04	280	44.87	17
19	Múa hiện đại	16	7.69	34	16.35	158	75.96	274	43.91	19
20	Các môn khác	18	8.65	42	20.19	148	71.15	286	45.83	14

bộ, Đi bộ, Bơi), nhóm xu hướng mới (Pickleball) và nhóm thẩm mỹ chuyên sâu (Thể dục thể hình, Yoga). Thực trạng này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc tái cơ cấu hạ tầng dịch vụ, các đơn vị kinh doanh cần chuyển dịch trọng tâm đầu tư từ các môn thể thao đồng đội quy mô lớn sang các mô hình đa năng, hiện đại và bất kỳ trào lưu nhằm đáp ứng thị hiếu thực tiễn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lương, K. Chung. (2011). *Giáo trình kinh tế học TDTT*. Nhà xuất bản Thể dục Thể thao.
2. Nguyễn, X. Sinh. (2006). *Phương pháp nghiên cứu khoa học thể dục thể thao*. Nhà xuất bản Thể dục Thể thao.

3. Nguyễn, T. H. Thanh. (2015). *Các giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh dịch vụ tại một số câu lạc bộ thể dục thể thao quần chúng tại Thành phố Hồ Chí Minh*. (Luận án tiến sĩ giáo dục học). Trường Đại học Thể dục thể thao Bắc Ninh.

4. Ủy ban nhân dân tỉnh Bắc Ninh. (2015). *Quyết định số 102/QĐ-UBND ngày 18 tháng 3 năm 2015 về việc phê duyệt Đề án “Điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch phát triển thể dục, thể thao tỉnh Bắc Ninh đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”*.