

XÂY DỰNG THANG ĐO ĐÁNH GIÁ SỰ TRẢI NGHIỆM CỦA VẬN ĐỘNG VIÊN TRONG CÁC SỰ KIỆN MARATHON TẠI VIỆT NAM

BUILDING A SCALE TO EVALUATE ATHLETES' EXPERIENCES IN MARATHON EVENTS IN VIET NAM

TÓM TẮT: Nghiên cứu tiến hành khảo sát 365 người là các vận động viên đã tham gia các sự kiện Marathon tại Việt Nam. Kết quả phân tích đã tìm ra được thang đo gồm 17 biến quan sát, trong đó có 10 biến về chất lượng dịch vụ và 7 biến đo lường về thành tích cá nhân của vận động viên tham gia.

TỪ KHÓA: Xây dựng, thang đo, trải nghiệm, sự kiện marathon, vận động viên

ABSTRACT: The study surveyed 365 individuals who were athletes participating in Marathon events in Vietnam. The analysis results identified a scale consisting of 17 observed variables, including 10 variables related to service quality and 7 variables measuring the personal achievements of participating athletes.

KEYWORDS: Building, scale, experience, Marathon events, athlete.

PHAN DANH NA

MARK LIN WEN-LONG

Trưởng Đại học Thể thao Quốc gia
Đài Loan

PHAN DANH NA

MARK LIN WEN-LONG

National Taiwan University of Sport

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tại Việt nam, phong trào chạy marathon trong năm 2023 tăng trưởng mạnh mẽ. Theo thống kê, đã có 41 giải chạy Marathon được tổ chức trên toàn quốc, tăng 25% so với năm 2022. Số lượng người tham gia các giải chạy đạt hơn 264.000 người, trải rộng trên 27 tỉnh thành. Số lượng người hoàn thành full marathon tăng 46%, đạt con số 29.000 người. Đặc biệt, giải Long Biên Marathon đã lập kỷ lục với 4.067 người về đích. Thành tích sub4 (hoàn

thành cự ly 42km dưới 4 giờ) cũng tăng đáng kể từ 2.009 lên 4.624, tương đương 57%. Điều này cho thấy trình độ của người chạy Việt Nam đang ngày càng được nâng cao và phong trào chạy Marathon tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ và cho thấy những tín hiệu rất tích cực. Nền công nghiệp thể thao nói chung và sự kiện Marathon là một phần quan trọng và phát triển nhanh chóng thúc đẩy nền kinh tế toàn cầu. Bên cạnh đó, nền công nghiệp cũng ảnh hưởng đáng kể đến các lĩnh vực như giáo dục và du lịch, xã hội và kinh doanh (Ratten & Ratten, 2011).

Các sự kiện như Marathon tạo ra một động cơ để mọi người tập luyện thể thao, tăng cường thời gian tham gia tập luyện, với cường độ cao hơn và thời gian dài hơn. Marathon từ một môn thể thao chỉ dành cho vận

động viên chuyên nghiệp đang chuyển hướng thành môn thể thao dành cho tất cả mọi người. Vận động viên đến tham gia sự kiện không chỉ để đạt được thành tích tự đặt ra mà còn vượt qua chính mình, chiến thắng bản thân, niềm vui trong sự kiện và trải nghiệm chất lượng dịch vụ tại sự kiện mang đến hạnh phúc an lạc và nâng cao chất lượng cuộc sống.

Phương pháp nghiên cứu: Phương pháp phân tích tài liệu, phương pháp điều tra xã hội học, phương pháp thống kê.

Khách thể nghiên cứu: 365 người là các vận động viên đã tham gia các giải chạy Marathon tại Việt Nam trong năm 2023.

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan vấn đề nghiên cứu

Marathon là nội dung được thi đấu chính thức của Thế vận



hội hiện đại bắt đầu vào năm 1896. Nội dung chạy đường dài với cự ly 42,195 km. Hiện nay, các sự kiện Marathon bao gồm các khoảng cách chạy ngắn hơn như 21km, 10km, 5km và 1km cho trẻ em. Theo Jens Jakob Andersen vào năm 2021 đã phân tích 107,9 triệu người tham gia từ hơn 70 nghìn sự kiện từ năm 1986 đến năm 2018. Lần đầu tiên trong lịch sử các giải chạy Marathon vào năm 2018 đánh dấu cột mốc quan trọng, số lượng vận động viên nhiều hơn số lượng vận động viên nữ là 50.24%.

Điều này cho thấy sự thu hút của sự kiện Marathon đối với cả VĐV Nam và Nữ, bên cạnh việc đạt được thành tích của bản thân thì việc trải nghiệm về chất lượng sự kiện, hoà mình vào dòng chảy sự kiện và hạnh phúc an lạc là một trong những trải nghiệm không thể thiếu đối với các VĐV tham gia sự kiện. Chính vì thế: trong nghiên cứu này mong muốn hiểu được trải nghiệm của các VĐV thông qua các thang đo về chất lượng dịch vụ, hoà mình trong sự kiện, thành tích về đích từ đó đưa ra các thang đo đánh giá trải nghiệm của VĐV tại giải Marathon.

2.1.1. Chất lượng dịch vụ sự kiện

Chất lượng dịch vụ là đánh giá của người tham gia về mức độ sự kiện cung cấp tốt các thành phần khác nhau trong sự kiện. Morgan (2008) đã cập đến trải nghiệm sự kiện như 'một không gian và thời gian tách biệt khỏi cuộc sống hàng ngày, trong đó những trải nghiệm đặc biệt mãnh mẽ và chia sẻ với nhau.

Do đó, trải nghiệm sự kiện khác với trải nghiệm cuộc sống hàng ngày và bình thường vì chúng khác thường và được đặc trưng bởi tính giới hạn, cộng đồng và tính thiêng liêng.

2.1.2. Niềm vui trong sự kiện

Niềm vui sự kiện thể thao là một phản ứng cảm xúc tích cực đối với trải nghiệm thể thao phản ánh những cảm giác chung như niềm vui, yêu thích và vui vẻ" Theo nghĩa này, niềm vui tạo ra một phản ứng tích cực đối với việc tham gia sự kiện thể thao. Moreno và cộng sự vào năm 2009 định nghĩa niềm vui là ý nghĩa mà mọi người đặt ra cho các hoạt động được thực hiện trong sự kiện, là điều khiến một cá nhân quyết định làm điều gì đó để đạt được mục tiêu mà mình đặt ra. Theo Holbrook năm 1999 đã đề xuất, niềm vui trong sự kiện được đề cập đến trong quá trình tham gia sự kiện. Niềm vui, biểu thị hạnh phúc và niềm vui bắt nguồn từ một trải nghiệm, được gọi ý là một yếu tố giải thích tích cực đằng sau sự hài lòng về hạnh phúc an lạc. Theo nghĩa này, thể thao có thể là một phương tiện có giá trị rất lớn, vì nó là một chất xúc tác cho niềm vui và đam mê khi tham gia một sự kiện thể thao.

2.1.3. Dòng chảy sự kiện

Khái niệm "dòng chảy" đã được sử dụng trong tâm lý học để mô tả trải nghiệm nội tại đáng giá mà mọi người có thể trải qua trong một hoạt động. Flow ban đầu được định nghĩa bởi Csikszentmihalyi năm 1991, trạng thái mà mọi người tham gia vào một hoạt

động đến mức không có gì khác dường như quan trọng và trải nghiệm đó rất thú vị đến nỗi mọi người sẽ thực hiện nó ngay cả với chi phí lớn, chỉ vì đơn giản là làm điều đó. "Dòng chảy" được nhà tâm lý học tích cực Mihály Csikszentmihályi miêu tả như một trạng thái hoàn toàn "chìm đắm" (complete immersion) trong một hoạt động nào đó. Sự "chìm đắm" được ông định nghĩa như một trạng thái của sự tập trung tuyệt đối, nơi một người thấy mình hoàn toàn say mê và như bị "nuốt trọn" (absorbed), hay hòa vào làm một trong tác vụ của mình. Nói một cách khác khi tham gia vào một hoạt động thể chất mang tính thử thách cao (nhưng vẫn nằm trong khả năng có thể làm được). Trạng thái này đôi khi được miêu tả bằng thuật ngữ "in the zone" (vào guồng). Nó cho phép một vận động viên trải nghiệm cảm giác tạm thời mất đi nhận thức của mình về bản thân (a loss of self-consciousness), và hoàn toàn tập trung vào việc làm chủ phần thể hiện của mình. Vì thế, Khi VĐV ở trong trạng thái dòng chảy, VĐV sẽ tập trung trọn vẹn tâm trí vào cuộc thi đấu của họ.

2.1.4. Thành tích cá nhân

Khái niệm thành tích cá nhân là thời gian hoàn thành mục tiêu đã được xác định trước của một cá nhân được thực hiện vào ngày tham gia thi đấu. Mục tiêu thành tích, là "những mục tiêu liên quan đến năng lực mà cá nhân phấn đấu đạt được thành tích tốt nhất"

Đối với một sự kiện chạy Marathon, yêu cầu người tham

BẢNG 1: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH ĐỘ TIN CẬY CRONBACH'S ALPHA

CÂU HỎI	HỆ SỐ CRONBACH'S ALPHA
Chất lượng dịch vụ	0.964
SQ2 - Chung quy thì Ban tổ chức và tình nguyện viên có cố gắng nỗ lực để hiểu về mong muốn nhu cầu của tôi.	0.960
SQ3 - Ban tổ chức và tình nguyện viên đã cung cấp dịch vụ rất đáng tin cậy, chắc chắn và xác thực	0.959
SQ4 - Ban tổ chức và tình nguyện viên luôn lắng nghe tôi và nói ngôn ngữ mà tôi có thể hiểu được.	0.958
SQ5 - Ban tổ chức và tình nguyện viên rất nhã nhặn, lịch sự và tôn trọng người tham gia	0.959
SQ6 - Ban tổ chức và tình nguyện viên rất thạo việc	0.960
SQ1 - Cơ sở vật chất thể thao và nhân viên rất gọn gàng và sạch sẽ	0.960
SQ7 - Ban tổ chức và tình nguyện viên đã luôn sẵn sàng và có thể cung cấp dịch vụ tại sự kiện kịp thời.	0.959
SQ8 - Ban tổ chức và tình nguyện viên rất trung thực và đáng tin cậy.	0.957
Niềm vui trong sự kiện	0.913
FUN1 - Việc tôi tham gia vào sự kiện này khiến tôi cảm thấy như mình đang ở một thế giới khác.	0.893
FUN 2 - Tôi để hết tâm trí của mình vào lúc tham gia sự kiện mà quên đi những điều khác	0.896
FUN 3 - Trong lúc tham gia sự kiện, tôi cảm thấy thấy thời gian như ngừng trôi	0.897
FUN 4 - Tham gia vào sự kiện này đã giúp tôi đi thoát khỏi cuộc sống bận bịu hằng ngày và khiến tôi thật sự tận hưởng những phút giây vui vẻ.	0.895
FUN 5 - Tham gia sự kiện này khiến tôi cảm thấy như được thoát khỏi sự nhàm chán hằng ngày.	0.888
Dòng chảy sự kiện	0.959
FE1 - Tôi mong muốn chia sẻ trải nghiệm của mình với người khác	0.957
FE2 - Tôi đã rất vui trong lúc tham gia sự kiện.	0.945
FE3 - Tôi đã có rất nhiều niềm vui trong lúc sự kiện diễn ra	0.946
FE4 - Tôi rất tận hưởng sự kiện này	0.950
FE5 - Tôi đã cảm thấy rất hào hứng khi tham gia sự kiện này	0.949
Thành tích cá nhân	0.922
PA1 - Sự thể hiện của tôi tại sự kiện thật sự tốt hơn những gì tôi mong đợi	0.912
PA2 - Tôi đã đạt được mục tiêu thành tích của mình ở sự kiện này	0.916

gia có năng lực về trình độ và thể lực để hoàn thành cự ly và có thể đạt được kỳ vọng về thời gian mục tiêu đã được xác định trước. Thời gian mục tiêu thường được đặt dựa trên kinh nghiệm trước đó và/hoặc xem xét các kỷ lục thành tích cá nhân trong giai đoạn chuẩn bị cho sự kiện.

Thông thường, phần lớn người tham gia trải qua một quá trình tự tham chiếu để đánh giá thành tích thể thao của họ dựa trên thời gian hoàn thành dự kiến đã được thiết lập. Kết quả là, ý thức về mục tiêu thành tích của người tham gia là một điểm phân chiếu để kích thích giá trị cảm xúc tích cực. Do đó, một người tham gia đạt được mục tiêu thời gian đã thiết lập trước có khả năng trải

nh nghiệm cảm xúc tích cực hơn một người không đạt được mục tiêu đã thiết lập.

2.2. Kết quả xây dựng thang đo đánh giá sự trải nghiệm của vận động viên trong các sự kiện Marathon tại Việt Nam

2.2.1 Thống kê các đặc điểm nhân khẩu học của khách thể tham gia khảo sát

Khách thể nghiên cứu tham gia trả lời khảo sát 365 VĐV, trong đó có 250 VĐV Nam chiếm 68% và 114 VĐV Nữ chiếm 31.2%. Với 135 VĐV độ tuổi từ 26 – 35 tuổi là 37%, 36 – 45 tuổi chiếm 34.8% và 19- 25 tuổi chiếm 17.3%. Tình trạng hôn nhân chiếm đã kết hôn chiếm tỉ lệ 51.5% và độc thân

chiếm 47.4%. Về trình độ học tốt nghiệp đại học là 66% và sau đại học là 22%. Nghề nghiệp của nhóm nghiên cứu hiện là nhân viên văn phòng chiếm đa số với 39.2% và giáo viên là 16.4% các ngành nghề khác chiếm tỉ lệ từ 2% - 10%.

2.2.2. Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo theo hệ số Cronbach's Alpha

Nghiên cứu đã sử dụng 20 câu hỏi nghiên cứu để đánh giá về trải nghiệm của VĐV khi tham gia giải Marathon. Với kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha tại bảng 1 cho thấy các biến quan sát đều lớn hơn 0.9. Theo George và Mallery (2003) để xác định độ tin cậy thang đo với kết quả lớn hơn 0.9

**BẢNG 2: KẾT QUẢ KHÁM PHÁ NHÂN TỐ EFA**

THANG ĐO	CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ SỰ KIỆN	THÀNH TÍCH CÁ NHÂN
SQ2 - Ban tổ chức và tình nguyện viên có cố gắng nỗ lực để hiểu về mong muốn nhu cầu của tôi	0.850	
SQ8 - Ban tổ chức và tình nguyện viên rất trung thực và đáng tin cậy.	0.839	
SQ6 - Ban tổ chức và tình nguyện viên rất thạo việc	0.835	
SQ7 - Ban tổ chức và tình nguyện viên đã luôn sẵn sàng và có thể cung cấp dịch vụ tại sự kiện kịp thời.	0.819	
SQ4 - Ban tổ chức và tình nguyện viên luôn lắng nghe tôi và nói ngôn ngữ mà tôi có thể hiểu được.	0.816	
SQ3 - Ban tổ chức và tình nguyện viên đã cung cấp dịch vụ rất đáng tin cậy, chắc chắn và xác thực	0.815	
SQ1 - Cơ sở vật chất thể thao và nhân viên rất gọn gàng và sạch sẽ	0.797	
SQ2 - Ban tổ chức và tình nguyện viên có cố gắng nỗ lực để hiểu về mong muốn nhu cầu của tôi.	0.789	
FE2 - Tôi đã rất vui vẻ trong lúc tham gia sự kiện.	0.720	
FE1 - Tôi mong muốn chia sẻ trải nghiệm của mình với người khác	0.719	
FUN 3 - Trong lúc tham gia sự kiện, tôi cảm thấy thấy thời gian như ngừng trôi		0.816
FUN1 - Tôi tham gia vào sự kiện này khiến tôi cảm thấy như mình đang ở một thế giới khác.		0.799
FUN 2 - Tôi để hết tâm trí của mình vào lúc tham gia sự kiện mà quên đi những điều khác		0.793
FUN 5 - Tham gia sự kiện này khiến tôi cảm thấy như được thoát khỏi sự nhàm chán hằng ngày.		0.758
FUN 4 - Tham gia vào sự kiện này đã giúp tôi đi thoát khỏi cuộc sống bận bẻ hằng ngày và khiến tôi thật sự tận hưởng những phút giây vui vẻ.		0.718
PA1 - Sự thể hiện của tôi tại sự kiện thật sự tốt hơn những gì tôi mong đợi		0.681
PA2 - Tôi đã đạt được mục tiêu thành tích của mình ở sự kiện này		0.659

được đánh giá là thang đo tốt với nhóm khách thể nghiên cứu. Kết quả cho thấy các biến quan sát phù hợp để tiến hành các bước nghiên cứu tiếp theo.

2.2.3. Kết quả phân tích nhân tố

Kết quả phân tích tại bảng 2 cho thấy hệ số Factor loading trong nghiên cứu này dùng để tìm ra các nhân tố có chung đặc điểm với nhau. Từ 20 câu hỏi nghiên cứu, kết quả cho thấy rằng có 2 nhóm nhân tố với 17 biến quan sát được chia làm 2 nhóm là chất lượng dịch vụ sự kiện và thành

tích cá nhân. Với hệ số tải Factor Loading lớn hơn 0.6 (bảng 2), hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) đạt giá trị 0.953 đủ điều kiện để phân tích nhân tố phù hợp. Theo Hair và cộng sự năm 2010, hệ số tải từ 0.5 là biến quan sát đạt chất lượng tốt.

3. KẾT LUẬN

Qua nghiên cứu đã xây dựng được thang đo gồm được 17 thang đo và khám phá 2 nhóm nhân tố là chất lượng dịch vụ sự kiện và thành tích cá nhân

nhằm đánh giá sự trải nghiệm của VĐV tham gia sự kiện chạy Marathon. Nhóm nhân tố về chất lượng dịch vụ gồm 10 câu hỏi đánh giá về ban tổ chức, tình nguyện viên sự kiện, cơ sở vật chất trong sự kiện. Nhóm nhân tố về thành tích cá nhân bao gồm các biến quan sát về niềm vui của VĐV khi tham gia sự kiện và thành tích cá nhân. ■

(Ngày tòa soạn nhận bài: 03/09/2024; ngày phản biện đánh giá: 16/09/2024; ngày chấp nhận đăng: 08/10/2024).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Alexandris, K., Theodorakis, N., Kaplanidou, K., & Papadimitriou, D. (2017), Event quality and loyalty among runners with different running involvement levels, *International Journal of Event and Festival Management*, 8 (3), 292–307.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998), *Multivariate data analysis*, 7th Edition, Pearson, New York.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event, *Leisure Sciences*, 37(1), 87-107.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Yoshida, M., & James, J. D. (2010). Customer satisfaction with game and service experiences: Antecedents and consequences, *Journal of Sport Management*, 24(3), 338-361.