MỘT SỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VỀ MỤC ĐÍCH THAM GIA TẬP LUYỆN THỂ DỤC THỂ THAO VÀ ƯU TIÊN CÁC HOẠT ĐỘNG TRONG THỜI GIAN NHÀN RỖI CỦA NGƯỜI DÂN Ở THỊ XÃ TỪ SƠN, BẮC NINH

Nguyễn Thu Hường*

Tóm tắt:

Từ kết quả nghiên cứu đề tài, bài báo tập trung làm rõ về mục đích tham gia tập luyện thể thao và ưu tiên các hoạt động trong thời gian nhàn rỗi của người dân thị xã Từ Sơn tỉnh Bắc Ninh. Đây là những tham số cơ bản đóng vai trò chủ đạo trong sự lựa chọn các dịch vụ thể thao.

Từ khóa: Mục đích, tập luyện, thời gian nhàn rỗi, thị trường, dịch vụ, thể thao, Từ Sơn, Bắc Ninh.

Research outcomes of Sports practice purposes and prior activities in leisure time of people in Tu Son town, Bac Ninh province

Summary:

From the research outcomes, the article focuses on verifying the purpose as participating in Sports practice and the prior activities in leisure time of people in Tu Son town, Bac Ninh province. This is the basic parameter playing a key role in selecting the Sports services.

Keywords: Purpose, practice, leisure time, market, services, Sports, Tu Son town, Bac Ninh province

ĐẶT VẤN ĐỀ

Tiêu dùng là "Sử dụng những của cải vật chất (hoặc phi vật chất) được sáng tạo ra trong quá trình sản xuất để thoả mãn các nhu cầu của xã hội". Tiêu dùng là giai đoạn quan trọng của tái sản xuất. Tiêu dùng có hai loại: Tiêu dùng cho sản xuất và tiêu dùng cho đời sống. Tiêu dùng TDTT thuộc loại tiêu dùng cho đời sống, tiêu dùng cá nhân. Tiêu dùng cá nhân là con người sử dụng những của cải vật chất thuộc sở hữu cá nhân hoặc sản phẩm phi vật chất do xã hội cung ứng để làm thoả mãn nhu cầu tiêu dùng của mình. Ngày nay xu hướng tiêu dùng TDTT tăng lên không ngừng, đòi hỏi Nhà nước và nhân dân phải phát triển và hoàn thiện nền sản xuất, kinh doanh dịch vụ thể dục thể thao để đáp ứng nhu cầu đó. Đặc biệt là tiêu dùng các dịch vụ TDTT.

Tiêu dùng dịch vụ TDTT đang trở thành nhu cầu quan trọng không thể thiếu được trong đời sống của con người nói chung và thị xã Từ Sơn nói riêng. Xác định những yếu tố đặc trưng ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ TDTT của thị xã Từ Sơn tỉnh Bắc Ninh giúp cho chúng ta có cái nhìn tổng thể, khách quan và toàn diện nhằm định hướng quy hoạch phát triển dài hạn TDTT phù hợp với yêu cầu khách quan của xã hội trong giai đoạn hiện nay. Đặc biệt là việc cung cấp các dịch vụ thể thao đáp ứng được nhu cầu của người dân.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu chủ yếu: Phương pháp phân tích và tổng hợp tài liệu; Phương pháp phỏng vấn, toạ đàm; Phương pháp chuyên gia; Phương pháp toán kinh tế; Phương pháp toán học thống kê.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN

Trong năm 2014-2015, chúng tôi tiến hành nghiên cứu thị trường dịch vụ thể thao tại thị xã Từ Sơn, tỉnh Bắc Ninh. Chúng tôi đã tổ chức thu nhận ý kiến và phân tích ý kiến của các tầng lớp xã hội khác nhau trên địa bàn thị xã Từ Sơn, tỉnh Bắc Ninh. Những vấn đề mà chúng tôi đặt ra trong bảng hỏi bao gồm:

- Thể thao có phải là một trong những loại hình phổ cập để mọi người thường sử dụng trong thời gian rảnh rỗi không?

*ThS, Phó Trưởng Khoa sau đại học, Trường Đại học TDTT Bắc Ninh

- Những nguyên nhân nào (nhu cầu nào) đóng vai trò động lực thúc đẩy anh (chị) tham gia tập luyện một loại hình thể thao nhất định nào đó?

- Những tham số cơ bản nào đóng vai trò chủ đạo trong sự lựa chọn các dịch vụ thể thao theo anh (chị)?

- Những cách thức nào trong công tác marketing dịch vụ TDTT theo anh (chị) thể hiện sự hiệu quả nhất ở thị xã Từ Sơn, tỉnh Bắc Ninh?

Kết quả mà chúng tôi thu nhận được trong khi tiến hành phỏng vấn (thông qua phiếu điều tra xã hội học, với phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên). Những người được phỏng vấn được chia theo nhóm về giới, độ tuổi, bình quân thu nhập, và nghề nghiệp. Ngoài những đối tượng nêu trên, chúng tôi còn tiến hành phỏng vấn một số người tập thường xuyên của các câu lạc bộ thể hình, bóng đá, quần vợt... ở thị xã Từ Sơn, tỉnh Bắc Ninh.

Phiếu thăm dò dư luận (phiếu điều tra xã hội học) bao gồm 10 câu hỏi đóng và 3 câu hỏi mở. Những câu hỏi trên được soạn thảo một cách rõ ràng, không đa nghĩa, đảm bảo sẽ thu nhận được sự tập trung ý kiến của người được hỏi.

Kết quả thu nhận được rất hữu ích, đặc biệt là những vấn đề sau:

- Những tham số (chỉ số) cơ bản đóng vai trò chủ đạo trong sự lựa chọn các dịch vụ thể thao.

- Hiệu quả của hình thức giao tiếp trong công tác marketing.

Những vấn đề trên là cơ sở minh hoạ một cách khá rõ ràng một số đặc trưng cơ bản của thị trường dịch vụ thể thao và các hoạt động marketing dịch vụ thể thao.

Trong quá trình nghiên cứu, cũng như khi soạn thảo bảng hỏi chúng tôi nêu ra một số mục đích khi tham gia các hoạt động thể thao hay sử dụng các dịch vụ thể thao:

a. Muốn có sức khoẻ;
b. Để có một ngoại hình cân đối;
c. Để giải trí;
d. Yêu thích giao tiếp/ làm quen với người khác;
e. Đơn giản chỉ là sự thể hiện bản thân;
f. Nâng cao thành tích thể thao;
g. Và các mục đích khác.

Chúng tôi tôn trọng và đã dự liệu đến các phương án trả lời có thể theo những xu hướng khác nhau của nhu cầu sử dụng dịch vụ TDTT. Những nhu cầu sử dụng dịch vụ TDTT có thể được phân thành: có khả năng sẽ được phục vụ, và khả năng sẵn sàng được đáp ứng. Chính nhu cầu và những đặc trưng cơ bản của nó đã và sẽ trở thành cơ sở, nền tảng của bất kỳ hoạt động marketing nào, bởi nhu cầu bao giờ cũng được đáp ứng trong các đặc trưng cơ bản của dịch vụ, giúp các nhà sản xuất, các nhà đầu tư tăng tính cạnh tranh, đảm bảo và phát huy được ưu thế của mình trên thị trường dịch vụ thể thao vốn rất năng động. Kết quả thu được như trình bày ở bảng 1.

Bảng 1. Kết quả phỏng vấn mục đích khi tham gia các hoạt động thể thao hay sử dụng các dịch vụ thể thao của người dân ở thị xã Từ Sơn (n=342)

TT	Mục đích	Nam (n=198)		Nữ (n=144)	
		n	%	n	%
1	Muốn có sức khoẻ	70	**35.4**	24	**16.7**
2	Để có một ngoại hình cân đối	78	**39.4**	94	**65.3**
3	Để giải trí	17	**8.6**	25	**17.4**
4	Yêu thích giao tiếp/làm quen với người khác	11	5.6	0	0
5	Đơn giản chỉ là sự thể hiện bản thân	14	7.1	0	0
6	Nâng cao thành tích thể thao	5	2.5	1	0.7
7	Và các mục đích khác	3	1.5	0	0

Những kết quả mà chúng tôi thu nhận được rất rõ ràng. Ở mỗi nhóm độ tuổi, kết quả cho thấy: tập luyện để tăng cường sức khoẻ, để có một thể hình phát triển cân đối, để giải trí đã trở thành mục đích chính, mang tính chủ đạo. Nhưng mức độ đòi hỏi của những nhu cầu trên lại khác nhau giữa nam và nữ. Nếu nam giới với mục đích tập luyện thể thao để tăng cường sức

khoẻ (35.4%) đồng thời hoàn thiện và giữ gìn thể hình cân đối, cường tráng (39.4%), thì ở nữ giới mục đích tập luyện thể thao để hoàn thiện và giữ cho cơ thể cân đối, gợi cảm chiếm tới 65.3%. Như vậy, mục đích tập luyện thể thao để tăng cường sức khoẻ đối với nữ giới chỉ chiếm vị trí thứ 3 (16.7%), mục đích giải trí đứng thứ 2 (17.4%). Đối với nam giới tập luyện thể thao với mục đích giải trí đứng thứ 3 (gần 8.6%) của nhu cầu tập luyện. Mặc dù những mục đích (nhu cầu) khác không có ý nghĩa lớn lắm, nhưng trên cơ sở nghiên cứu và tính đến các nhu cầu đó sẽ có ý nghĩa nhất định trong việc xây dựng môi trường cạnh tranh, và khả năng cạnh tranh của thị trường dịch vụ thể thao, nghĩa là xây dựng môi trường dịch vụ thể thao phù hợp và đáp ứng được mọi nhu cầu của khách hàng. Đầu tiên phải kể đến, đó là sự phù hợp, sự có thể chấp nhận được của dịch vụ.

Khái niệm phù hợp không nên hiểu gói gọn trong khuôn khổ vị trí địa lý, yếu tố thời gian, và yếu tố tài chính, mà còn phải được tính đến sự có thể chấp nhận được về lượng vận động đối với người tập, đồng thời phù hợp với các đặc trưng cơ bản và khác biệt của quy trình huấn luyện, đáp ứng được về cơ bản nhu cầu của khách hàng (ví dụ: nhạc phụ hoạ, không khí giao tiếp giữa người tập với hướng dẫn viên, huấn luyện viên).

Ngoài những nhu cầu phong phú, đa dạng khác nhau, có thể được đáp ứng nhờ hệ thống dịch vụ thể thao, bên cạnh đó, phải kể đến những yếu tố đóng vai trò quyết định tới nhu cầu của thị trường dịch vụ thể thao cũng có những đặc trưng riêng hết sức phong phú và đa dạng. Những đặc trưng được xác định không chỉ thông qua các yếu tố khách quan như đặc trưng của thị trường, đặc trưng của hệ thống dịch vụ, mà còn bởi các yếu tố chủ quan, mà cái đóng vai trò quyết định chính là chất lượng dịch vụ.

Trong khuôn khổ những câu hỏi đóng, người được phỏng vấn có quyền lựa chọn những phương án mà họ cho là quan trọng nhất đối với họ, và cho đó là yếu tố quyết định tới sự lựa chọn các loại hình dịch vụ thể thao của họ, cụ thể là:

a. Giá cả dịch vụ;

b. Trình độ chuyên môn của huấn luyện viên, hướng dẫn viên;

c. Uy tín của câu lạc bộ;

d. Khả năng được sử dụng trang thiết bị tập luyện chất lượng cao, hiện đại;

e. Có nhà tắm, hệ thống chiếu sáng, hệ thống thông gió... đủ tiêu chuẩn;

f. Và các điều kiện khác.

Từ đó có thể nhận thấy, những kết quả thu được phản ánh thực tế là không thay đổi đối với mỗi khu vực riêng biệt của thị trường dịch vụ TDTT của thị xã Từ Sơn, bên cạnh đó cũng chỉ ra cơ sở, nền tảng của một số lĩnh vực ưu tiên trong hệ thống dịch vụ TDTT.

Để góp phần làm rõ và xác định phương thức phổ cập nhất của người dân trong thị xã Từ Sơn sử dụng thời gian rảnh rỗi, chúng tôi đưa ra câu hỏi trong bảng hỏi như sau: "Ông (Bà) ưa thích sử dụng thời gian nhàn rỗi nhất vào việc gì?":

a. Xem triển lãm, nhà hát;

b. Vào các quán bar;

c. Xem vô tuyến;

d. Chơi trò chơi điện tử;

e. Thăm hỏi bạn bè;

f. Tập luyện TDTT;

g. Những việc khác.

Kết quả thu được như trình bày ở bảng 2.

Bảng 2. Kết quả phỏng vấn về ưu tiên sử dụng thời gian nhàn rỗi cho các hoạt động ưa thích của người dân ở thị xã Từ Sơn (n=668)

TT	Ưu tiên sử dụng thời gian nhàn rỗi cho các hoạt động ưa thích	Kết quả		
		n	%	Xếp hạng
1	Xem triển lãm, nhà hát	12	1.8	6
2	Vào các quán bar	162	24.3	1
3	Xem vô tuyến	153	22.9	2
4	Chơi trò chơi điện tử	43	6.4	5
5	Thăm hỏi bạn bè	150	22.5	3
6	Tập luyện TDTT	**142**	**21.3**	**4**
7	Những việc khác	6	0.9	7



Sử dụng các dịch vụ tập luyện TDTT để tăng cường sức khỏe đang là xu hướng mới trong sử dụng thời gian nhàn dỗi của người dân (Ảnh minh họa)

Kết quả thu được ở bảng 2 cho thấy: Tập luyện TDTT không phải là ưu tiên số một của người dân thị xã Từ Sơn khi sử dụng thời gian rảnh rỗi, đó là kết quả mà chúng tôi nhận được. Kết quả trên càng trở nên rõ ràng khi chúng ta có thêm dữ liệu như sau: phụ nữ, thanh niên - chủ yếu là những người có mức thu nhập cao là lực lượng căn bản trong những người có nhu cầu sử dụng các dịch vụ TDTT.

Nam giới thích tự mình tập luyện thể thao trong điều kiện ở nhà. Tóm lại, tập luyện TDTT chiếm vị trí thứ 4 trong vị trí ưu tiên sử dụng thời gian rảnh rỗi. Vào các quán bar giữ vị trí thứ nhất, điều đó cho thấy, tiềm năng của thị trường dịch vụ TDTT trong thị xã Từ Sơn chưa được vận dụng và khai thác triệt để. Để mở rộng thị phần, khai thác triệt để tiềm năng của thị trường dịch vụ TDTT, theo chúng tôi cần thiết phải xây dựng, tuyên truyền, quảng bá lối sống mạnh khoẻ, lành mạnh, sử dụng hiệu quả, hữu ích thời gian rảnh rỗi ở mỗi người dân thị xã Từ Sơn, Bắc Ninh.

Chúng tôi đặc biệt chú ý tới một vấn đề trong số những kết quả thu nhận được - đối với tuyệt đại đa số phụ nữ đều cho rằng họ không có đủ thời gian. Vấn đề trên có thể khắc phục được bằng thời gian biểu tập luyện hợp lý. Một vấn đề cũng hết sức quan trọng mà chúng tôi muốn lưu ý trong bài viết này, đó là gần 10% người có nhu cầu tập luyện không tìm thấy ở thị trường dịch vụ TDTT những loại hình tập luyện mà mình mong muốn. Có nhiều lý do, một trong những lý do đó là không có đầy đủ lượng thông tin về dịch vụ TDTT. Bên cạnh đó cũng còn một nhóm đối tượng hoàn toàn không muốn, không thích tập luyện bất kỳ một loại hình thể thao nào (18.5% nam giới; 9.6% nữ giới). Đây cũng là đối tượng để thị trường dịch vụ thể thao hướng tới.

Các biện pháp tiến hành nhằm mở rộng thị trường dịch vụ TDTT, nhìn một cách trực diện, theo chúng tôi không chỉ đơn thuần giải quyết mối tương quan giữa cung và cầu, mà công tác dự báo tiềm năng nhu cầu của nhân dân cũng phải được đặc biệt quan tâm.

Nói một cách khác, hình thức marketing giao tiếp và sử dụng nó như một phương tiện trao đổi thông tin giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng trên thị trường dịch vụ TDTT trở thành một trong những yếu tố quan trọng góp phần hình thành, mở rộng, củng cố thị trường dịch vụ này.

Trong hệ thống bảng hỏi, chúng tôi đưa ra một số phương án trả lời cho người được hỏi khi tham gia tập luyện TDTT như sau:

a. Theo lời khuyên của bạn bè/ của họ hàng/của người thân;

b. Đọc được các tin quảng cáo trên tạp chí, trên báo chí;

c. Nghe quảng cáo trên đài;

d. Xem quảng cáo trên vô tuyến;

e. .....

Kết quả thu nhận được như sau: Phương án (a) chiếm đa số, sau đó là phương án (d), cũng cần phải nói thêm, các hình thức quảng cáo bằng hình ảnh là một trong những hình thức quảng cáo mang hiệu quả cao nhất.

Tóm lại, có thể đưa ra một số nhận định như sau: một mặt, để mở rộng thị trường dịch vụ TDTT ở thị xã Từ Sơn cần chú trọng tới các hình thức quảng cáo bằng hình ảnh, mặt khác, khách hàng thường xuyên xem các chương trình nói về đời sống "thường nhật". Hình ảnh của các cơ sở TDTT dưới con mắt của người tiêu dùng – tiềm năng cơ bản của cơ quan, của tổ chức trực

tiếp sản xuất và đáp ứng nhu cầu về dịch vụ TDTT. Cơ sở của hình ảnh và uy tín đó chính là chất lượng dịch vụ, một trong những yếu tố quan trọng góp phần tạo nên chất lượng dịch vụ, đó chính là trình độ chuyên môn của đội ngũ huấn luyện viên, hướng dẫn viên.

Ngoài ra, cũng cần phải nhấn mạnh rằng, kết quả khảo sát cho thấy sự hiểu biết của khách hàng về các tham số đánh giá chất lượng dịch vụ thể thao là khá cao và đồng đều, trên cơ sở đó có thể xây dựng mô hình lý tưởng về thị trường dịch vụ TDTT ở một số khía cạnh nhất định nào đó.

Sự cần thiết phân chia các tất cả tiêu chí đánh giá mỗi khía cạnh, mỗi lĩnh vực khác nhau trên cơ sở mỗi loại hình thể thao trở thành một trong những đặc trưng cơ bản trong hoạt động marketing thể thao.

Những người tham gia phỏng vấn đã nêu lên hơn 50 loại hình thể thao khác nhau và loại hình vận động tích cực (từ Bóng đá, Bơi lội, Quần vợt, Võ thuật và rèn luyện các kỹ năng di chuyển...). Những loại hình thể thao phổ cập nhất của thị xã Từ Sơn bao gồm: bóng đá, bóng bàn, quần vợt, yoga, erobic, bóng chuyền, bóng chuyền hơi, cầu lông, vũ đạo, xe đạp, dưỡng sinh, đi bộ, cờ tướng, cờ vua.

Tất cả những luận cứ trên đóng vai trò cơ sở lý luận và thực tiễn cho luận điểm sau: Thành công của hoạt động marketing thể thao không thể thiếu được quá trình quảng bá, phổ cập các môn thể thao; tuyên truyền, giáo dục lối sống mạnh khoẻ cho mọi tầng lớp nhân dân. Chính chức năng xã hội và chức năng thương mại của thể thao làm nên tính hiệu quả kinh tế – xã hội của thể thao không phụ thuộc vào tính chất thương mại hay không thương mại, đồng thời phản ánh đầy đủ, đúng đắn mục đích và nhiệm vụ của chủ thể hoạt động. Nói một cách khác, truyên truyền, giáo dục lối sống lành mạnh, khoẻ khoắn cũng như quảng bá, phổ cập các loại hình thể thao khác nhau có thể được xem như là một chức năng đặc biệt của công tác quản lý thể thao nói chung, thiếu công tác đó, không thể tăng cường khả năng tiêu dùng TDTT của người dân.

KẾT LUẬN

Kết quả bước đầu của chúng tôi đã góp phần minh chứng cho luận điểm sau: những yếu tố có giá trị đích thực, nhưng trên thực tế đã làm mất đi ý nghĩa mô tả thực chất, cũng như xu thế phát triển của thị trường dịch vụ TDTT.

Mặc dù những mục đích tập luyện thể thao của người dân thị xã Từ Sơn có sự khác nhua song không có ý nghĩa lớn. Tuy nhiên, xây dựng môi trường dịch vụ thể thao phù hợp và đáp ứng được mọi nhu cầu của khách hàng cần có nghiên cứu đầy đủ. Đặc biệt là sự phù hợp về các điều kiện khi sử dụng dịch vụ TDTT.

Ở một chừng mực nhất định, tập luyện thể thao trong phạm vi thị xã Từ Sơn chưa trở thành một trong những phương tiện sử dụng ưu thích của nhân dân trong thời gian rảnh rỗi, cho phép chúng tôi đưa ra nhận định, một phần nào đó của thị trường dịch vụ TDTT chưa được khai thác triệt để, hay nói một cách khác chưa được người dân sử dụng như là một phương tiện giải trí nhằm tăng cường sức khỏe.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Đình Bẩm (2005), *Một số vấn đề cơ bản về quản lý TDTT*, Nxb TDTT, Hà Nội.

2. Dương Nghiệp Chí, Lâm Quang Thành, Phạm Ngọc Viễn, Tạ Xuân Lai (2007), *Tài sản TDTT kinh doanh và quản trị*, Nxb TDTT, Hà Nội.

3. Lương Kim Chung, Dương Nghiệp Chí, Tạ Xuân Lai (2003), *Kinh tế học TDTT*, Nxb TDTT, Hà Nội.

4. Lương Kim Chung, Trần Hiếu, Dương Nghiệp Chí (2011), *Kinh tế học TDTT*, Nxb TDTT, Hà Nội.

5. Lương Kim Chung, Nguyễn Văn Tuấn (2014), *Giáo trình Marketing thể thao*, Nxb TDTT, Hà Nội.

6. Cục thống kê tỉnh Bắc Ninh (2013), *Niên giám thống kê Bắc Ninh 2012*, Bắc Ninh.

7. Ngô Trang Hưng (2013), "Xác định tài sản TDTT ở một số tỉnh, thành phía Bắc để phục vụ quản lý TDTT ở nước ta", *Luận án tiến sĩ khoa học giáo dục*, Viện khoa học TDTT Hà Nội

8. Ủy ban nhân dân thị xã Từ Sơn, Các báo cáo tổng kết về phát triển Kinh tế - Xã hội và TDTT giai đoạn 2010 – 2015.

9. Nguyễn Đức Văn (2000), *Phương pháp thống kê trong TDTT*, Nxb TDTT, Hà Nội.

(Bài nộp ngày 16/11/2016, phản biện ngày 23/11/2016, duyệt in ngày 5/12/2016)