

Nghiên cứu nhu cầu thị trường về sản phẩm, dịch vụ du lịch gắn với các sự kiện thể thao ở Việt Nam

TÓM TẮT:

Du lịch thể thao (DLTT) là khái niệm đã được nghiên cứu từ nhiều năm trên thế giới, trong đó DLTT sự kiện chiếm hầu hết các hoạt động của DLTT. Tham dự các sự kiện, khách DLTT bao gồm vận động viên, ban huấn luyện, người nhà vận động viên, ban tổ chức sự kiện, cổ động viên, người hâm mộ tham dự sự kiện, người xem sự kiện. Họ sử dụng các dịch vụ du lịch và có thể tham gia vào nhiều hoạt động khám phá, tìm hiểu, tham quan du lịch trước và sau sự kiện. DLTT ở Việt Nam mới phát triển trong thời gian gần đây, trong đó DLTT sự kiện đang thể hiện xu hướng tăng trưởng khá rõ rệt Việt Nam. Từ đó cũng hình thành nhu cầu sử dụng sản phẩm, dịch vụ du lịch. Một số nghiên cứu bước đầu về nhu cầu sử dụng sản phẩm, dịch vụ của khách du lịch sự kiện thể thao được triển khai trong khuôn khổ Đề tài nghiên cứu khoa học (NCKH) cấp Bộ năm 2018-2019 “Nghiên cứu phát triển du lịch gắn với các sự kiện thể thao ở Việt Nam”.

Từ khóa: du lịch thể thao, Du lịch sự kiện thể thao, Phát triển du lịch gắn với sự kiện thể thao, Thị trường khách du lịch thể thao

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khái niệm về DLTT đã được bắt đầu quan tâm nghiên cứu từ khoảng những năm 70-80 thập kỷ trước. Khái niệm tương đối toàn diện được đề cập là của Hall: “DLTT bao gồm hai phân loại là du lịch để tham gia các hoạt động thể thao và du lịch để xem thi đấu thể thao. Do đó, DLTT được xác định là các chuyến đi với mục đích phi thương mại nhằm tham gia hay xem các hoạt động thể thao ở khu vực xa nhà.”. Gibson cũng chỉ rõ “Chuyến đi nghỉ dưỡng mà các cá nhân tạm thời rời khỏi nơi cư trú thường xuyên để tham gia các hoạt động thể chất (DLTT chủ động), để xem các hoạt động thể chất (DLTT sự kiện) hoặc để tưởng niệm các điểm du lịch có liên quan hoạt động thể chất (DLTT hoài niệm)”. Ross, Gibson tiếp đó đã phân loại rõ DLTT thành 03 nhóm chính: DLTT chủ động, DLTT sự kiện, DLTT hoài niệm. PGS.TS. Lâm Quang Thành khẳng định “Các sự kiện là đối tượng chính của hoạt động du lịch thể thao.

TS. Đỗ Cẩm Thơ

ABSTRACT:

Attending events, sports tourists including athletes, coaching boards, athletes' families, event organizers, fans, attendants in the event, and people watching the event. They use travel and hospitality services and can participate in many other tourism activities such as to explore nature and culture of the destination before and after the event. Sports tourism in Vietnam has only recently been developed, in which sports event tourism is showing a clear growth trend in Vietnam. Since, formed the need to use tourism products and services. Some results of a initial study on the market demand for sports event products and services have been implemented within the framework of research projects "Research on tourism development associated with sport events in Vietnam".

Keywords: sport tourism, Sport event tourism, Boosting tourism based on sport event, Sport tourism market

Hoạt động thi đấu thể thao, bản thân nó đã là một dịp quy tụ đông đảo các vận động viên (VĐV), huấn luyện viên (HLV), những người phục vụ đảm bảo cho các cuộc thi đấu thành công, đặc biệt là đông đảo những người hâm mộ, các đối tượng khán giả đến từ các địa phương trong nước và cả các du khách nước ngoài.”

Nhiều quốc gia trên thế giới đã coi các sự kiện thể thao là đòn bẩy để phát triển kinh tế, thu hút tiêu dùng du lịch. Ở Việt Nam thời gian gần đây, với chủ trương xã hội hóa tổ chức các sự kiện thể thao, nhu cầu DLTT đang dần được hình thành rõ hơn. Triển khai thực hiện đề tài NCKH cấp bộ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2018-2019, nghiên cứu bằng bảng hỏi đối với các đối tượng là vận động viên, người nhà vận động viên, người tham dự và cổ động viên ở các sự kiện đã được thực hiện. Bên cạnh đó là các cuộc phỏng vấn chuyên sâu các cán bộ quản lý nhà nước về thể thao, về du lịch, một số đơn vị doanh

nghiệp tổ chức sự kiện cũng đã được thực hiện nhằm làm rõ hơn về xu hướng và nhu cầu du lịch sự kiện thể thao.

2. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Có thể hiểu du lịch gắn với các sự kiện thể thao là trải nghiệm du lịch trong quá trình tham gia hoặc xem các hoạt động liên quan đến thể thao. Những trải nghiệm du lịch này được hiểu là việc sử dụng sản phẩm, dịch vụ ăn uống, lưu trú và nhiều dịch vụ khác trong thời gian tham dự giải cũng như tham gia vào những hoạt động du lịch tại địa bàn nơi diễn ra giải thể thao như: tham quan thắng cảnh, tìm hiểu văn hóa lịch sử, thưởng thức các sản vật địa phương...Việc tham gia các hoạt động thể thao trong quá trình du lịch cũng được hiểu là DLTT. Khách du lịch gắn với các sự kiện thể thao bao gồm vận động viên, ban huấn luyện, người nhà vận động viên, ban tổ chức sự kiện, cổ động viên, người hâm mộ tham dự sự kiện, người xem sự kiện. Họ sử dụng các dịch vụ du lịch và có thể tham gia vào nhiều hoạt động khám phá, tìm hiểu, tham quan du lịch trước và sau sự kiện.

Tuy nhiên, không phải giải thi đấu thể thao nào cũng có thể gắn kết để phát triển du lịch, cũng tạo ra được sự thu hút hấp dẫn đối với khách du lịch.

+ Thể thao chuyên nghiệp/thể thao thành tích cao: có sự tham gia các VĐV chuyên nghiệp, thời gian tổ chức dài. Tuy nhiên, rất khó để các VĐV tham gia vào các hoạt động du lịch do các VĐV cần tập trung cao vào các giải đấu. Tuy vậy, các giải thi đấu lớn như AFF cup, một số giải bóng chuyên VTV cup, các giải thể thao bãi biển...thu hút người hâm mộ, người cổ vũ, người phục vụ, đây chính là đối tượng sẽ sử dụng sản phẩm du lịch.

Đội tuyển bóng đá nam Việt Nam khi thi đấu ở sân nhà, hiệu ứng của đội tuyển rất mạnh, có thể dễ dàng nhận ra khi đội tuyển thi đấu thì có thể thu hút được khá nhiều khách du lịch từ các địa phương khác tới Hà Nội tham quan du lịch kết hợp cổ vũ thể thao. Đây chỉ là một trường hợp hiếm của thể thao chuyên nghiệp khi muốn gắn liền với du lịch của địa phương. Từ đây, có thể thấy được điểm mấu chốt của vấn đề gắn kết thể thao với du lịch trong thể thao chuyên nghiệp đó là sự quan tâm của người hâm mộ tới sự kiện đó.

+ Đối với các giải quần chúng có đặc điểm là thời gian tổ chức giải ngắn, có sự tham gia rộng rãi của nhiều thành phần, tổ chức thường xuyên. Những người tham gia thường đi theo nhóm (gia đình, câu lạc bộ, bạn bè đồng nghiệp,...). Với những nhóm tham gia các giải thể thao này có rất nhiều cơ hội tham gia trải

nghiệm du lịch địa phương. Thực tế hiện nay, nhu cầu và sự tham gia, tham dự của khách du lịch đối với các giải thể thao quần chúng ở một số bộ môn có sự tăng trưởng vượt bậc và nhu cầu nhìn thấy rõ rệt hơn.

Trong các hình thức thể thao quần chúng, vận động viên thường là những người đam mê và tự tập luyện, tham gia tập luyện theo các Câu lạc bộ thể thao quần chúng. Những người này cũng thường đăng ký tham gia các giải thi đấu khác nhau, tại các địa phương khác nhau, thậm chí là các giải thi đấu ngoài nước.

Theo kết quả điều tra thực hiện năm 2018-2019, các cơ quan quản lý nhà nước nhận định rằng khi tổ chức các sự kiện thể thao rất nên gắn kết một số hoạt động văn hóa, du lịch như: tổ chức gắn với sự kiện văn hóa, tổ chức các tour du lịch cho VĐV có thể gắn kết được; chuỗi hoạt động văn hóa, giải trí, lễ hội văn hóa...

Hiện nay, du lịch gắn với các sự kiện thể thao ngày càng trở nên phổ biến, thu hút được sự quan tâm của nhiều đối tượng, một số nguyên nhân có thể kể đến như sau:

- Kinh tế của các gia đình được cải thiện và chất lượng cuộc sống được tăng nhanh (thu nhập bình quân đầu người tăng...) bên cạnh đó, giờ làm việc giảm đáng kể trong thế kỷ qua, số ngày nghỉ lễ tăng lên và những cải tiến về công nghệ dẫn đến thời gian rỗi cho nhiều người, dẫn đến tăng thời gian và tiền bạc thúc đẩy họ tham gia và các hoạt động DLTT.

- Phương tiện đi lại thuận tiện, dễ dàng hơn: điều kiện giúp họ rút ngắn được thời gian di chuyển và kéo dài được thời gian lưu trú tại điểm thi đấu hơn, đây cũng là lý do khiến họ muốn khám phá nhiều hơn tại điểm thi đấu.

- Tham gia các giải đấu thể thao cùng nhau cũng là một cách để tụ họp (gia đình, bạn bè) chia sẻ những nhọc nhằn khó khăn trong công việc, cuộc sống, tạo sự gắn kết trong gia đình. Đây là nhóm VĐV không chuyên nhưng họ có tinh thần yêu thể thao, thường tham gia các giải thi đấu nhiều lần trong năm khi có cơ hội.

- Hiện nay yếu tố sức khỏe đã được người dân coi trọng hơn thời gian trước. Các tour du lịch nghỉ dưỡng, tour du lịch xanh hiện tại đang trong thời điểm bão hòa. Sự lên ngôi của DLTT là một điều tất yếu trong tương lai của cuộc sống. Vào các ngày nghỉ, thì mọi người tổ chức lại với nhau để tham gia vào hoạt động thể thao, thi đua với nhau. Các cơ quan Bộ ngành, tập đoàn, doanh nghiệp, các nhóm xã hội ngày càng có nhiều nhu cầu tổ chức các hoạt động thi đấu thể thao hơn, tổ chức nhiều hoạt động thể thao ngoài trời hơn.

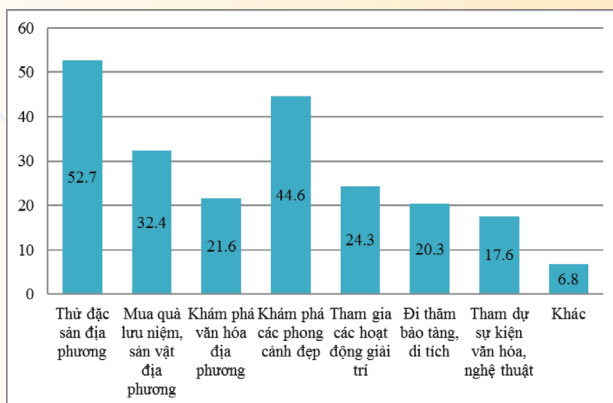
Đối với sản phẩm, dịch vụ du lịch gắn với sự kiện thể thao của Việt Nam các đối tượng thị trường cụ thể có những nhận định đánh giá và nhu cầu khác nhau.

a) Đối với giải thể thao thành tích cao

Tại các giải thể thao thành tích cao ở Việt Nam trong 1-2 năm qua, hầu hết các sự kiện là các Đại hội thể dục thể thao toàn quốc, các giải thi đấu các môn thể thao riêng lẻ. Qua khảo sát một số sự kiện này cho thấy hầu hết hiện nay khách du lịch sự kiện thể thao là người tham gia sự kiện tức VĐV và người nhà đi cùng. Đối tượng người xem, người tham dự di chuyển từ các nơi khác đến chưa nhiều.

Qua kết quả điều tra, 41,9% trên tổng câu trả lời của các VĐV cho rằng họ tự du lịch trước hoặc sau thời gian thi đấu, 14,9% được ban tổ chức giải đấu cho đi, 29,7% ko muốn đi (do nhiều lý do như bận việc, không có thời gian, để tập trung cho các giải đấu,...)

Đơn vị: %



Biểu đồ 1: Các hoạt động khách du lịch sự kiện thể thao tham gia tại địa phương tổ chức giải thể thao

Nhiều hoạt động du lịch đã thu hút được các VĐV: thưởng thức các đặc sản địa phương, khám phá phong cảnh, mua đặc sản địa phương về làm quà, tham gia các hoạt động giải trí, khám phá văn hóa, thăm bảo tàng, di tích... Trong đó, thử đặc sản địa phương và khám phá phong cảnh là các hoạt động được quan tâm nhiều nhất, với 52,7% và 44,6% lựa chọn. Mua quà lưu niệm và sản vật địa phương cũng là hoạt động quan trọng, được 32,4% lựa chọn.

Đối với vận động nội địa nhu cầu lưu trú khá đa dạng, nhưng khách sạn từ 1 đến 2 sao là lựa chọn tối ưu nhất (37,8%) rồi đến khách sạn 3 sao (32,4%); khách sạn 4-5 sao (13,5%), nhà nghỉ nhà trọ, homestay và một số loại nhà nghỉ khác... Trong khi đó các VĐV quốc tế lại thường sử dụng các khách sạn 4-5 sao (86,7%), khách sạn 1-2 sao (10%); homestay (3,3%).

b) Đối với giải thể thao quần chúng

Các giải thể thao quần chúng thời gian gần đây đang nổi lên khá mạnh mẽ, đặc biệt là các giải marathon. Chỉ trong vòng vài năm, hiện nay có tới hơn 20 giải lớn được xã hội hóa và tổ chức ngày một quy mô hơn. Giải marathon Techcombank Hồ Chí Minh diễn ra ngày 7-8/12/2019 đã có hơn 13 nghìn VĐV đăng ký tham dự với những đường đua quan trọng và hàng loạt các sự kiện, hoạt động thể thao và giải trí cho người nhà VĐV, khách du lịch và những người quan tâm.

Trong quá trình khảo sát, điều tra các đối tượng tham dự tại các sự kiện thể thao quần chúng (giải Marathon LongBien 2018, Hanoi International Heritage Marathon 2018, giải Dù lượn năm Du lịch quốc gia 2018 – Hạ Long – Quảng Ninh...) trên tổng số người được hỏi thì (81%) người tham gia vào giải đấu /VĐV giải quần chúng và (19%) đến để xem và cổ vũ cho các VĐV. Cùng với việc tham gia vào các giải đấu, (56,7%) các VĐV trả lời có kết hợp để du lịch cùng gia đình, bạn bè, bạn thi đấu nhằm giao lưu, tìm hiểu văn hóa, thưởng thức ẩm thực địa phương và (31%) người được hỏi chỉ tham gia giải thể thao.

Bảng 1. Mục đích tham gia sự kiện DLTT

Mục đích chính	Tỷ lệ %
Chỉ tham gia giải thể thao	31.2
Đi du lịch, biết đến giải tham dự	3.6
Tham gia giải thể thao và kết hợp du lịch	56.7
Tổng cộng	100.0

Ngoài tham gia giải thể thao, khách du lịch còn tham gia vào các hoạt động tại địa phương như Khám phá phong cảnh đẹp (22,2%), thưởng thức đặc sản địa phương (21%), khám phá văn hoá địa phương (17,1%), Mua quà lưu niệm (16,2%).

Bảng 2: Nhu cầu lưu trú của khách du lịch sự kiện thể thao

Loại hình lưu trú	Tỷ lệ %
Khách sạn 4-5 sao	16,5%
Khách sạn 1-2 sao	11,6%
Homestay	11,6%
Khách sạn 3 sao	47,3%
Nhà nghỉ, nhà trọ	4,5%
Tổng	100,0%

Về đặc điểm đi du lịch, hầu hết khách được hỏi thường kết hợp đi các điểm du lịch trong bán kính gần (10 km đến 30-50 km), vừa thuận tiện cho di chuyển

cũng như tận dụng được khoảng thời gian rảnh trước, trong hoặc sau các trận thi đấu. Khi tham dự sự kiện thể thao kết hợp du lịch, họ thường lưu trú tại khách sạn 3 sao (47,3%), số ít lưu trú tại khách sạn 4-5 sao (16,5%). Khách du lịch sự kiện thể thao hầu hết sử dụng các phương tiện tìm kiếm thông tin hiện đại. Kênh tìm kiếm thông tin chủ yếu qua mạng xã hội, chiếm tỷ lệ rất cao (73,7%), bạn bè/người thân (47,8%) và trên trang website của đơn vị tổ chức sự kiện thể thao (43,9%), còn lại là tìm hiểu qua các kênh thông tin khác như: qua website du lịch, qua website của địa phương tổ chức, từ quảng cáo tin tức báo chí... Kết quả cũng cho thấy nhu cầu tìm kiếm thông tin khá lớn, bởi có tổng số 226,3% lượt lựa chọn cho tổng các kênh thông tin, có nghĩa là mỗi khách được hỏi đều sử dụng hơn 2 loại thông tin tìm kiếm.

Bảng 3: Phương thức tìm kiếm thông tin du lịch khi tham dự sự kiện thể thao

Kênh thông tin	%/tổng trả lời
Qua website du lịch	28,8%
Qua website sự kiện thể thao	43,9%
Qua website địa phương tổ chức	19,0%
Thông tin từ bạn bè, gia đình	47,8%
Từ các mạng xã hội	73,7%
Từ quảng cáo, tin tức, báo chí	12,7%
Khác	0,5%
Tổng trả lời	226,3%

Nếu địa phương tổ chức được nhiều hoạt động du lịch gắn với sự kiện thể thao trong tương lai, khách du lịch tham gia phỏng vấn đã trả lời mong muốn tham gia những hoạt động như thăm quan thắng cảnh (60,8%), Tham gia hoạt động trải nghiệm khám phá (54,9%) và mua sắm, ẩm thực (47,1%). Ngoài ra, các hoạt động khác cũng được quan tâm. Kết quả điều tra cho thấy sự hào hứng của khách du lịch sự kiện thể thao trong việc tham gia các hoạt động du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Gibson, H. (1998) Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. Sport Management review, 1, tr. 45-76.
- Gibson, H. (2003) Sport Tourism: An Introduction to the Special Issue. Journal of Sport Management, 17, tr. 205-213.
- Gibson H., Willming C, Holdnak A. (2003) Small - scale event sport tourism: fans as tourists. Tourism management. Vol 24 pp 181-190.
- Hall, C. M., C.M Hall & B. Weiler (Eds) (1992). Special Interest Tourism, Adventure, sport and health tourism, London: Belhaven Press, pp.141-158
- Ross, S. D. (2001) Developing Sports Tourism. Illinois: University of Illinois at Urbana-Champaign.

Nguồn: Kết quả điều tra thực hiện Đề tài NCKH cấp Bộ năm 2018-2019 “Nghiên cứu phát triển du lịch gắn với các sự kiện thể thao ở Việt Nam”

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 22/7/2019; ngày phản biện đánh giá: 11/9/2019; ngày chấp nhận đăng: 24/10/2019)

Bảng 4: Nhu cầu tham gia các hoạt động du lịch của khách du lịch sự kiện thể thao

Các hoạt động	%/ tổng trả lời
Mua sắm, ẩm thực	47,1%
Tham gia hoạt động trải nghiệm, khám phá	54,9%
Thăm quan di tích lịch sử	38,2%
Thăm quan thắng cảnh	60,8%
Tìm hiểu cuộc sống địa phương	35,8%
Tham gia các hoạt động DLTT	39,2%
Tham gia hoạt động vui chơi giải trí	25,0%

3. KẾT LUẬN

Có thể thấy thị trường DLTT ở Việt Nam đang ngày càng sôi động, được hình thành nhu cầu rõ rệt hơn, đặc biệt là ở thị trường khách du lịch nội địa. Các sự kiện thể thao được đón nhận như những ngày hội, những người tham gia thi đấu (VDV chuyên nghiệp và không chuyên) và cả cổ động viên, người đến tham dự các giải đều có những mong muốn sử dụng các dịch vụ du lịch ngày một đa dạng hơn. Các nhà tổ chức sự kiện cần quan tâm nhiều hơn trong việc kết nối các dịch vụ, sản phẩm để cung cấp tốt hơn các dịch vụ ăn uống, đi lại, lưu trú cũng như phối kết hợp liên ngành để tổ chức các sự kiện văn hóa, du lịch bên lề hấp dẫn hơn nữa, tổ chức các sản phẩm tham quan du lịch phù hợp với nhu cầu kết hợp của những người tham gia và tham dự các sự kiện này. Thông qua thu hút tiêu dùng du lịch chính là để phát triển kinh tế từ sự kiện thể thao. Nhà nước cũng cần có chính sách để đăng cai, tổ chức nhiều sự kiện thể thao lớn mà giải đua Công thức 1 F1 Gran Prix là một minh chứng điển hình để làm đòn bẩy phát triển kinh tế du lịch từ thể thao cũng như là cơ hội quan trọng để quảng bá hình ảnh con người, đất nước trên phạm vi toàn cầu.