



## FACTORS AFFECTING BODYBUILDING BEHAVIOR: CASE STUDY IN CAN THO CITY

Le Huu Loc<sup>1\*</sup>, Ha My Trang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Can Tho University

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi69.217</p> <p><i>Received:</i> December 01, 2021</p> <p><i>Accepted:</i> April 20, 2022</p> <p><i>Published:</i> June 25, 2022</p> <p><b>Keywords:</b> Bodybuilding behavior; Bodybuilding benefits; Service quality; Fitness.</p>	<p>Bodybuilding is a sport more and more popular. Bodybuilding behavior is influenced by many factors as internal and external factors. The primary data was collected by directly interviewing 220 people living in Can Tho city. The study applied Cronbach's Alpha and exploratory factor analysis (EFA) to test scale reliability and suitability, Robust regression was used to identify factors affecting people's fitness participation in the study site. The results show that there are three factors affecting people's participation in bodybuilding in Can Tho city, including: (1) Service quality; (2) Feeling the positivity when exercising; (3) Perception of ease of use. Based on the results, some proposed implications to satisfy customers' fitness needs and solve some problems in the gym business of investors before the Covid-19 pandemic.</p>

\*Corresponding author:

Email: [huuloc.andrew98@gmail.com](mailto:huuloc.andrew98@gmail.com)



## CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HÀNH VI TẬP THỂ HÌNH: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Lê Hữu Lộc<sup>1\*</sup>, Hà Mỹ Trang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Cần Thơ

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi69.217</p> <p>Ngày nhận: 01/12/2021</p> <p>Ngày nhận lại: 20/04/2022</p> <p>Ngày đăng: 25/06/2022</p> <p><b>Từ khóa:</b> Chất lượng dịch vụ; Hành vi tập thể hình; Lợi ích của tập thể hình; Tập thể hình.</p>	<p>Tập thể hình là một môn thể dục thể thao ngày càng trở nên phổ biến. Hành vi tập thể hình chịu sự chi phối bởi nhiều yếu tố từ phía người tập cũng như từ các yếu tố bên ngoài. Nghiên cứu tiến hành khảo sát 220 người đang sử dụng dịch vụ này tại thành phố Cần Thơ. Với phương pháp kiểm định độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phương pháp hồi quy Robust nghiên cứu đã xác định các yếu tố tác động đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ. Kết quả cho thấy có 3 yếu tố tác động cùng chiều ảnh hưởng đến hành vi tập thể hình đó là: (1) Chất lượng dịch vụ của phòng tập, (2) Cảm nhận về sự tích cực khi tập thể hình, (3) Nhận thức về tính dễ sử dụng. Từ cơ sở này nghiên cứu đã đề xuất một số khuyến nghị như tăng cường hoạt động marketing, cải thiện chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa mô hình kinh doanh để thích nghi với bối cảnh đại dịch Covid-19.</p>

### 1. Giới thiệu

Ngày nay, sự bùng nổ của khoa học công nghệ đã mở ra một thời kỳ phát triển mới của loài người gắn liền với trí tuệ nhân tạo. Cùng với sự phát triển không ngừng của nền kinh tế, mức sống của người dân ngày càng được cải thiện và nâng cao, con người bắt đầu có những thay đổi trong quan niệm sống, ngoài tập trung

cho công việc và gia đình thì họ còn có những nhu cầu cá nhân như: du lịch, vui chơi giải trí và làm đẹp. Đặc biệt thể dục thể hình được xem như một hình thức giải trí và chăm sóc sức khỏe được nhiều người lựa chọn. Thị trường của ngành thể dục thể hình đang ngày càng trở nên phổ biến và sôi động hơn bao giờ hết, bởi vì đây là bộ môn dành cho tất cả mọi người, không phân biệt giới tính, độ tuổi. Hoạt động này mang lại cho người tập nhiều lợi ích như giúp họ sở hữu thân hình săn chắc, vóc dáng thon gọn, rèn luyện sức khỏe, phòng ngừa bệnh béo phì và các bệnh liên quan đến tim mạch.

\*Tác giả liên hệ:

Email: huuloc.andrew98@gmail.com

Thể hình là bộ môn nổi tiếng ở nước ngoài nhưng ở Việt Nam loại hình này còn khá mới mẻ và chưa được khai thác đúng mức. Chính vì thế, thể hình đã trở thành lĩnh vực kinh doanh béo bở, tạo ra nhiều cơ hội cho các các nhà đầu tư trong hiện tại và tương lai. Tại thành phố Cần Thơ đã có nhiều trung tâm thể hình chất lượng và uy tín được thành lập như Galaxy Gym Club, California Fitness và Yoga, Bodylab Fitness và Yoga, Gym Vũ Lâm, Gym Anh Thông... Từ những lợi ích mà luyện tập thể hình mang lại, cùng với nhu cầu và tiềm năng phát triển của lĩnh vực này thì việc xác định và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tập thể hình của người dân là cần thiết, trên cơ sở của nghiên cứu sẽ giúp tìm ra hướng đi phù hợp cho ngành thể dục thể hình, góp phần tăng cường sức khỏe cho người tham gia luyện tập trong bộ môn này.

## 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

Ajzen và Fishbein (1975) đã xây dựng thuyết hành động hợp lý (TRA), đây được xem là học thuyết tiên phong trong lĩnh vực nghiên cứu tâm lý xã hội. Mô hình TRA cho thấy hành vi được quyết định bởi ý định thực hiện hành vi đó. Mối quan hệ giữa ý định và hành vi được đưa ra và kiểm chứng thực nghiệm trong rất nhiều nghiên cứu ở các lĩnh vực, hai yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định đó là thái độ cá nhân và chuẩn chủ quan. Ajzen (1991) đã phát triển lý thuyết hành động hợp lý thành lý thuyết hành vi dự định (TPB). Mô hình TPB cho rằng nhận thức kiểm soát hành vi sẽ ảnh hưởng đến ý định hành vi của con người. Nhận thức kiểm soát hành vi phản ánh việc dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi. Đồng thời, phản ánh mức độ thực hiện hành vi đó có bị kiểm soát hay hạn chế.

Davis (1989) và Bagozzi (1992) đã xây dựng mô hình chấp nhận công nghệ (TAM), bổ sung hai nhân tố có tác động trực tiếp đến thái độ người tiêu dùng là “Cảm nhận về lợi ích đạt được” và “Cảm nhận về tính dễ sử dụng”. Trong đó, cảm nhận về lợi ích đạt được đo lường mức độ mà một người tin rằng khi sử

dụng một sản phẩm hay dịch vụ sẽ làm giúp cải thiện chất lượng cuộc sống. Theo Kotler (2002) nghiên cứu trong lĩnh vực Marketing cho thấy, các yếu tố kích thích của Marketing và những tác nhân kích thích khác xâm nhập vào ý thức của người tiêu dùng và gây ra những phản ứng đáp lại nhất định. Những yếu tố này bao gồm: Hàng hóa, giá cả, phương pháp phân phối và khuyến mãi. Ý thức của người tiêu dùng bao gồm hai phần, phần thứ nhất là những đặc tính của người tiêu dùng có ảnh hưởng đến việc con người tiếp nhận các tác nhân kích thích và phản ứng lại với nó như thế nào, phần thứ hai là quá trình thông qua quyết định của người tiêu dùng và kết quả sẽ phụ thuộc vào quyết định đó. Những phản ứng đáp lại của người tiêu dùng gồm: lựa chọn hàng hóa, lựa chọn nhãn hiệu, lựa chọn nhà cung cấp, lựa chọn khối lượng mua.

### 2.2. Giả thuyết nghiên cứu

*Cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình:* Cảm nhận sự tích cực thể hiện thái độ của người tiêu dùng đối với một hành động hoặc một hành vi, nhận thức tích cực của cá nhân sẽ thôi thúc họ thực hiện hành vi (Leeman & S. Ong, 2008), cũng như nếu cảm nhận việc thực hiện hành vi mang lại lợi ích cho người dùng thì họ sẽ có ý định tham gia vào quá trình thực hiện hành vi (Fishbein & Ajzen, 1975). Trong bài nghiên cứu này, cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình thể hiện niềm tin của con người khi tham gia vào hoạt động tập thể hình sẽ mang đến cho họ những lợi ích, những hiệu quả tích cực như giúp giảm cân, cải thiện sức khỏe, cơ thể cân đối, thân hình săn chắc, giải tỏa căng thẳng. Vì vậy, cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình là yếu tố tác động dẫn đến hành vi tập thể hình.

*Giả thuyết H1: Cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ.*

*Cảm nhận sự tiêu cực khi tập thể hình:* Cảm nhận sự tiêu cực thể hiện thái độ không mong muốn của người tiêu dùng đối với một hành động hoặc một hành vi. Với cảm nhận này con người có xu hướng không muốn, trì hoãn hoặc không sử dụng sản phẩm dịch vụ (Leeman & S.

Ong, 2008). Đối với nghiên cứu này, nếu người dân tin rằng việc tập thể hình sẽ dẫn đến một kết quả không mong muốn hoặc cảm nhận về các bất cập khi họ tham gia tập luyện như tốn kém chi phí, mất thời gian, sự bất tiện trong khung giờ luyện tập, sự tự ti về ngoại hình hay các rủi ro trong quá trình tập luyện có thể xảy ra thì nhiều khả năng họ sẽ không tham gia tập thể hình. Điều này có nghĩa rằng, khi phát sinh cảm nhận tiêu cực thì họ sẽ không ý định tham gia tập thể hình. Vì vậy, cảm nhận sự tiêu cực là yếu tố tác động dẫn đến họ không thực hiện hành vi tập thể hình.

*Giả thuyết H2: Cảm nhận sự tiêu cực khi tập thể hình có tác động ngược chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ.*

**Chuẩn chủ quan:** Chuẩn chủ quan là hành vi của một cá nhân chịu sự chi phối bởi những người quan trọng đối với họ (Fishbein & Ajzen, 1975), (Leeman & S. Ong, 2008). Chuẩn chủ quan được đo lường thông qua niềm tin của cá nhân vào những người xung quanh như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp. Con người dễ dàng thực hiện hành vi hơn nếu đó cũng là mong đợi của mọi người xung quanh (Fishbein & Ajzen, 1975). Chuẩn chủ quan cũng góp phần không nhỏ gây ra ý định thực hiện hành vi. Trong bài nghiên cứu này, hành vi tập thể hình của con người được đo lường trên cơ sở tác động từ phía gia đình, bạn bè và đồng nghiệp. Với những góp ý nhận được và tác động từ những người thân quen sẽ góp phần tạo niềm tin và động lực để khách hàng thực hiện hành vi hoặc không thực hiện hành vi. Như vậy, hành vi không lúc này không những liên quan và chịu sự chi phối của chủ thể mà còn bị ảnh hưởng bởi mọi người xung quanh. Yếu tố chuẩn chủ quan sẽ có tác động dẫn đến hành vi tập thể hình.

*Giả thuyết H3: Chuẩn chủ quan có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ.*

**Nhận thức về tính dễ sử dụng:** Nhận thức về tính dễ sử dụng đề cập đến việc một người tin rằng sử dụng một sản phẩm, dịch vụ sẽ trở nên dễ dàng đối với họ (Davis, 1989). Cảm nhận về tính dễ sử dụng thể hiện mức độ kỳ vọng của người dùng cho rằng họ dễ dàng tiếp cận, tìm

hiểu và thực hiện hoạt động, phù hợp với năng lực và khả năng đơn giản với họ (Venkatesh và cộng sự 2003). Trong bài nghiên cứu này, nhận thức về tính dễ sử dụng là mức độ mà người tiêu dùng tin rằng họ dễ dàng tìm được một nơi tập luyện thể hình (Kim và cộng sự, 2016). Đồng thời, họ có khả năng sử dụng các máy móc, thiết bị chuyên dùng và có thể chủ động lựa chọn hình thức và mức độ tập luyện phù hợp (S.Murat, 2011). Như vậy, với cảm nhận về việc tập thể hình không hề khó và có thể đạt được nhiều lợi ích trên cả sự mong đợi sẽ quyết định đến hành vi tham gia tập luyện của con người.

*Giả thuyết H4: Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ.*

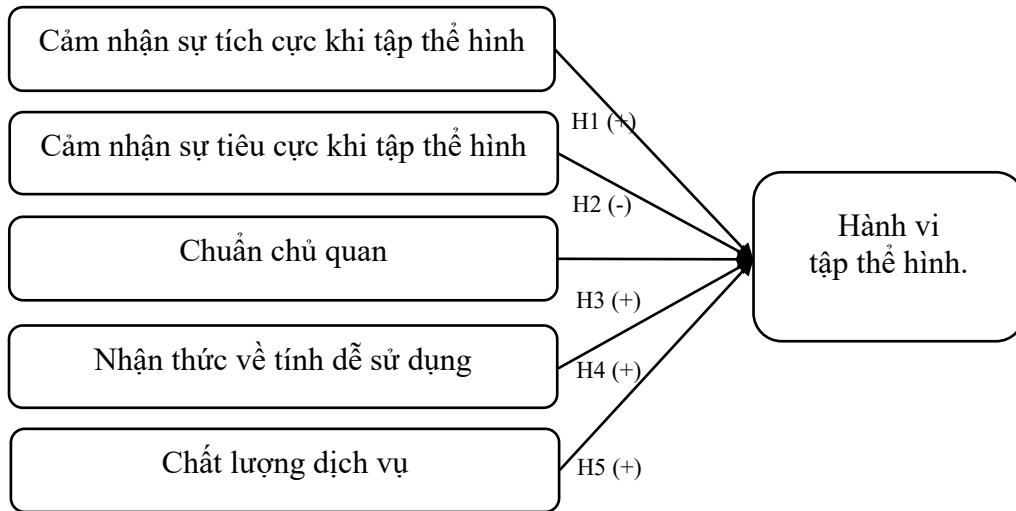
**Chất lượng dịch vụ:** Theo Parasuraman và cộng sự (1985), chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa nhận thức của con người khi đã sử dụng dịch vụ so với sự kỳ vọng ban đầu của họ. Chất lượng dịch vụ là một hình thức của thái độ, là kết quả từ sự so sánh giữa dịch vụ thực tế mà khách hàng nhận được khi tiêu dùng dịch vụ với sự mong đợi của họ. Chất lượng dịch vụ theo Parasuraman và cộng sự (1985) chịu sự chi phối bởi mức độ tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm, phương tiện được cung cấp. Kế thừa và phát triển mô hình của Parasuraman và cộng sự (1985), Cronin và Taylor (1992) cho rằng, chất lượng dịch vụ không phải sự chênh lệch giữa mức độ cảm nhận và giá trị kỳ vọng mà chính là mức độ cảm nhận của khách hàng khi sử dụng dịch vụ một dịch vụ. Đối với nghiên cứu này, chất lượng dịch vụ là sự cảm nhận của khách hàng đối với các dịch vụ của trung tâm thể hình. Đối với một trung tâm thể hình có cơ sở vật chất tốt, máy móc thiết bị hiện đại, kang trang thì sẽ thu hút được nhiều hội viên đến tập luyện hơn. Đây cũng là một trong những yếu tố quan trọng tác động đến ý thức của người tiêu dùng. Ngoài ra, nhân viên thân thiện và môi trường phòng tập lý tưởng cũng ảnh hưởng đến hành vi của người tập.

*Giả thuyết H5: Chất lượng dịch vụ có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ.*

**2.3. Mô hình nghiên cứu và thang đo**

Kế thừa mô hình nghiên cứu của Leeman và Ong (2008), tác giả xây dựng thang đo đo lường các yếu tố tác động đến hành vi tập thể hình trường hợp nghiên cứu tại thành phố Cần Thơ bao gồm: (1) Thang đo cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình; (2) Thang đo cảm nhận sự tiêu cực khi tập thể hình; (3) Thang đo chuẩn chủ quan.

Để phù hợp với bối cảnh của người tiêu dùng tại thị trường Việt Nam, tác giả dựa trên các cơ sở lý thuyết như đã phân tích và đề xuất thêm hai thang đo vào mô hình nghiên cứu bao gồm: (4) Thang đo nhận thức về tính dễ sử dụng, (5) Thang đo chất lượng dịch vụ. Các thang đo của đề tài cũng được kế thừa từ nghiên cứu của Nguyễn Việt Hòa (2019), Leeman và Ong (2008), Murat (2011), Kim và cộng sự (2016).



**Hình 1.** Mô hình nghiên cứu đề xuất

**3. Phương pháp nghiên cứu**

Bảng câu hỏi được xây dựng và hiệu chỉnh trên cơ sở khảo sát sơ bộ 10 đáp viên, họ là những vận động viên thể hình, huấn luyện viên thể hình, có kiến thức và am hiểu về lĩnh vực thể hình. Thông qua kết quả của nghiên cứu định tính, mô hình nghiên cứu và thang đo được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh người tiêu dùng tại thị trường Việt Nam nói chung và tại thành phố Cần Thơ nói riêng.

Việc thu nhập dữ liệu được thực hiện khảo sát với 220 đáp viên, họ là những người đã và đang tập thể hình, có độ tuổi từ 18 đến 50 tuổi, đang sinh sống, học tập và làm việc tại thành

phố Cần Thơ. Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008b) thì điều kiện về cỡ mẫu tối thiểu để đảm bảo thực hiện phân tích EFA là số quan sát tối thiểu phải nhiều hơn số biến quan sát từ 4 đến 5 lần. Mô hình nghiên cứu tác giả đề xuất có tất cả 26 biến cần phải đo lường. Do đó, cỡ mẫu tối thiểu cần phải có để thực hiện việc thu thập số liệu sơ cấp là  $26 \times 5 = 130$  mẫu. Như vậy, với số mẫu khảo sát là 220 là phù hợp để thực hiện các bước nghiên cứu tiếp theo.

**4. Kết quả nghiên cứu**

**4.1. Thống kê mô tả về mẫu khảo sát**

**Bảng 1.** Tổng quát mẫu khảo sát

Đặc điểm	Tần số (người)	Tần suất (%)	Đặc điểm	Tần số (người)	Tần suất (%)
<b>Giới tính</b>			Trình độ		
Nam	116	52,7	THPT trở xuống	10	4,5
Nữ	104	47,3	Trung cấp	5	2,3
<b>Độ tuổi</b>			Cao đẳng/ đại học	191	86,8
Từ 18 đến 30	192	87,3	Sau đại học	14	6,4
Từ 31 đến 39	16	7,3	<b>Nghề nghiệp</b>		
Từ 40 đến 50	12	5,4	Học sinh/ Sinh viên	127	57,7
<b>Khu vực</b>			Cán bộ viên chức	16	7,3
Quận Ninh Kiều	163	74,1	Nhân viên văn phòng	29	13,2
Quận Cái Răng	23	10,5	Huấn luyện viên thể hình	5	2,3
Quận Bình Thủy	19	8,6	Khác	43	19,5
Khu vực lân cận	15	6,8	<b>Thu nhập</b>		
<b>Tổng</b>	<b>220</b>	<b>100</b>	Dưới 1 triệu VNĐ	11	5,0
			Từ 1 triệu - 5 triệu VNĐ	134	60,9
			Từ 5 triệu - 10 triệu VNĐ	55	25,0
			Trên 10 triệu VNĐ	20	9,1

Từ số liệu của Bảng 2 cho thấy sự chênh lệch về số lượng nam và nữ tập thể hình là không đáng kể, tỷ lệ chênh lệch chỉ 5,5% (nam 52,7% và nữ 47,3%). Đa số người tập thể hình thuộc độ tuổi từ 18 đến 30 tuổi (chiếm 87,3%) và tập trung nhiều tại quận Ninh Kiều (74,1%). Phần lớn các đáp viên tham gia khảo sát là học sinh/ sinh viên (57,7%) có trình độ học vấn là cao đẳng/đại học (86,8%) và có mức thu nhập dao động từ 1 triệu đến 5 triệu đồng/tháng (60,9%).

**4.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo**

Qua việc kiểm định và đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach’s Alpha, kết quả cho thấy có 6 nhóm nhân tố (HI, TC, CQ, SD, DV, HV) đều cho kết quả với hệ số lớn hơn 0,6. Đồng thời, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item - Total Correlation) trên 0,3 nên thang đo của tất cả các nhân tố đều đáng tin cậy. Trong kết quả phân tích này, các nhân tố có hệ số Cronbach’s Alpha nằm trong khoảng từ 0,8 đến 1,0 được đánh giá là thang đo rất tốt và độ tin cậy rất cao bao gồm các thang đo là: Cảm nhận

sự tích cực khi tập thể hình (Cronbach’s Alpha = 0,843), Chuẩn chủ quan (Cronbach’s Alpha = 0,841), Chất lượng dịch vụ (Cronbach’s Alpha = 0,884). Các nhân tố có hệ số Cronbach’s Alpha nằm trong khoảng từ 0,7 đến 0,8 được đánh giá là thang đo tốt và đáng tin cậy bao gồm các thang đo là: Cảm nhận sự tiêu cực khi tập thể hình (Cronbach’s Alpha = 0,771), Nhận thức về tính dễ sử dụng (Cronbach’s Alpha = 0,789). Cuối cùng là biến phụ thuộc “Hành vi tập thể hình” có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,692 tuy nhỏ hơn 0,7 nhưng với giá trị tiệm cận này thì mức độ tin cậy là có thể chấp nhận được theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), Ursachi, Horodnic và Zait (2015), vì vậy đây là thang đo được đánh giá có đủ điều kiện để sử dụng.

**4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)**

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy có 5 nhóm nhân tố được hình thành gồm: Chất lượng dịch vụ, sự tích cực khi tập thể hình, sự tiêu cực khi tập thể hình, chuẩn chủ quan và nhận thức về tính dễ sử dụng. Tuy nhiên,

đối với biến nhận thức về tính dễ sử dụng thì biến SD1 và SD2 không có ý nghĩa vì hệ số tải của hai biến này đều nhỏ hơn 0,5, do đó nghiên

cứu loại bỏ hai biến này và tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA lần 2, ta được kết quả như sau:

**Bảng 2.** Kết quả phân tích EFA

Biến quan sát	Nhóm nhân tố				
	1	2	3	4	5
DV5	0,833				
DV3	0,789				
DV6	0,787				
DV2	0,760				
DV4	0,724				
DV1	0,706				
HI3		0,884			
HI2		0,849			
HI1		0,754			
HI4		0,722			
TC2			0,812		
TC1			0,759		
TC5			0,696		
TC3			0,600		
TC4			0,589		
CQ3				0,919	
CQ1				0,807	
CQ2				0,800	
SD4					0,874
SD3					0,828
Hệ số KMO			0,821		
Mức ý nghĩa Sig.			0,000		
Eigenvalue			1,320		
Phương sai trích (%)			68,169		

Sau khi loại bỏ 2 biến SD1 và SD2 thì kết quả phân tích EFA lần 2 tốt hơn kết quả phân tích EFA lần 1, do đó việc loại bỏ 2 biến này là phù hợp và phù hợp với nghiên cứu của (S.Murat, 2011). Qua Bảng 4 cho thấy, giá trị kiểm định KMO = 0,821 > 0,5 chứng tỏ dữ liệu dùng để phân tích nhân tố là hoàn toàn thích hợp. Kế đến là kiểm định Bartlett cho ra kết quả là 2.130,286

với mức ý nghĩa Sig.= 0,000 < 0,05 điều này cho thấy các biến có tương quan với nhau và thỏa mãn điều kiện để tiến hành phân tích nhân tố. Từ kết quả phân tích thể hiện trong bảng tổng phương sai cho thấy 20 biến quan sát được gom thành 5 nhóm. Tổng phương sai trích (Total Variance Explained) là 68,169% > 50%, điều này khẳng định mô hình EFA là phù hợp. Khi đó

có thể nói rằng 5 nhân tố được trích ra sẽ giải thích được 68,169% sự biến thiên của tất cả các biến quan sát khi được đưa vào phân tích. Trị số Eigenvalue của các nhân tố được trích ra đều lớn hơn 1, trong đó nhân tố thứ 5 có Eigenvalue thấp nhất là  $1,320 > 1,0$  điều này có thể kết luận rằng 5 nhân tố khi được trích ra sẽ thể hiện được đặc tính của dữ liệu tốt nhất so với việc trích thêm các nhân tố còn lại. Kết quả từ bảng ma trận xoay (Rotated Component Matrix<sup>a</sup>) cho thấy các hệ số tải của nhân tố đều lớn hơn 0,5 kết luận rằng các biến quan sát này đều có ý nghĩa thống kê. Bên cạnh đó, không có trường hợp nào cùng lúc tải lên cả 2 nhân tố, vì vậy các nhân tố đảm bảo được giá trị hội tụ và phân biệt. Đồng thời không có sự xáo trộn giữa các nhân tố, nghĩa là các câu hỏi của các nhân tố không nằm lẫn lộn với nhau. Vì thế, phân tích nhân tố khám phá EFA lần 2 đối với biến độc lập thì 20 biến quan sát được giữ lại, loại bỏ 2 biến SD1 và SD2.

Giá trị KMO =  $0,677 > 0,5$  khi đó dữ liệu được dùng để phân tích là phù hợp. Tiếp theo là kiểm định Bartlett với kết quả là 174,686, mức ý nghĩa Sig. =  $0,000 < 0,05$  điều này cho thấy các biến có tương quan với nhau và thỏa điều kiện phân tích nhân tố. Thông qua bảng tổng phương sai cho thấy có 1 nhân tố được trích ra có giá trị Eigenvalue =  $2,123 > 1,0$ . Nhân tố này giải thích được 53,068% biến thiên dữ liệu của 4 biến quan sát khi tham gia phân tích EFA (tổng phương sai trích  $> 50\%$ ). Từ bảng kết quả cho thấy 4 biến quan sát của biến phụ thuộc “Hành vi tập thể hình” khi đưa vào phân tích EFA thì chỉ có duy nhất 1 biến được trích ra, điều này có nghĩa là thang đo “Hành vi tập thể hình” đảm bảo được tính đơn hướng, 4 biến quan sát hội tụ khá tốt. Bên cạnh đó, hệ số tải của 4 biến quan sát đều lớn hơn 0,5 kết luận rằng các biến quan sát này đều có ý nghĩa thống kê và được giữ lại trong mô hình nghiên cứu.

#### 4.4. Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

Hệ số  $R^2$  hiệu chỉnh = 0,864 cho thấy các biến độc lập đưa vào mô hình hồi quy có ảnh hưởng đến 86,4%% sự biến thiên của biến hành vi tập thể hình, còn lại 13,6% là do các biến ngoài mô hình hoặc do sai số ngẫu nhiên gây ra. Hệ số Durbin-Watson = 2,011 có thể kết luận không có hiện tượng tự tương quan giữa các biến trong mô hình. Ngoài ra, giá trị Sig trong kiểm định  $F = 0,000 < 0,05$  chứng tỏ kết quả mô hình hồi quy là phù hợp và hoàn toàn có thể sử dụng (với mức ý nghĩa 5%). Hiện tượng đa cộng tuyến được xem xét dựa trên hệ số VIF, trong kết quả của nghiên cứu này, hệ số phóng đại phương sai VIF đều nhỏ hơn 2, vì vậy có thể kết luận không hiện tượng đa cộng tuyến.

Dựa vào kết quả kiểm định White ta có hệ số Sig =  $0,206 > 5\%$ , ta kết luận không có hiện tượng phương sai sai số thay đổi. Ngoài ra, nghiên cứu tiếp tục thực hiện kiểm định liệu sai số mô hình có tồn tại dưới dạng phân phối chuẩn. Tiếp tục thực hiện kiểm định Shapiro Wilk, trong kiểm định này giá trị Sig =  $0,000 < 5\%$  ta kết luận sai số của mô hình hồi quy không có phân phối chuẩn. Đồng thời, nghiên cứu thực hiện thêm kiểm định Jarque-Bera (kiểm định skewness-kurtosis), với kiểm định này giá trị Sig trong kiểm định đều lớn hơn 5% một lần nữa khẳng định sai số của mô hình hồi quy không có phân phối chuẩn. Để khắc phục hiện tượng này nghiên cứu áp dụng mô hình hồi quy Robust thay thế cho hồi quy tuyến tính OLS. Mô hình hồi quy Robust nhằm xác định chính xác yếu tố nào có ảnh hưởng đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ, kết quả hồi quy Robust được trình bày như sau:



**Bảng 3.** Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Nhân tố	Robust		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	Coef	Beta	Beta			Độ chấp nhận	VIF
Hàng số	0,030	0,138		0,22	0,827		
DV	0,214	0,030	0,212	7,08	0,000	0,693	1,443
HI	0,487	0,025	0,570	20,47	0,000	0,802	1,246
TC	-0,022	0,023	-0,028	-1,00	0,319	0,769	1,300
CQ	0,014	0,019	0,024	0,87	0,385	0,797	1,255
SD	0,297	0,020	0,424	15,09	0,000	0,790	1,266
Thống kê F(Sig)					295,90		
Giá trị R <sup>2</sup>					0,867		
Giá trị R <sup>2</sup> hiệu chỉnh					0,864		
Sai số chuẩn ước lượng					0,210		
Hệ số Durbin - Watson					2,011		

**4.5. Thảo luận kết quả nghiên cứu**

Chất lượng dịch vụ có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ. Kết quả phân tích cho thấy với mức ý nghĩa Sig.= 0,000 < 0,05 và hệ số hồi quy chuẩn hóa  $\beta=0,212>0$ . Như vậy, với độ tin cậy 95% ta chấp nhận giả thuyết H1. Điều này có nghĩa là nếu chất lượng dịch vụ càng tốt thì sẽ tác động càng nhiều đến hành vi tập thể hình. Lý do là phần lớn khách hàng khi đến trung tâm thể hình ngoài việc tập luyện họ còn quan tâm đến các yếu tố như giá cả, không gian rộng, thoáng mát, máy tập hiện đại và thái độ phục vụ của nhân viên. Nếu các nhà đầu tư kinh doanh phòng Gym làm tốt việc này thì sẽ thu hút đông đảo lượng khách hàng đến đăng kí sử dụng dịch vụ.

Cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ. Kết quả phân tích cho thấy với mức ý nghĩa Sig.= 0,000 < 0,05 và hệ số hồi quy chuẩn hóa  $\beta=0,570>0$ . Như vậy, với độ tin cậy 95% ta chấp nhận giả thuyết H2. Qua đó ta nhận thấy, khi người dân hiểu được những lợi ích từ việc tập luyện thể hình thì sẽ có nhiều người quyết định tham gia tập thể hình nhiều hơn.

Nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người

dân tại thành phố Cần Thơ. Kết quả phân tích cho thấy mức ý nghĩa Sig.= 0,000 < 0,05 và hệ số hồi quy chuẩn hóa  $\beta=0,424>0$ . Như vậy, với độ tin cậy 95%, ta chấp nhận giả thuyết H5, nhận thức về tính dễ sử dụng có tác động cùng chiều đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ.

So với các nghiên cứu thực nghiệm trước đây thì kết quả của nghiên cứu này đã làm rõ tác động của các yếu tố đến hành vi tập thể hình của người dân. Cụ thể các biến độc lập giải thích được 86,4% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Nhận thức về tính dễ sử dụng của dịch vụ tập thể hình thể hiện ở sự dễ dàng trong việc đăng ký gói tập, dễ tìm kiếm phòng tập, máy móc thiết bị dễ sử dụng và dễ lựa chọn phương pháp tập luyện. Ngoài nhu cầu tập luyện thì khách hàng rất quan tâm đến chất lượng dịch vụ của trung tâm, các tiêu chí về trang thiết bị hiện đại, không gian sạch sẽ thoáng mát và âm nhạc được khách hàng đặc biệt quan tâm. Cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình sẽ góp phần thôi thúc con người sử dụng và tiếp tục sử dụng dịch vụ tập thể hình. Do đó, các đơn vị trong quá trình kinh doanh dịch vụ này cũng cần xây dựng giải pháp chiến lược nhằm giúp người dùng hiểu rõ hơn về lợi ích của quá trình tập luyện, tăng cường dịch vụ hỗ trợ và chăm sóc khách hàng.

## 5. Kết luận và hàm ý quản trị

### 5.1. Kết luận

Với cỡ mẫu là 220 mẫu, nghiên cứu sử dụng các phương pháp phân tích như thống kê mô tả, hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố EFA và phân tích hồi quy Robust để đánh giá mức độ tác động của các yếu tố gồm cảm nhận về sự tích cực khi tập thể hình, cảm nhận về sự tiêu cực khi tập thể hình, chuẩn chủ quan, nhận thức về tính dễ sử dụng và chất lượng dịch vụ đến hành vi tập thể hình của người dân tại thành phố Cần Thơ. Sau khi kiểm định chất lượng thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha cho thấy các biến độc lập và biến phụ thuộc đều có hệ số Cronbach's Alpha trên 0,6 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 đảm bảo độ tin cậy để tiến hành phân tích EFA. Khi phân tích nhân tố khám phá EFA, biến SD1 và SD2 bị loại khỏi thang đo vì hệ số tải của nhân tố nhỏ hơn 0,5. Kết quả phân tích hồi quy Robust cho thấy các biến độc lập giải thích được 86,4% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Các yếu tố “Chất lượng dịch vụ”, “Cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình” và “Nhận thức về tính dễ sử dụng” tương quan mạnh và có tác động thuận chiều ảnh hưởng đến hành vi tập thể hình. Hai biến “Cảm nhận sự tiêu cực khi tập thể hình” và “Chuẩn chủ quan” không có ý nghĩa thống kê đối với người tập tại địa bàn thành phố Cần Thơ.

### 5.2. Hàm ý quản trị

Nhằm thỏa mãn nhu cầu tập luyện của khách hàng, đồng thời giúp cải thiện một số vấn đề chưa tốt trong việc kinh doanh dịch vụ tập thể hình của các nhà đầu tư, nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị như sau:

Nhóm giải pháp về chất lượng dịch vụ, các trung tâm thể hình cần quan tâm nhiều đến chất lượng dịch vụ, cung cấp cho khách hàng. Thứ nhất, đa dạng hóa các gói dịch vụ tập luyện với giá cả cạnh tranh. Thứ hai, nâng cao chất lượng dịch vụ trên cơ sở cải tiến thiết bị và dụng cụ hỗ trợ tập luyện. Thứ ba, cần đảm bảo không gian phòng tập sạch sẽ, thoáng

mát. Thứ tư, đa dạng hóa các dịch vụ hỗ trợ kèm theo như thực hiện dịch vụ tư vấn chế độ ăn uống, tập luyện. Đồng thời, tăng cường hỗ trợ và chăm sóc khách hàng, xây dựng đội ngũ nhân viên có chuyên môn và thái độ làm việc tích cực thân thiện.

Bên cạnh đó, các trung tâm cần tăng cường công tác truyền thông nhằm giúp khách hàng hiểu được các lợi ích mà họ sẽ nhận được khi tham gia tập thể hình. Thứ nhất, hoạt động tư vấn cần được tổ chức trong suốt quá trình cung cấp dịch vụ cho một mặt thu hút sự tham gia của khách hàng mới, mặt khác sẽ góp phần duy trì lượng khách hàng hiện có. Thứ hai, tổ chức các buổi họp mặt, giao lưu, trao đổi về kinh nghiệm trong quá trình tập luyện hoặc các cuộc thi có liên quan.

Cuối cùng, cần giúp cho khách hàng nhận thức về tính dễ sử dụng trong quá trình tập luyện như đa dạng hóa cách thức ghi danh, xây dựng các gói dịch vụ mới như hướng dẫn tập luyện tại nhà, hỗ trợ trực tuyến thông qua các huấn luyện viên cá nhân, thực hiện các khóa học theo nhu cầu của khách hàng.

### 5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Trên cơ sở của phương pháp chọn mẫu thuận tiện đối tượng khảo sát mang tính dàn trải chỉ bao gồm những cá nhân đã từng tham gia luyện tập thể hình ở mọi độ tuổi và ngành nghề. Số lượng cỡ mẫu khảo sát chỉ dừng lại ở 220 là đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố khám phá nhưng nhìn chung còn khá ít và chưa mang tính đại diện cho người dân có tham gia tập thể hình tại thành phố Cần Thơ. Các nghiên cứu tiếp theo có thể thực hiện cho một nhóm khách hàng mục tiêu hoặc tập trung vào áp dụng và đánh giá các giải pháp dựa trên kết quả của nghiên cứu hiện tại. Đồng thời, các nghiên cứu tiếp theo có thể khai thác số lượng cỡ mẫu nhiều hơn nhằm có được kết quả nghiên cứu mang tính đại diện cao hơn.

## Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Andreasson, J., & Johansson, T. (2014). The Fitness Revolution. Historical Transformations in the Global Gym and Fitness Culture. *Sport Science Review*, 23(3-4), 91 – 112. Doi: 10.2478/ssr-2014-0006
- Bagozzi, R. P. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. *Social Psychology Quarterly*, 55(2), 178-204. <http://dx.doi.org/10.2307/2786945>
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13(3), 319-340.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research*. California London: Addition-Wesley.
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS Tập 1*. Đại Học Kinh Tế TP Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Hồng Đức.
- Joaquin và Joan (2007). Centros de Fitness, Fitness Center, Fitness & Wellness, Spa, Balnearios, Centros de Talasoterapia, Curhotel. *Gestión deportiva, Ocio y turismo*, 4(90), 59-68.
- Kardes, F., Cronley, M. and Cline, T. (2014). *Consumer Behavior*. Cengage Learning.
- Kim, K. T., Bae, J., Kim, J. C., Lee, S., & Kim, K. T. (2016). The Servicescape in the fitness center: measuring fitness center's services. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, 21(1), 1-20.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.
- Leeman, O., & Ong, J. S. (2008). Lost and Found Again: Subjective Norm in Gym Membership. *DLSU Business & Economics Review*, 18(1), 13-28.
- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk (1997). *Consumer behavior*. Prentice Hall.
- Liokaftos (2017). *A Genealogy of Male Bodybuilding*. New York. Kindle Edition.
- Nguyễn Việt Hòa, Bùi Nhật Thành (2019). Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng tới động cơ, hứng thú tập luyện thể dục thể thao của học sinh trường THPT Khoa Học Giáo Dục Đại Học Quốc Gia Hà Nội. *Tạp chí Khoa học Thể thao*, 1, 1-4.
- 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(4), 41-50. doi:10.1177/002224298504900403
- Schiffman, L., G. and Kanuk, L., L. (1997). *Consumer Behavior*, 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Smith, D. , & Hale, B. (2004). Validity and factor structure of the bodybuilding dependence scale. *British Journal of Sports Medicine*, Vol 38, 177-181. doi: 10.1136/bjism.2002.003269.
- YILDIZ, S. M. (2011). An importance-performance analysis of fitness center service quality: Empirical results from fitness centers in Turkey. *African Journal of Business Management*, 5(16), 7031-7041.
- Solomon, A. (1992). Clinical diagnosis among diverse populations: A multicultural perspective. *Families in Society*, 73(6), 371-377.
- Suyadi. (2018). *Analysis and application of promotional Mixture in Gym Mammoth in Batam*. Universitas Internasional Batam.
- Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How Reliable Are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators. *Procedia Economics and Finance*, 20, 679-686. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00123-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00123-9)
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology. *Toward a Unified View*. 27 (3), 425 - 478, <https://doi.org/10.2307/30036540>

**Phụ lục 1. Xây dựng các biến đo lường cho mô hình nghiên cứu**

STT	Kí hiệu	Biến quan sát	Trích dẫn
<b>Cảm nhận sự tích cực khi tập thể hình (HI)</b>			
1	HI1	Tập thể hình giúp tôi giảm cân	
2	HI2	Tập thể hình giúp tôi cải thiện sức khỏe	Leeman và S. Ong (2008)
3	HI3	Tập thể hình giúp cơ thể tôi trở nên cân đối, thân hình được săn chắc	
4	HI4	Tập thể hình giúp tôi giải tỏa căng thẳng	Nguyễn Việt Hòa (2019)
<b>Cảm nhận sự tiêu cực khi tập thể hình (TC)</b>			
5	TC1	Tôi thấy tốn nhiều tiền khi tập thể hình	
6	TC2	Tôi thấy mất nhiều thời gian khi tập thể hình	Leeman và S. Ong (2008)
7	TC3	Tôi thấy chán nản khi tập thể hình	
8	TC4	Tôi thấy tự ti về ngoại hình khi đến phòng tập	
9	TC5	Tôi thấy dễ bị chấn thương khi tập thể hình	Nghiên cứu định tính
<b>Chuẩn chủ quan (CQ)</b>			
10	CQ1	Tôi tập thể hình vì gia đình tác động	
11	CQ2	Tôi tập thể hình vì bạn bè tác động	Leeman & S. Ong (2008)
12	CQ3	Tôi tập thể hình vì đồng nghiệp tác động	
<b>Nhận thức về tính dễ sử dụng (SD)</b>			
13	SD1	Tôi dễ dàng đăng kí sử dụng dịch vụ thể hình	Nghiên cứu định tính
14	SD2	Tôi dễ dàng tìm được phòng tập thể hình	Kim và cộng sự (2016)
15	SD3	Tôi dễ dàng sử dụng máy móc thiết bị của phòng tập	
16	SD4	Tôi dễ dàng lựa chọn phương pháp tập luyện	S.Murat (2011)
<b>Chất lượng dịch vụ (DV)</b>			
17	DV1	Tôi thấy giá cả dịch vụ phù hợp	
18	DV2	Tôi thấy trang thiết bị hiện đại	S.Murat (2011)
19	DV3	Tôi thấy phòng tập sạch sẽ và thoáng mát	
20	DV4	Tôi thấy có nhiều dịch vụ hỗ trợ kèm theo	
21	DV5	Tôi thấy nhân viên thân thiện và nhiệt tình	
22	DV6	Tôi thấy âm nhạc hay làm cho môi trường tập luyện trở nên thú vị	Kim và cộng sự (2016)
<b>Hành vi tập thể hình (HV)</b>			
23	HV1	Tôi sẽ tiếp tục tập thể hình	
24	HV2	Tôi sẽ đăng kí tập thể hình ở một thời điểm thích hợp	Leeman và S. Ong (2008)
25	HV3	Tôi cần phải cân nhắc khi đăng kí tập thể hình	
26	HV4	Tôi sẽ giới thiệu cho bạn bè và người thân tham gia tập luyện	Nghiên cứu định tính