

Thu phí du lịch đô thị di sản từ góc nhìn của du khách – trường hợp phố cổ Hội An

Nguyễn Quang Anh*, Vũ Văn Oánh**

Khoa Du lịch học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQGHN

*aqnacm@gmail.com, **vuvanoanh421@gmail.com

Tóm tắt

Nghiên cứu xác định các yếu tố trong hoạt động thu phí ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách đối với trải nghiệm tham quan sản phẩm du lịch văn hóa đặc thù tại Phố cổ Hội An, đánh giá tác động và đề xuất hàm ý chính sách. Áp dụng phương pháp hỗn hợp (khảo sát định lượng 300 du khách, phỏng vấn sâu 16 du khách giai đoạn 2023-2024), kết quả định lượng cho thấy yếu tố "Giá trị nhận được" có ảnh hưởng tích cực và mạnh mẽ nhất đến sự hài lòng. Ngược lại, "Cách thức thu phí" và "Chất lượng cơ sở hạ tầng-nhân viên phục vụ" tác động không đáng kể trong mô hình định lượng. Tuy nhiên, kết quả phỏng vấn sâu cho thấy du khách dù thừa nhận sự cần thiết của thu phí di sản cho bảo tồn, lại bày tỏ sự không hài lòng với quy trình thu hiện hành, nhấn mạnh hạn chế của mô hình thu phí vào công truyền thống đối với bối cảnh di sản sống. Vì vậy, nâng cao "Giá trị nhận được" và cải thiện mô hình hiện hành hoặc thí điểm mô hình thu phí thay thế là giải pháp then chốt để phát triển du lịch di sản đô thị phố cổ Hội An trở thành một sản phẩm du lịch đặc thù có tính bền vững và hấp dẫn hơn với du khách.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

Nhận 30/05/2025
Được duyệt 23/08/2025
Công bố 28/09/2025

Từ khóa

Hội An, thu phí di sản, di sản sống, sự hài lòng của du khách, giá trị nhận được

1 Giới thiệu

Phố cổ Hội An, một Di sản Văn hóa Thế giới được UNESCO công nhận, đang đối mặt với thách thức cân bằng giữa phát triển du lịch và nhu cầu cấp thiết về kinh phí cho công tác bảo tồn di sản. Trong bối cảnh đó, chính sách thu phí tham quan – một công cụ quản lý kinh tế – văn hóa quan trọng – đã trở thành chủ đề gây nhiều tranh luận. Việc đảm bảo sự hài lòng của du khách đối với hoạt động thu phí tại một "di sản sống" như Hội An là một bài toán phức tạp, đòi hỏi sự thấu hiểu sâu sắc về các yếu tố tác động.

Nhiều công trình nghiên cứu trước đây đã tiếp cận sự hài lòng của du khách tại Hội An từ các góc độ đa dạng. Một số nghiên cứu tập trung vào chất lượng dịch vụ tổng thể, áp dụng các mô hình như SERVQUAL để xác định vai trò của "Độ tin cậy" và "Sự bảo đảm", hoặc mô hình HOLSAT để đo lường khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế của du khách về các thuộc tính

điểm đến [1]. Các nghiên cứu khác đã xem xét "giá cả dịch vụ" như một yếu tố ảnh hưởng, nhưng thường chỉ ở mức độ chung chung cho toàn bộ chi phí chuyến đi [2]. Trong lĩnh vực du lịch di sản, các học giả lại đi sâu vào các khái niệm tâm lý như "tính xác thực" hay "gắn kết điểm đến" [3]. Mặc dù đã tạo ra một nền tảng lý luận vững chắc, các công trình này vẫn để lại một khoảng trống học thuật đáng chú ý, chưa có nghiên cứu nào phân tích một cách chuyên biệt và sâu sắc về tác động của chính sách thu phí tham quan lên sự hài lòng của du khách.

Xuất phát từ thực tiễn quản lý và khoảng trống nghiên cứu đó, nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu trọng tâm là xác định và đo lường các yếu tố cấu thành trong hoạt động thu phí có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch tại Phố cổ Hội An. Nghiên cứu không chỉ xem xét việc thu phí dưới góc độ tài chính mà còn là một cấu phần quan trọng trong trải nghiệm sản phẩm du lịch văn hóa.

Để đạt được mục tiêu trên, nghiên cứu tập trung giải quyết ba câu hỏi cốt lõi: (1) Những yếu tố nào trong chính sách và quy trình thu phí tại Phố cổ Hội An có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch? (2) Mức độ tác động của từng yếu tố đó như thế nào và đâu là yếu tố giữ vai trò quan trọng nhất? (3) Du khách có những trải nghiệm, đánh giá và quan điểm cụ thể nào về cách thức thu phí hiện hành?

Thông qua việc phân tích tổng hợp dữ liệu, nghiên cứu hướng đến mục tiêu cuối cùng là đề xuất các giải pháp khoa học và thực tiễn. Các khuyến nghị này sẽ giúp tối ưu hóa hoạt động thu phí, khắc phục các bất cập, từ đó không chỉ nâng cao sự hài lòng của du khách mà còn góp phần quan trọng vào mục tiêu phát triển du lịch bền vững, bảo tồn và phát huy hiệu quả giá trị di sản độc đáo của Phố cổ Hội An.

2 Cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu

Để giải quyết các mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu, một số khái niệm lý thuyết nền tảng và các công trình nghiên cứu liên quan đã được tổng hợp và phân tích. Khái niệm "thu phí di sản" (Heritage Fees – HF) được hiểu là khoản chi trả để du khách có quyền tiếp cận, tham quan hoặc sử dụng các dịch vụ liên quan trực tiếp đến tài sản di sản, với mục tiêu cốt lõi là hỗ trợ công tác bảo tồn, duy trì và phát huy những giá trị này cho các thế hệ tương lai.

Tại Việt Nam, chủ trương "lấy di tích nuôi di tích" là một định hướng quan trọng trong việc tạo nguồn lực tài chính cho công tác bảo tồn di sản. Đặc biệt, với những "di sản sống" (Living Heritage) như Phố cổ Hội An, việc áp dụng chính sách thu phí càng trở nên phức tạp. Trong diễn ngôn học thuật quốc tế, cách tiếp cận "Di sản sống" được xem là một khung lý thuyết thách thức các mô hình bảo tồn truyền thống. Các phương pháp bảo tồn này, vốn tập trung vào vật chất, thường bị phê bình vì tạo ra sự "đứt gãy" (discontinuity) giữa di sản và cộng đồng [4]. Để giải quyết vấn đề này, "Cách tiếp cận Di sản sống" (Living Heritage Approach) được đề xuất, với khái niệm cốt lõi là "tính liên tục" (continuity) [5].

Khái niệm này bao gồm sự liên tục về chức năng sử dụng, mối liên kết của cộng đồng, cách thức chăm sóc truyền thống, và quá trình tiến hóa hữu cơ của các biểu đạt văn hóa [5]. Cách tiếp cận này coi cộng đồng cốt lõi (core community) là chủ thể trung tâm trong quá trình bảo tồn [5]. Theo đó, sự thay đổi (change) được xem là

một thuộc tính cố hữu của di sản sống và cần được quản lý một cách phù hợp, thay vì bị ngăn chặn [4, 5]. Do đó, việc phân tích hoạt động thu phí tại Hội An không thể tách rời khỏi việc nhận diện các đặc tính phức hợp của một hệ thống di sản đang vận động và gắn bó mật thiết với cộng đồng.

Trọng tâm của nghiên cứu là "sự hài lòng của khách du lịch" (Tourist Satisfaction), một cấu phần tâm lý được hình thành từ sự so sánh giữa hiệu suất cảm nhận của sản phẩm/dịch vụ và kỳ vọng ban đầu của khách hàng [6]. Đây được xem là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến lòng trung thành, ý định quay lại và hành vi truyền miệng tích cực của du khách. Trong bối cảnh thu phí di sản, sự hài lòng của du khách có thể chịu tác động của nhiều yếu tố. Tổng quan các công trình nghiên cứu trước đây [7] cho thấy các nhóm yếu tố tiềm năng bao gồm:

2.1 Giá cả (GC): nhận thức về giá cả bao gồm tính hợp lý và công bằng, được du khách đánh giá qua so sánh với lợi ích, các điểm đến khác, hoặc khả năng chi trả [8], và sự tương xứng với giá trị [7]. Mức phí công bằng được kỳ vọng tác động tích cực đến sự hài lòng.

2.2 Cách thức thu (CT): cách thức thu phí ảnh hưởng đến trải nghiệm; quy trình phức tạp làm tăng chi phí giao dịch. Sự rõ ràng, nhanh chóng, cùng phương thức thanh toán đa dạng và thuận tiện góp phần nâng cao sự hài lòng.

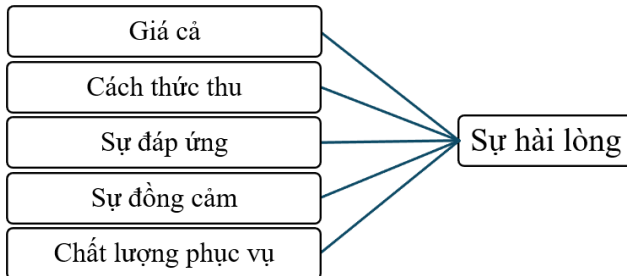
2.3 Sự đáp ứng (DU): sự đáp ứng là sự sẵn lòng và khả năng của nhân viên hỗ trợ khách hàng nhanh chóng, kịp thời, tạo cảm giác được phục vụ tốt.

2.4 Sự đồng cảm (SP): sự đồng cảm là khả năng nhân viên thể hiện sự quan tâm và thấu hiểu nhu cầu cá nhân của khách hàng, tạo điểm chạm cảm xúc tích cực.

2.5 Chất lượng phục vụ (SV): chất lượng phục vụ là đánh giá tổng thể về sự vượt trội của dịch vụ bao gồm Sự đảm bảo (Assurance: năng lực, thái độ chuyên nghiệp của nhân viên) và Yếu tố hữu hình (Tangibles: cơ sở vật chất); chất lượng phục vụ cao được kỳ vọng tác động tích cực đến sự hài lòng.

Thực tiễn thu di sản tại Phố cổ Hội An đã được triển khai từ năm 1995 với chủ trương "lấy di tích nuôi di tích". Trải qua nhiều lần điều chỉnh, chính sách thu phí hiện hành, áp dụng từ tháng 5 năm 2023, quy định việc mua vé đối với tất cả du khách khi vào khu phố cổ, với các mức giá 80.000 đồng/vé cho khách Việt Nam và 120.000 đồng/vé cho khách quốc tế, cho phép tham quan không gian chung và một số công trình di tích nhất

định. Chính sách này đã nhận được nhiều ý kiến đa chiều từ dư luận. Theo quy định, một phần nguồn thu từ phí được trích để phục vụ trực tiếp công tác quản lý, trùng tu và bảo tồn phố cổ [9].



Hình 1 Mô hình nghiên cứu đề xuất

3 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện thông qua việc áp dụng phương pháp hỗn hợp (mixed methods), kết hợp cả kỹ thuật định lượng và định tính nhằm thu thập và phân tích dữ liệu một cách toàn diện, đa chiều.

Trong giai đoạn nghiên cứu định lượng, dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát bằng bảng hỏi có cấu trúc, được thực hiện với 300 du khách, bao gồm cả khách trong nước và quốc tế, những người đã từng đến tham quan Phố cổ Hội An và có trải nghiệm hoặc nhận thức về chính sách bán vé tham quan tại đây trong khoảng thời gian từ năm 2023 đến năm 2024. Mẫu khảo sát được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện. Bảng hỏi sử dụng thang đo Likert 5 điểm để đo lường các khái niệm nghiên cứu chính, bao gồm các yếu tố độc lập tiềm năng. Các thang đo này được xây dựng dựa trên việc kế thừa và điều chỉnh từ các nguồn học thuật uy tín. Dữ liệu định lượng sau khi thu thập đã được xử lý và phân tích bằng phần mềm SPSS phiên bản 20.0, bao gồm các kỹ thuật thống kê mô tả, Phân tích nhân tố khám phá (EFA) để xác định cấu trúc các yếu tố tiềm ẩn, đánh giá độ giá trị hội tụ của các biến quan sát, kiểm định độ tin cậy của các thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha, và cuối cùng là phân tích hồi quy đa biến để kiểm định các giả thuyết về mối quan hệ giữa các yếu tố và sự hài lòng của du khách.

Giai đoạn nghiên cứu định tính được triển khai đồng thời nhằm bổ sung và làm sâu sắc thêm những phát hiện từ phương pháp định lượng. Kỹ thuật phỏng vấn sâu bán cấu trúc đã được sử dụng nhằm đảm bảo thu thập được thông tin phong phú và đa dạng về quan điểm, trải nghiệm. Dàn ý phỏng vấn được xây dựng linh hoạt, tập trung khai thác các chủ đề liên quan đến nhận thức và

phản ứng ban đầu về việc thu phí, trải nghiệm quy trình thu phí, sự tương tác với nhân viên, nhận thức về giá trị và mục đích thu phí, mức độ hài lòng tổng thể và các đề xuất cải thiện. Tất cả các cuộc phỏng vấn đều được ghi âm lại với sự đồng ý của người tham gia và sau đó được gỡ băng một cách chi tiết. Dữ liệu định tính từ các bản ghi phỏng vấn đã được xử lý và phân tích bằng phương pháp phân tích theo chủ đề (thematic analysis).

4 Kết quả nghiên cứu

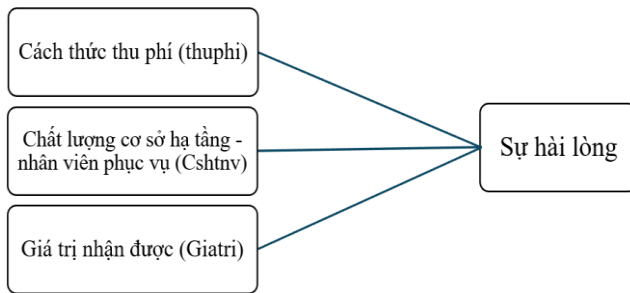
4.1 Kết quả nghiên cứu định lượng

4.1.1 Đặc điểm nhân khẩu học

Kết quả khảo sát 300 khách du lịch đã từng đến và biết đến hoạt động thu phí tại Phố cổ Hội An trong đó có 61,67 % là nữ và 38,33 % là nam, độ tuổi từ 18-55, trình độ học vấn đại học chiếm 80,33 %, sau đại học chiếm 9,67 % và các đối tượng khác chiếm 10 %. Kết quả khảo sát cho thấy 64,67 % số du khách trả lời khảo sát đến Hội An lần đầu, 35,33 % đến Hội An từ lần thứ hai trở lên.

4.1.2 Kết quả EFA

Quá trình EFA đối với các biến độc lập, tiềm năng cho thấy sự phù hợp của dữ liệu ($KMO = 0,863$, Sig. kiểm định Bartlett = 0,000). Sau khi loại bỏ các biến quan sát có hệ số tải thấp hoặc tải chéo không phù hợp (cụ thể là GC3 và SP1), kết quả EFA đã hội tụ 13 biến quan sát còn lại thành ba nhân tố chính, cùng nhau giải thích được 64,711 % tổng phương sai của các biến. Ba nhân tố này được đặt tên là: (1) "Cách thức thu phí" (thuphi), được đo lường bởi 5 biến quan sát (CT1, CT2, CT3, CT4, và GC2), phản ánh cảm nhận về sự thoải mái, phù hợp của quy trình và sự đa dạng của phương thức thanh toán cũng như sự hợp lý của giá so với số điểm tham quan; (2) "Chất lượng cơ sở hạ tầng – nhân viên phục vụ" (cshtnv), đo lường bởi 5 biến quan sát (SV1, SV2, SV3, DU1, và DU2), tập trung vào sự chuyên nghiệp của nhân viên, tiện nghi tại khu thu phí và cảm nhận về sự xứng đáng của trải nghiệm; và (3) "Giá trị nhận được" (giatri), đo lường bởi 3 biến quan sát (SP2, DU3, và DU4), phản ánh nhận thức về sự cần thiết của phí cho bảo tồn, tính an toàn của không gian. Đối với thang đo biến phụ thuộc "Sự hài lòng" (HL), bao gồm 3 biến quan sát (HL1, HL2, HL3), cũng thể hiện tính đơn hướng cao ($KMO = 0,698$, Eigenvalue = 2,333, giải thích 77,768 % phương sai).



Hình 2 Mô hình nghiên cứu điều chỉnh

4.1.3 Đánh giá độ tin cậy thang đo và đánh giá giá trị hội tụ

Các thang đo cho ba nhân tố độc lập này đều đạt độ tin cậy tốt với hệ số Cronbach's Alpha lần lượt là 0,873

Bảng 1 Các hệ số hồi quy (Coefficients)

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa	t	Sig.
		B	Sai số chuẩn	Beta		
1	Hằng số	0,225	0,340		0,663	0,509
	thuphi	0,052	0,132	0,045	0,391	0,697
	cshtnv	0,214	0,133	0,174	1,605	0,112
	giatri	0,613	0,119	0,543	5,166	0,000
a. Biến phụ thuộc: HL						

Phân tích hồi quy đưa ra kết quả hệ số R-Square = 0,493, nghĩa là khoảng 49,3 % sự biến động của sự hài lòng được giải thích bởi các yếu tố trong mô hình. Đây là mức độ giải thích chấp nhận được, cho thấy mô hình có khả năng dự đoán tốt về sự hài lòng của khách du lịch. Bên cạnh đó phân tích kết quả khảo sát còn cho thấy giá trị Sig. trong ANOVA nhỏ hơn 0,05 (Sig. = 0,000), cho thấy mô hình hồi quy là phù hợp và có ý nghĩa thống kê.

4.1.5 Hệ số hồi quy của các yếu tố

Giá trị nhận được (giatri) có hệ số beta chuẩn hóa cao nhất ($\beta = 0,543$, Sig. < 0,001), cho thấy rằng yếu tố này có ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng của khách du lịch. Điều này phù hợp với kỳ vọng rằng khách hàng muốn nhận được giá trị xứng đáng với số tiền mà họ đã bỏ ra.

Chất lượng cơ sở hạ tầng và nhân viên phục vụ (cshtnv) có mức độ ảnh hưởng vừa phải ($\beta = 0,174$, Sig. = 0,112), nhưng đạt mức ý nghĩa thống kê thấp với $p > 0,05$. Điều này có nghĩa là mặc dù cơ sở hạ tầng có ảnh hưởng, nhưng không phải là yếu tố quyết định chính đến sự hài lòng của khách hàng.

Cách thức thu phí (thuphi) có hệ số beta rất nhỏ và ít có ý nghĩa thống kê ($\beta = 0,045$, Sig. = 0,697). Điều này

cho 'thuphi', 0,857 cho 'cshtnv', và 0,790 cho 'giatri'. Thang đo biến phụ thuộc "Sự hài lòng" (HL) cũng có độ tin cậy rất tốt (Cronbach's Alpha = 0,857).

Tất cả các thang đo sử dụng trong mô hình nghiên cứu cuối cùng đều đảm bảo yêu cầu về độ giá trị hội tụ (AVE $\geq 0,50$). Các giá trị AVE dao động từ 0,522 đến 0,777. Điều này cung cấp bằng chứng mạnh mẽ, khẳng định rằng các thang đo này đều đạt độ giá trị hội tụ tốt đến rất tốt [10]. Các biến quan sát trong mỗi thang đo thể hiện sự hội tụ cao, đo lường hiệu quả khái niệm tiềm ẩn mà chúng đại diện.

4.1.4 Kết quả phân tích hồi quy

cho thấy cách thức thu phí hiện tại không có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng.

Kết quả hồi quy từ SPSS cho thấy rằng giá trị nhận được (giatri) là yếu tố có ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng, trong khi cách thức thu phí (thuphi) không có tác động đáng kể. Chất lượng cơ sở hạ tầng – nhân viên phục vụ có sự ảnh hưởng nhỏ.

$$HL = 0,225 + 0,613 \text{ giatri} + 0,214 \text{ cshtnv} + 0,052 \text{ thuphi}$$

4.2 Kết quả nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính đã tiến hành phỏng vấn sâu với 16 du khách trong đó mẫu phỏng vấn có sự tham gia nhiều hơn của du khách nữ (68,8 %; 11 người). Độ tuổi của người tham gia đa dạng từ 14-78, tuy nhiên tập trung chủ yếu ở nhóm tuổi trẻ từ 20-29 (50 %; 8 người). Du khách đến từ nhiều tỉnh thành khác nhau trên cả nước, cho thấy sự đa dạng về nguồn khách. Đáng chú ý, có một tỷ lệ đáng kể du khách quay lại (68,8 %; 11 người), trong đó nhiều người đã đến Hội An từ hai lần trở lên, mang lại những góc nhìn sâu sắc từ những người đã có sự gắn bó nhất định với điểm đến. Kết quả phỏng vấn sau đó được phân tích theo phương pháp phân tích chủ đề nhằm hệ thống hóa và luận giải các quan điểm đa dạng của du khách.

4.2.2 Kết quả phân tích dữ liệu định tính

Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phương pháp phân tích theo chủ đề (thematic analysis), qua đó làm nổi bật các chủ đề chính sau:

4.2.2.1 Sự chấp thuận về nguyên tắc thu phí gắn liền với mục đích bảo tồn và nhận thức giá trị

Một bộ phận không nhỏ du khách, cả trong và ngoài nước, bày tỏ sự đồng tình với việc thu phí tham quan. Nhận thức chung là nguồn thu này đóng vai trò thiết yếu cho công tác bảo tồn, trùng tu các công trình kiến trúc cổ kính và duy trì các giá trị văn hóa độc đáo của Hội An, đặc biệt trong bối cảnh "di sản sống" nơi cộng đồng vẫn sinh hoạt và nhiều di tích thuộc sở hữu tư nhân cần sự hỗ trợ tài chính để bảo tồn. Một du khách chia sẻ: "Rất đồng ý với việc thu vé tham quan tại Hội An. Như vậy, thu phí để Nhà nước có thể can thiệp trong việc giữ gìn giá trị truyền thống rất quan trọng". Sự ủng hộ này càng rõ nét khi du khách nhận thấy giá trị mà họ nhận được. Một số người so sánh với các di sản quốc tế và cho rằng mức phí tại Hội An là "hợp lý", thậm chí "còn rẻ hơn rất nhiều so với các di tích có cùng cấp trên thế giới", phản ánh sự liên kết giữa nhận thức giá và giá trị cảm nhận [7].

4.2.2.2 Những quan ngại sâu sắc về cách thức thu phí và tính thuận tiện

Các phản ánh tập trung vào sự thiếu đa dạng của phương thức thanh toán, khi nhiều điểm vẫn ưu tiên tiền mặt, gây khó khăn cho du khách quen sử dụng thẻ hoặc ví điện tử. Tình trạng phải xếp hàng chờ đợi, đặc biệt vào giờ cao điểm, được xem là một trải nghiệm tiêu cực, làm tăng chi phí giao dịch phi tiền tệ như thời gian và công sức. Quy trình mua vé và kiểm soát vé bị một số du khách đánh giá là "thiếu khoa học", "còn lỏng lẻo", thiếu sự rõ ràng và nhất quán, tạo cảm giác bất tiện và đôi khi là khó chịu. Một du khách đề xuất: "Hình thức thu nên đa dạng hơn, sẽ không để khách du lịch phải xếp hàng chờ". Những bất cập này cho thấy nhu cầu cấp thiết về việc cải thiện tính dễ sử dụng và thuận tiện của dịch vụ [11]. Đặc biệt, trong bối cảnh Hội An là một "di sản sống" với không gian mở, việc thiết lập các trạm soát vé và kiểm soát ra vào bị nhiều người cảm nhận là tạo ra "rào cản vật lý và tâm lý", ảnh hưởng đến cảm giác tự do khám phá.

4.2.2.3 Yêu cầu cấp thiết về tính minh bạch và truyền thông giá trị hiệu quả

Du khách bày tỏ mong muốn mạnh mẽ về việc được thông tin rõ ràng và minh bạch hơn trong việc quản lý

và sử dụng nguồn thu từ vé tham quan. Họ muốn biết cụ thể số tiền mình đóng góp được chi dùng vào những hạng mục nào cho công tác bảo tồn và phát triển di sản. Một ý kiến tiêu biểu là cần "rõ ràng hơn về việc thu phí, lan tỏa giá trị các điểm đến có thu phí nhằm tăng giá trị di sản". Điều này cho thấy tầm quan trọng của trách nhiệm giải trình và tính minh bạch trong việc xây dựng niềm tin và sự đồng thuận. Hơn nữa, việc truyền thông và diễn giải giá trị của các điểm tham quan có trong vé, cũng như giá trị bao trùm của việc bảo tồn toàn bộ không gian, cần được đầu tư hơn nữa để du khách, đặc biệt là những người không có nhu cầu vào sâu các di tích cụ thể, có thể cảm nhận được sự tương xứng của chi phí bỏ ra [11]. Sự thiếu thông tin và diễn giải hiệu quả khiến một số du khách cảm thấy việc trả phí chỉ để "dạo phố và chụp hình check-in" là chưa hợp lý.

4.2.2.4 Sự phân hóa trong đánh giá mức phí và nhu cầu về chính sách giá linh hoạt

Nhận định về mức phí 80.000 đồng cho khách Việt và 120.000 đồng cho khách quốc tế có sự khác biệt rõ rệt. Trong khi một số du khách, nhất là khách quốc tế hoặc người có kinh nghiệm du lịch nhiều nơi, cho rằng mức giá này hoàn toàn chấp nhận được, thậm chí là thấp, thì nhiều du khách khác, đặc biệt là khách nội địa đi theo nhóm hoặc gia đình, lại cảm thấy mức phí này là cao và ảnh hưởng đến quyết định chi tiêu cũng như ý định quay trở lại. Điều này phản ánh độ nhạy cảm về giá và tính tương đối trong nhận thức giá [8]. Nhiều đề xuất cụ thể đã được đưa ra, bao gồm việc xem xét giảm mức phí chung hoặc áp dụng các chính sách giá ưu đãi, linh hoạt hơn cho các đối tượng đặc thù như học sinh, sinh viên, người cao tuổi, hoặc người dân địa phương, nhằm tăng cường khả năng tiếp cận di sản và thể hiện sự công bằng trong chính sách giá.

4.2.2.5 Phản hồi trung lập và sự chấp nhận thông lệ:

Một bộ phận du khách không bày tỏ ý kiến mạnh mẽ về việc thu phí, xem đây là một thông lệ quốc tế phổ biến tại các điểm di sản và du lịch nổi tiếng. Đối với họ, vấn đề thu phí có thể không phải là yếu tố trọng tâm ảnh hưởng đến trải nghiệm chung, miễn là quy trình không quá phiền hà và mức phí không quá vô lý so với tổng chi phí chuyến đi. Sự tồn tại của nhóm phản hồi này cho thấy hệ thống thu phí hiện tại, dù có những điểm cần cải thiện, có thể chưa phải là một rào cản quá lớn đối với một bộ phận du khách.

Du khách nhìn chung thừa nhận sự cần thiết của việc thu phí cho mục đích bảo tồn (tương ứng với tác động

mạnh mẽ của yếu tố "Giá trị nhận được" – giatri trong mô hình hồi quy). Tuy nhiên, những hạn chế trong "Cách thức thu phí" (về quy trình, tính thuận tiện) và sự thiếu hụt trong "Truyền thông giá trị/Minh bạch" là những rào cản chính ảnh hưởng đến trải nghiệm. Điều này lý giải phần nào việc yếu tố "Cách thức thu phí" (thuphi) có hệ số tác động không ý nghĩa thống kê trong mô hình định lượng – không phải vì bản thân yếu tố này không quan trọng, mà vì phương thức triển khai hiện tại còn nhiều bất cập

5 Kết luận và hàm ý chính sách

Nghiên cứu định lượng cho thấy "Giá trị nhận được", bao gồm lợi ích bảo tồn, giá trị điểm tham quan, sự an toàn và thoải mái, là yếu tố then chốt ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến sự hài lòng của du khách với việc thu phí tại Phố cổ Hội An. Đáng chú ý, mặc dù "Cách thức thu phí" không có tác động ý nghĩa thống kê trong mô hình định lượng, phỏng vấn sâu lại cho thấy sự không hài lòng đáng kể với quy trình hiện tại do bất tiện, thiếu rõ ràng, hạn chế trong thanh toán và cảm giác bị kiểm soát. Sự mâu thuẫn này có thể xuất phát từ hạn chế của biến đo lường định lượng hoặc do tác động của "Giá trị nhận được" lớn hơn, tuy nhiên không thể khẳng định cách thức thu phí hiện tại là tối ưu. Thực tế, mô hình thu phí tại cổng ở một "di sản sống" như Phố cổ Hội An tiềm ẩn vấn đề về sự phù hợp và có thể gây xung đột cảm nhận. Tương tự, dù "Chất lượng cơ sở hạ tầng – nhân viên phục vụ" có tác động thống kê thấp, dữ liệu định tính vẫn nhấn mạnh tầm quan trọng của yếu tố này đối

với trải nghiệm chung của du khách. Việc áp dụng mô hình thu phí truyền thống tại một "di sản sống" có thể tạo rào cản vật lý và tâm lý, ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm khám phá văn hóa của du khách.

Mặc dù phương thức thu phí không ảnh hưởng lớn trong khảo sát định lượng, các phỏng vấn sâu lại chỉ ra sự bất tiện và không hài lòng của du khách. Điều này cho thấy mô hình thu phí tại cổng không còn phù hợp với một "di sản sống".

Để cải thiện, các giải pháp được đề xuất bao gồm: nâng cao "Giá trị nhận được": Tăng cường bảo tồn, làm phong phú trải nghiệm văn hóa và minh bạch hóa việc sử dụng nguồn thu. Cải tiến cách thu phí: ứng dụng công nghệ (vé điện tử, mã QR) và nghiên cứu các mô hình thay thế như phí lưu trú hoặc thẻ du lịch thông minh để giảm cảm giác bị kiểm soát. Nâng cấp đồng bộ: Cải thiện cơ sở hạ tầng, đào tạo nhân viên, áp dụng chính sách giá vé linh hoạt và tăng cường hợp tác, chia sẻ lợi ích với cộng đồng địa phương. Việc triển khai đồng bộ các giải pháp này sẽ góp phần cải thiện sự hài lòng của du khách, bảo tồn và phát huy bền vững giá trị văn hóa Phố cổ Hội An, hướng đến việc khai thác các giá trị di sản của Hội An trở thành một sản phẩm du lịch đặc thù chất lượng, hấp dẫn và có trách nhiệm.

Bài viết được thực hiện trong khuôn khổ đề tài “Vấn đề thu phí di sản đô thị cổ Hội An – từ tiếp cận sự hài lòng của du khách” do Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội tài trợ.

Tài liệu tham khảo

1. Lê, T. T. X., & Hoàng, T. T. H. (2019). Ứng dụng mô hình Holsat để đánh giá sự hài lòng của khách du lịch quốc tế tại điểm đến Hội An, tỉnh Quảng Nam. *Tạp chí Khoa học Xã hội miền Trung*, 5(61), 61-71.
2. Võ, H. H. (2024). Đánh giá sự hài lòng của du khách đối với chất lượng điểm đến du lịch nông thôn tại Hội An, tỉnh Quảng Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân*, 3(64), 108-119.
3. Phạm, T. S. (2024). *Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch đối với điểm đến du lịch di sản tại Việt Nam* [Tóm tắt luận án tiến sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội].
4. Walter, N. (2020). The narrative approach to living heritage. *Protection of Cultural Heritage*, 10, 126-138. <https://doi.org/10.35784/odk.2443>
5. Wijesuriya, G. (2018). Living heritage. In A. Heritage & J. Copithorne (Eds.), *Sharing conservation decisions: Current issues and future strategies* (pp. 43-56). ICCROM.

6. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
7. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
8. Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M., & Netemeyer, R. G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: A field study. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 234-245. <https://doi.org/10.1177/002224379303000208>
9. Hội đồng Nhân dân tỉnh Quảng Nam. (2016, 8 tháng 12). *Nghị quyết số 33/2016/NQ-HĐND Quy định tỷ lệ phần trăm (%) phân chia nguồn thu phí tham quan Khu phố cổ Hội An và Khu đền tháp Mỹ Sơn*.
10. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). Prentice Hall.
11. Lee, E.-J., Lee, S.-J., & Jeon, Y.-J. J. (2017). Tourist satisfaction enhancement using mobile QR code payment: An empirical investigation. *Sustainability*, 9(7), Article 1186. <https://doi.org/10.3390/su9071186>

Tourist Perceptions of Entrance Fees in a Living Heritage City: A Case Study of Hoi An Ancient Town

Nguyễn Quang Anh*, Vũ Văn Oánh**

Faculty of Tourism Studies, University of Social Sciences and Humanities, Viet Nam National University, Ha Noi

*aqnacm@gmail.com, **vuvanoanh421@gmail.com

Abstract Fee collection at living heritage destinations, such as Hoi An, presents a complex issue, involving conflicts between economic benefits, heritage conservation, and stakeholder interests. This research aims to identify several factors in fee collection affecting tourist satisfaction in Hoi An, assess their impact, and propose policy implications. Employing a mixed-methods approach (quantitative survey of 300 tourists; qualitative in-depth interviews with 16 tourists, 2023-2024), quantitative regression results indicate "Perceived Value" has the strongest positive and statistically significant impact on satisfaction. Conversely, "Fee Collection Method" and "Quality of Infrastructure – Service Staff" showed very weak or insignificant statistical impact in the quantitative model. However, in-depth interviews revealed that while tourists generally acknowledge fee necessity for conservation, many expressed dissatisfaction with current collection processes, highlighting limitations of traditional gate-based models in living heritage contexts. Therefore, enhancing "Perceived Value" through preservation, interpretation, service quality, transparency, and improving or piloting alternative fee models is crucial for sustainable urban heritage tourism. The implications of the study could improve tourist satisfaction, making Hoi An a unique sustainable and attractive tourism product to tourists.

Keywords Hoi An, heritage fee, living heritage, tourist satisfaction, perceived value