

# GIÁ TRỊ CẢM NHẬN CỦA CÁC ĐỘI BÓNG THAM DỰ GIẢI BÓNG ĐÁ THANH NIÊN SINH VIÊN VIỆT NAM LẦN II 2024

ThS. Phạm Xích Nam<sup>1</sup>; ThS. Ngô Đăng Khoa<sup>2</sup>

**Tóm tắt:** Nghiên cứu chính của đề tài là đánh giá về giá trị cảm nhận của các cầu thủ, lãnh đạo và ban huấn luyện các đội bóng tham dự giải bóng đá sinh viên Việt Nam lần II với các yếu tố được thiết lập. Nghiên cứu dựa trên hai phương pháp định tính và định lượng. Kết quả nghiên cứu định tính xác định 05 yếu tố tác động đến giá trị cảm nhận của các thành viên đội bóng đối với giải thi đấu gồm: Phản ứng cảm xúc, chất lượng cảm nhận, danh tiếng, giá cả, thời gian và nỗ lực. Kết quả nghiên cứu định lượng dựa trên bảng thiết lập phiếu khảo sát, với 209 lượt phỏng vấn và phân tích hồi quy đa biến qua phần mềm SPSS 16.0. Kết quả phân tích, kiểm định thang đo và phân tích nhân tố EFA cho ra mô hình nghiên cứu 05 yếu tố: Phản ứng cảm xúc, chất lượng cảm nhận, danh tiếng, giá cả, thời gian và nỗ lực, các yếu tố này ảnh hưởng đến giá trị cảm nhận của các thành viên đội bóng đối với giải thi đấu. Thông qua kết quả hồi quy đa biến khẳng định nghiên cứu qua mô hình trên là phù hợp với dữ liệu đã khảo sát, với giá trị cảm nhận của các thành viên đội bóng đối với giải thi đấu không có sự khác nhau về công việc, vùng miền.

**Từ khóa:** Ban tổ chức, giải bóng đá, giá trị cảm nhận, sinh viên.

**Abstract:** The main research of the topic is to evaluate the perceived value of the players, team leaders and coaching staff of the football teams participating in the 2nd Vietnam Student Football Tournament with established factors. The research is based on two qualitative and quantitative methods. Qualitative research results identify 05 factors affecting the perceived value of team members for the tournament including: Emotional reaction, perceived quality, reputation, price, time and effort. Quantitative research results are based on a survey questionnaire, with 209 interviews and multivariate regression analysis through SPSS 16.0 software. The results of analyzing, testing the scale and analyzing the EFA factor give a research model of 05 factors: Emotional response, perceived quality, reputation, price, time and effort of these factors. affects the team members' perceived value of the tournament. Through multivariate regression results, it is confirmed that the above model research is consistent with the surveyed data. With the perceived value of the team members for the tournament, there are no differences based on job or region.

**Keywords:** Organizing committee, Soccer tournament, Perceived value, students,

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Giải bóng đá Thanh Niên sinh viên Việt Nam là giải đấu được Trung ương Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Trung ương Hội Sinh viên Việt Nam giao cho Báo Thanh Niên phối hợp với Liên đoàn Bóng đá Việt Nam tổ chức thường niên trong khoảng thời gian từ kỷ niệm ngày truyền thống Học sinh - Sinh viên Việt Nam (9/1) đến chào mừng Ngày thành lập Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh (26/3) và Ngày thể thao Việt Nam (27/3). Giải đấu này đã chính thức được đưa vào hệ thống thi đấu quốc gia thường niên của Liên đoàn Bóng đá Việt Nam và Giải thể thao sinh viên Việt Nam VUG. Năm 2024, giải ghi nhận 64 đội bóng tham dự, 112 trận đấu, 1472 cầu thủ, tổng giải thưởng của giải là 937 triệu đồng và rất nhiều thống kê ấn tượng khác.

Với sự thành công lần thứ 1 thì Trường Đại học

Tôn Đức Thắng tiếp tục được Ban Tổ chức chọn là điểm tổ chức vòng chung kết lần 2. Trong việc hình thành phát triển thang đo PERVAL hai đề tài nghiên cứu của Sethel al (1991), Sweeney & Soutar (2001) dùng để đo lường giá trị cảm nhận của khách hàng đã phát biểu “giá trị cảm nhận của khách hàng là một phần của một quá trình không ngừng trong việc duy trì mối quan hệ giữa nhà sản xuất và cửa hàng bán lẻ với một khách hàng mục tiêu”. Họ đã bỏ qua giá trị điều kiện và giá trị tri thức.

Nghiên cứu này được thực hiện thông qua hai bước chính:

**Nghiên cứu sơ bộ:** phỏng vấn chuyên gia để xác định các vấn đề ảnh hưởng đến giá trị cảm nhận của người tham gia đến giải đấu. Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện bằng phương pháp định tính nhằm khám phá các yếu tố ảnh hưởng và đồng thời thẩm định lại

1: Khoa Khoa học Thể thao, Trường Đại học Tôn Đức Thắng

2: Viện Truyền thông và Thể thao, Trường Đại học Văn Hiến

các câu hỏi trong bảng câu hỏi phỏng vấn thông qua quá trình phỏng vấn thử. Mục đích của nghiên cứu này dùng để điều chỉnh và bổ sung thang đo.

**Nghiên cứu định lượng:** Nghiên cứu chính thức là nghiên cứu định lượng với kỹ thuật thu thập dữ liệu là phỏng vấn qua bảng câu hỏi đóng dựa trên quan điểm, ý kiến đánh giá của khách hàng về giá trị cảm nhận đối với giải bóng đá thanh niên sinh viên lần 2.

Đồng thời nghiên cứu sử dụng phương pháp toán thống kê, cụ thể: Toàn bộ dữ liệu thu thập được sẽ được xử lý với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 16.0., SmartPLS 3. Thang đo sau khi được đánh giá bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy tương quan được sử dụng để kiểm định mô hình nghiên cứu.

**2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ BÀN LUẬN**

**2.1. Mô hình nghiên cứu**

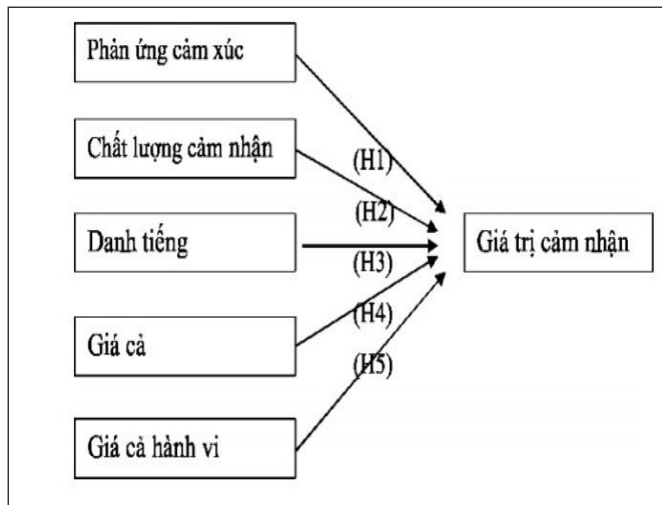
Nghiên cứu đã tham khảo mô hình Petrick (2002), mô hình này đã xây dựng thang đo đo lường giá trị cảm nhận của người tham gia đối với các dịch vụ gọi là thang đo SERVPERVAL. (Hình 1)

Từ đó nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình 2.

**2.2. Kết quả kiểm định thang đo**

*Nghiên cứu định tính:*

Sau khi lấy ý kiến chuyên gia về các nhân tố ảnh hưởng đến Giá trị cảm nhận của người tham gia giải bóng đá sinh viên toàn quốc lần 2 năm 2024, nghiên cứu thu được kết quả như sau: Giá trị cảm nhận của người tham gia bị chi phối bởi 5 thành phần giống mô hình nghiên cứu đề xuất ở Hình 2 đó là: phản ứng cảm xúc 4 biến, chất lượng cảm nhận 4 biến, danh tiếng 4 biến, giá cả 4 biến, thời gian và nỗ lực 4 biến.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu SERVPERVAL (Ptrick, 2002)

3 biến và Giá trị cảm nhận của khách hàng 4 biến.

Các biến quan sát của các khái niệm sẽ được đo bằng thang đo Likert 5 điểm. Riêng những biến phân loại đối tượng khảo sát như công việc và khu vực sinh sống sử dụng thang đo định danh, thang đo tỷ lệ.

**Nghiên cứu định lượng:** Được trình bày ở các bảng 1 - 4.

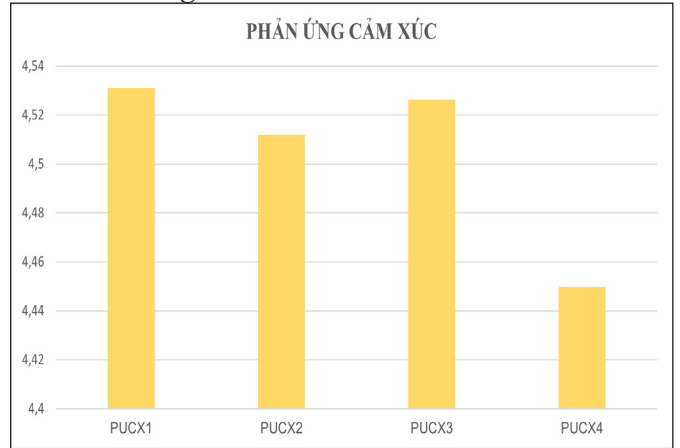
**2.3. Kết quả nghiên cứu**

**2.3.1. Kết quả nghiên cứu về nhân sinh học**

Kết quả nghiên cứu cho ta kết quả có tới 76% người khảo sát là cầu thủ, người tham gia khảo sát thấp nhất là lãnh đội là 2,7%. Có tới 60,9% tham gia khảo sát là sống ở TP.HCM. thấp nhất là Bắc trung bộ 0,9%.

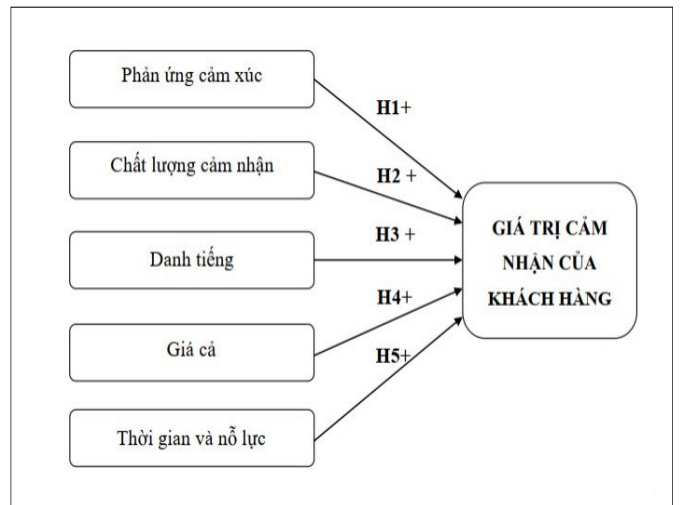
**2.3.2. Kết quả nghiên cứu về giá trị cảm nhận**

*\* Phản ứng cảm xúc*



Biểu đồ 1. Phản ứng cảm xúc

Kết quả phản ứng cảm xúc đối với giá trị cảm nhận rất cao, PUCX1,2,3 đều ở mức 4,5 chỉ có PUCX4 là 4,4. Từ điều này thấy được BTC giải đã cho rất nhiều cảm xúc đến với những người tham gia.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

**Bảng 1. Tỷ lệ hồi đáp**

Hình thức thu thập dữ liệu	Số lượng phát hành	Số lượng phản hồi	Số lượng hồi đáp	Số lượng hợp lệ
In và phát bảng hỏi trực tiếp	86	86	100%	86
Gửi Email, Facebook, Zalo...	140	131	94%	123
Tổng	226	217	96%	209

Từ cơ sở lý thuyết trên, mô hình “Đo lường giá trị cảm nhận của các đội bóng tham dự giải bóng đá Thanh niên sinh viên Việt Nam đợt 2 NĂM 2024” sử dụng 23 biến quan sát cho phân tích nhân tố EFA, việc thực hiện tiến hành theo các bước sau:

**Bảng 2. Độ tin cậy của thang đo**

Thang đo	Cronbach's Alpha	rho_A	Độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability)	Phương sai trích trung bình (AVE)
TG&NL	0.850	0.854	0.909	0.769
PUCX	0.888	0.891	0.923	0.749
GTCNKH	0.814	0.831	0.878	0.645
GC	0.825	0.829	0.884	0.657
DT	0.803	0.821	0.871	0.629
CNCL	0.807	0.821	0.874	0.636

Các thang đo này đều đạt được độ tin cậy và giá trị hội tụ tốt, cho thấy mô hình đo lường có chất lượng cao và có thể sử dụng trong phân tích tiếp theo.

**Bảng 3. Tương quan các biến**

	CNCL	DT	GC	GTCNKH	PUCX	TG&NL
CNCL	0.798					
DT	0.760	0.793				
GC	0.656	0.666	0.811			
GTCNKH	0.726	0.738	0.719	0.803		
PUCX	0.443	0.491	0.422	0.631	0.865	
TG&NL	0.656	0.652	0.692	0.785	0.618	0.877

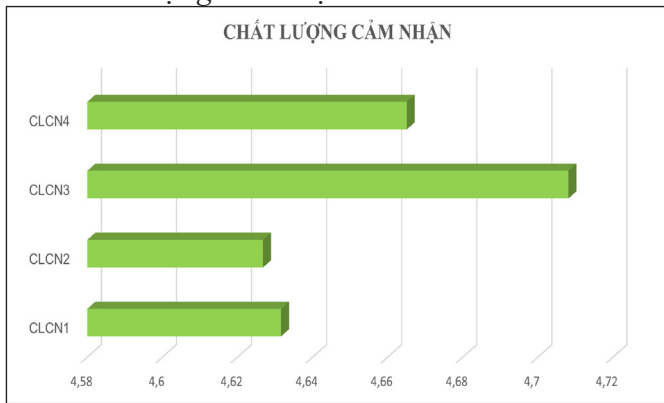
Độ giá trị phân biệt được thỏa mãn vì tất cả các giá trị trên đường chéo đều lớn hơn các giá trị tương quan ngoài đường chéo. Mô hình có thể được xem là có độ giá trị phân biệt tốt, đảm bảo rằng các khái niệm đo lường trong mô hình là khác biệt rõ ràng với nhau.

**Bảng 4. Độc lập các biến**

	CNCL	DT	GC	PUCX	TG&NL	GTCNKH
CNCL						2,752
DT						2,843
GC						2,368
GTCNKH						
PUCX						1,662
TG&NL						2,828

Tất cả các giá trị VIF đều nằm dưới ngưỡng 3, điều này cho thấy mức độ đa cộng tuyến giữa các biến là thấp và không ảnh hưởng đến độ tin cậy của các hệ số ước lượng trong mô hình. Mô hình có thể được xem là ổn định và đáng tin cậy từ góc độ đa cộng tuyến.

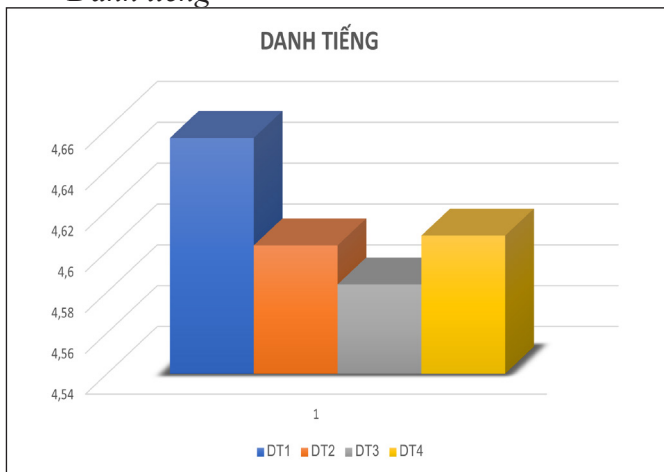
\* *Chất lượng cảm nhận*



**Biểu đồ 2. Chất lượng cảm nhận của người tham gia**

Cảm nhận của tất cả người tham gia là rất cao và rất tích cực thể hiện ở 4 biến quan sát đều đạt ở mức 4,6 và 4,7.

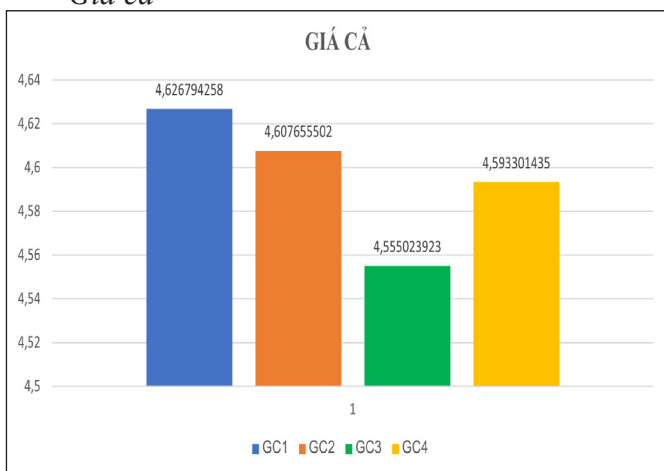
\* *Danh tiếng*



**Biểu đồ 3. Danh tiếng tác động lên giá trị cảm nhận**

Đây là giải bóng đá uy tín và chất lượng đối với sân chơi thể thao của sinh viên nó thể hiện rõ qua giá trị cảm nhận của các thành viên tham gia đều thấy danh tiếng của giải đều cao thấp nhất là DT3 4,58

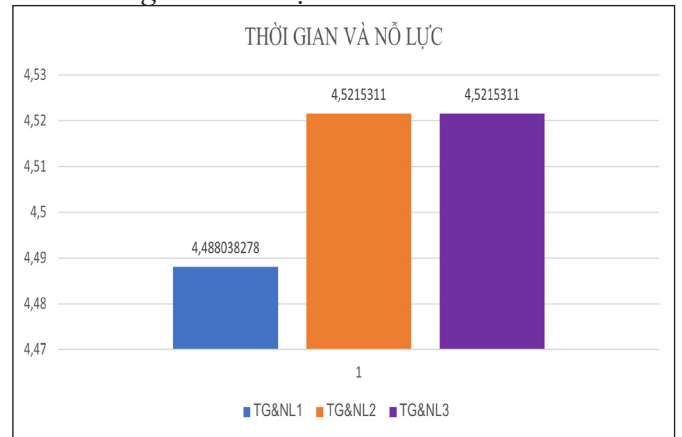
\* *Giá cả*



**Biểu đồ 4. Ảnh hưởng của giá cả**

Hầu hết tất cả các đội bóng và người tham gia đều thấy rằng giá cả phù hợp và không ảnh hưởng đến chất lượng của giải đấu. Theo thống kê của nghiên cứu là rất hài lòng với giá cả, sự cảm nhận cao nhất là 4,62 và thấp nhất là 4,55.

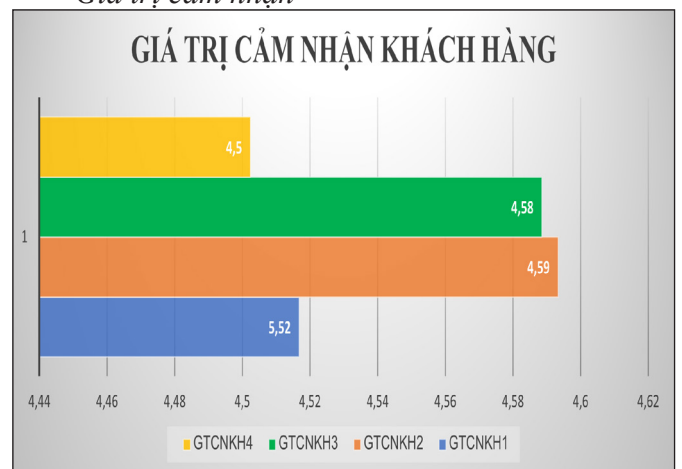
\* *Thời gian và nỗ lực*



**Biểu đồ 5. Ảnh hưởng của thời gian và nỗ lực**

Với TG&NL1 là 4,49, TG&NL2,3 đều là 4,52 cho ta thấy thời gian và nỗ lực của BTC giải là hợp lý, nó không ảnh hưởng đến quá trình tham gia của các đội Bóng đá.

\* *Giá trị cảm nhận*



**Biểu đồ 6. Giá trị cảm nhận**

Sự cảm nhận của mọi người tham gia là rất cao GTCNKH1 là 5,52 GTCNKH2 là 4,59 GTCNKH3 là 4,58 GTCNKH4 là 4,5. Từ khảo sát của nghiên cứu cho thấy họ tham gia giải đấu và nhận được rất nhiều về giá trị.

Kết quả bảng 5 cho thấy: Tất cả các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ( $T > 1.96, P < 0.05$ ), với TG&NL có ảnh hưởng mạnh nhất đến GTCNKH. Các yếu tố khác như PUCX, GC, DT và CNCL đều có ảnh hưởng tích cực nhưng mức độ ảnh hưởng yếu hơn so với TG&NL.

**3.KẾT LUẬN**

Quá trình nghiên cứu được thực hiện qua hai giai đoạn là nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính

Bảng 5. Ảnh hưởng đến giá trị cảm nhận

Mối quan hệ	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
CNCL -> GTCNKH	0.179	0.178	0.067	2,677	0.007
DT -> GTCNKH	0.188	0.184	0.064	2,955	0.003
GC -> GTCNKH	0.193	0.192	0.061	3,186	0.001
PUCX -> GTCNKH	0.200	0.214	0.058	3,465	0.001
TG&NL -> GTCNKH	0.287	0.279	0.072	3,966	0.000

thức. Nghiên cứu sơ bộ sử dụng phương pháp định tính. Kết quả nghiên cứu định tính giúp chỉnh sửa mô hình còn lại 23 biến quan sát đo lường cho 6 khái niệm trong mô hình. Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng thông qua phỏng vấn với bảng câu hỏi. Nghiên cứu cũng trình bày các phần liên quan đến quá trình nghiên cứu như: thông tin cần thu thập, xây dựng thang đo, thiết kế mẫu, giới thiệu kỹ thuật và yêu cầu cho việc phân tích dữ liệu theo mô hình.

Kết quả khảo sát cho thấy các đội bóng và thành viên các đội bóng rất hài lòng đến chất lượng giải đấu từ giá cả, danh tiếng, thời gian và nỗ lực của BTC giải đấu với các các đội bóng. Đặc biệt chi phí (giá cả) thì họ cảm nhận giá trị của giải đấu rất cao. Nhân tố ảnh hưởng quan trọng thứ hai là nhân tố danh tiếng của giải đấu, người tham gia biết đến giải bóng đá sinh viên thanh niên nhiều và có sự truyền thông cao đối với chất lượng uy tín của giải đấu. Đồng thời, yếu tố cơ sở vật chất, đại điểm, chất lượng phục vụ của Trường đại học Tôn Đức Thắng cũng ảnh hưởng đến giá trị cảm nhận của các thành viên tham gia.

Nhân tố phản ứng cảm xúc cũng tác động đến giá trị cảm nhận của các thành viên đội bóng tham gia tại giải đấu. Khi người tham gia cảm thấy được tôn trọng, vui vẻ, thoải mái hoặc hạnh phúc khi tham gia thi đấu, tập luyện và dự khán lễ khai mạc, bế mạc và các trận đấu... thì giá trị cảm nhận của họ tổng quát về giải đấu càng cao.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Anderson, J. C., Jain, D. C., & Chintagunta, P. K. (1993), "Customer value assessment in business markets: a state-of-practice study", Journal of Business-to-Business Marketing, 1 (1), 3-29.
- Butz, H., & Goodstein, L. (1996), "Measuring customer value: gaining the strategic advantage",

Organisational Dynamics, 24(3), 63-77.

3. Dodds W.B., Monroe K.B. and Grewal D.(1991), "Effects of price, brand and store information on buyers product evaluations", Journal of Marketing Research, 28, 307-319.

4. Nguyễn Thị Mai Trang, "Chất lượng dịch vụ, sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng siêu thị tại Thành phố Hồ Chí Minh", Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, 9 (10), 2006.

5. Nguyễn Thị Hồng Thắm, 2009, "Nghiên cứu giá trị cảm nhận của khách hàng tại chuỗi siêu thị Co.op mart", Luận văn thạc sĩ kinh tế, Đại học.

**Nguồn bài báo:** Sáng kiến kinh nghiệm thực tế tham gia thi đấu và tổ chức "Giải bóng đá Thanh niên sinh viên Việt Nam đợt 2 Năm 2024", ThS. Phạm Xích Nam, ThS. Ngô Đăng Khoa, 2024.

**Ngày nhận bài: 28/6/2024; Ngày duyệt đăng: 20/9/2024.**



Ảnh minh họa (nguồn Internet)