

Thực trạng và kỳ vọng của khách du lịch gia đình đối với lựa chọn sản phẩm du lịch bảo tàng tại Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Thị Tú Trinh

Trường Đại học Khoa học Xã hội Nhân văn, Thành phố Hồ Chí Minh

23881010118@hcmussh.edu.vn

Tóm tắt

Xu hướng du lịch gia đình đang phát triển mạnh tại Thành phố Hồ Chí Minh, việc khai thác các sản phẩm du lịch văn hóa, đặc biệt là du lịch bảo tàng, trở nên ngày càng quan trọng. Nghiên cứu này tập trung vào thực trạng trải nghiệm và kỳ vọng của nhóm khách gia đình đối với hoạt động tham quan bảo tàng tại Thành phố Hồ Chí Minh. Phương pháp nghiên cứu định tính được áp dụng, thông qua 19 cuộc phỏng vấn sâu với khách thuộc các nhóm gia đình đã từng tham quan một hoặc nhiều bảo tàng trong thành phố. Kết quả cho thấy gia đình đánh giá cao vai trò giáo dục của bảo tàng nhưng mong muốn có thêm các yếu tố tương tác, trải nghiệm thân thiện với trẻ em và dịch vụ hỗ trợ tiện ích hơn. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp phát triển sản phẩm du lịch bảo tàng dành cho khách gia đình, như nâng cao chất lượng trưng bày, tổ chức các chương trình trải nghiệm văn hóa và cải thiện dịch vụ hướng đến nhu cầu gia đình.

Nhận 22/05/2025

Được duyệt 20/08/2025

Công bố 30/12/2025

Từ khóa

du lịch bảo tàng, khách du lịch gia đình, kỳ vọng, thực trạng

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1. Giới thiệu

Hiện nay, cùng với sự phát triển kinh tế và quá trình đô thị hóa nhanh chóng, nhu cầu du lịch của các gia đình ở Thành phố Hồ Chí Minh đang tăng trưởng mạnh mẽ. Nhóm khách du lịch gia đình nội địa ngày càng quan tâm đến các loại hình du lịch mang tính giáo dục, trải nghiệm và có giá trị văn hóa.

Với hơn 300 năm lịch sử, Thành phố Hồ Chí Minh không chỉ là trung tâm kinh tế lớn nhất mà còn là nơi giao thoa văn hóa Đông – Tây, hội tụ nhiều tầng lớp cư dân và di sản đa dạng. Thành phố hiện sở hữu một hệ thống bảo tàng phong phú, trở thành một kho tàng sống động phản ánh lịch sử, văn hóa, nghệ thuật và khoa học kỹ thuật. Chính bối cảnh văn hóa đặc thù này tạo lợi thế nổi bật, giúp Thành phố Hồ Chí Minh trở thành điểm đến hấp dẫn đối với các gia đình mong muốn kết hợp học tập và trải nghiệm trong hành trình du lịch.

Nắm bắt xu hướng này, các sản phẩm du lịch văn hóa – mà cụ thể là các điểm đến bảo tàng – đang được xem là lựa chọn tiềm năng nhằm phục vụ nhu cầu khám phá, học hỏi và gắn kết giữa các thế hệ. Tuy nhiên, theo phản ánh từ thực tiễn và các diễn đàn du lịch, sản phẩm du lịch bảo tàng hiện vẫn chưa thực sự thu hút được nhóm khách du lịch gia đình. Nguyên nhân chính là do thiếu sự đổi mới trong cách tiếp cận nội dung trưng bày, khiến bảo tàng chưa trở thành điểm đến hấp dẫn và đa dạng như kỳ vọng.

Để góp phần vào mục tiêu phát triển bền vững và đa dạng hóa sản phẩm của ngành du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, nghiên cứu này sẽ tập trung giải quyết khoảng trống học thuật bằng cách tìm hiểu sâu về nhu cầu, hành vi, kỳ vọng cũng như rào cản của khách du lịch gia đình đối với sản phẩm bảo tàng. Những phát hiện của nghiên cứu không chỉ mang lại hàm ý thực tiễn quan trọng mà còn góp phần thúc đẩy vai trò của bảo tàng như một không gian văn hóa sống động, gần gũi và có giá trị xã hội rộng lớn hơn.

2. Cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu

2.1. Tổng quan các nghiên cứu về du lịch bảo tàng trên thế giới và tại Việt Nam

Nghiên cứu về du lịch bảo tàng đã được thực hiện rộng rãi trên thế giới, tập trung vào các động cơ, hành vi và trải nghiệm của du khách. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng khách du lịch đến bảo tàng vì nhiều mục đích khác nhau, bao gồm mong muốn học hỏi kiến thức, phát triển bản thân, giải trí và tìm hiểu văn hóa (Harrison, 1997¹; Bogan và cộng sự, 2018²). Các tác giả Ballantyne & Uzzell (2011)³ và Camarero và cộng sự (2014)⁴ cũng nhấn mạnh sự cần thiết của các bảo tàng trong việc đổi mới để gia tăng trải nghiệm cho khách tham quan.

Đặc biệt, nhóm khách du lịch gia đình đã thu hút sự chú ý của nhiều học giả. Các nghiên cứu đã làm rõ vai trò của yếu tố giáo dục, sự an toàn, tiện nghi và cơ hội gắn kết gia đình là các động cơ chính thúc đẩy họ lựa chọn điểm đến (Durko & Petrick, 2013⁵). Trẻ em được xác

định là có vai trò tích cực trong quá trình ra quyết định, từ đề xuất điểm đến cho đến lựa chọn cuối cùng (Wu và cộng sự, 2010⁶). Tuy nhiên, vai trò quyết định cuối cùng vẫn thuộc về các bậc phụ huynh (Nguyễn, 2021⁷). Ngoài ra, các yếu tố như sự gắn kết gia đình, các hoạt động thể chất, và trải nghiệm ẩm thực cũng ảnh hưởng đáng kể đến trải nghiệm du lịch của trẻ em và gia đình (Wu và cộng sự, 2019⁸).

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về du lịch bảo tàng vẫn còn khá khiêm tốn. Một số nghiên cứu đã đề cập đến việc phát triển bảo tàng như một điểm đến học tập kết hợp giải trí, chủ yếu hướng đến nhóm học sinh, sinh viên hoặc khách du lịch cá nhân (Báo Nhân Dân, 2024⁹). Các yếu tố như giá trị kiến thức, giải trí và công nghệ được xác định là có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của du khách (Trần Xuân Quỳnh & Nguyễn Bảo Ngân, 2023¹⁰). Tuy nhiên, hầu hết các tài liệu trước đây chưa đi sâu vào việc đánh giá mức độ phù hợp, sức hấp dẫn cũng như các rào cản khi các gia đình lựa chọn bảo tàng là điểm đến du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Khoảng trống học thuật này đặt ra yêu cầu cần có thêm những nghiên cứu chuyên sâu về đối tượng là khách du lịch gia đình, một nhóm có nhu cầu và hành vi lựa chọn điểm đến mang tính đặc thù. Nghiên cứu này sẽ tiếp cận từ góc độ của du khách gia đình để hiểu rõ hơn về động cơ, kỳ vọng và những rào cản của họ khi đến với bảo tàng, từ đó cung cấp cơ sở dữ liệu quan trọng để phát triển sản phẩm du lịch bảo tàng tại Thành phố Hồ Chí Minh một cách hiệu quả hơn.

2.2. Cơ sở lý luận về du lịch bảo tàng và khách du lịch gia đình

Du lịch gia đình là một phân khúc quan trọng trong ngành du lịch, được định nghĩa là hoạt động du lịch có sự tham gia của các thành viên trong gia đình nhằm mục đích giải trí, giáo dục và tăng cường sự gắn kết. Đặc điểm của loại hình này là sự kết hợp giữa nhu cầu của các thế hệ khác nhau, từ trẻ em đến người lớn, đòi hỏi các sản phẩm du lịch phải đa dạng và phù hợp với nhiều lứa tuổi (Li và cộng sự, 2020¹¹). Phân khúc khách du lịch gia đình có nhu cầu cao về sự an toàn, giá trị giáo dục, tính giải trí, tiện nghi và khả năng kết nối giữa các thành viên, đồng thời kỳ vọng của từng thế hệ cũng không đồng nhất.

Bảo tàng đã được công nhận là điểm đến du lịch văn hóa quan trọng, không chỉ phục vụ các chức năng giáo dục mà còn mang tính giải trí. Đối với du lịch gia đình, bảo tàng cung cấp một không gian độc đáo cho việc học tập liên thế hệ và tạo ra ý nghĩa chung (Sterry & Beaumont, 2006¹²). Phụ huynh khi đưa con em đến thăm các bảo tàng di sản thường được thúc đẩy bởi cả giá trị giáo dục và cơ hội gắn kết gia đình, cho thấy bảo

tàng đáp ứng hai chức năng cốt lõi là học hỏi và tương tác gia đình (Wu & Wall, 2017¹³).

Kỳ vọng là những nhận thức trước chuyến đi của du khách về những lợi ích và trải nghiệm mà họ tìm kiếm từ các sản phẩm du lịch (Chen và cộng sự, 2013¹⁴). Trong quyết định du lịch gia đình, kỳ vọng không chỉ dừng lại ở việc trải nghiệm một địa điểm mà còn bao gồm mong muốn về sự an toàn, tiện nghi, các hoạt động phù hợp với trẻ em và khả năng học hỏi cho cả gia đình. Đối với sản phẩm du lịch bảo tàng, kỳ vọng của khách du lịch gia đình có thể bao gồm các chương trình giáo dục hấp dẫn, không gian thân thiện với trẻ em, các trưng bày tương tác và khả năng tạo ra những trải nghiệm đáng nhớ.

Với hệ thống bảo tàng đa dạng tại Thành phố Hồ Chí Minh, từ bảo tàng tổng hợp đến chuyên đề, việc nghiên cứu sản phẩm du lịch bảo tàng cần xét đến sự đa dạng trong cách tổ chức và truyền tải thông điệp để đáp ứng nhu cầu của từng phân khúc khách, đặc biệt là khách gia đình. Dựa trên các khoảng trống trong tài liệu hiện có, nghiên cứu này nhằm làm rõ thực trạng trải nghiệm du lịch bảo tàng của các gia đình tại Thành phố Hồ Chí Minh, từ đó xác định những kỳ vọng, nhu cầu lựa chọn bảo tàng như một sản phẩm du lịch văn hóa phù hợp với nhóm đối tượng này. Trên cơ sở đó, nghiên cứu hướng đến đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch bảo tàng, tăng cường khả năng tiếp cận và thu hút khách du lịch gia đình trong chiến lược phát triển du lịch văn hóa của thành phố.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính nhằm mục đích khám phá và tìm hiểu sâu sắc về thực trạng trải nghiệm cũng như những kỳ vọng của các gia đình đối với sản phẩm du lịch bảo tàng tại Thành phố Hồ Chí Minh. Dữ liệu được thu thập chủ yếu thông qua phỏng vấn sâu bán cấu trúc. Phương pháp này giúp nhà nghiên cứu tương tác linh hoạt, điều chỉnh câu hỏi theo diễn biến thực tế để khai thác thông tin một cách phong phú và toàn diện.

Đối tượng phỏng vấn là 19 người trưởng thành đang trong độ tuổi lao động, là những người đóng vai trò ra quyết định hoặc tổ chức chuyến đi cho gia đình. Họ được chọn vì đã từng tham quan ít nhất một bảo tàng ở Thành phố Hồ Chí Minh trong vòng hai năm gần đây. Tiêu chí lựa chọn này đảm bảo tính xác thực và cập nhật của dữ liệu thu thập được. Nội dung phỏng vấn tập trung vào ba khía cạnh chính: quá trình lập kế hoạch và lựa chọn, trải nghiệm thực tế tại bảo tàng, và những kỳ vọng về cải tiến trong tương lai. Cụ thể, nghiên cứu tìm hiểu cách các gia đình lên kế hoạch và quyết định chọn bảo tàng, đồng thời khám phá cảm nhận và đánh giá của

họ về nội dung trưng bày, chất lượng dịch vụ và cơ sở vật chất. Cuối cùng, phỏng vấn nhằm thu thập những mong muốn và đề xuất của các gia đình về các hoạt động tương tác, chương trình giáo dục và tiện ích dành riêng cho họ.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thực trạng tham quan bảo tàng tại Thành phố Hồ Chí Minh của khách gia đình

Kết quả phân tích cho thấy việc tham quan bảo tàng không phải là một hoạt động thường xuyên đối với phần lớn các gia đình. Có tới 68,4% người tham gia cho biết họ chỉ ghé thăm bảo tàng vào những dịp đặc biệt hoặc theo đề xuất của một thành viên, thay vì là một thói quen du lịch định kỳ. Điều này được thể hiện qua các biểu đạt như “có nhưng rất ít”, “thỉnh thoảng”, hay “không thường xuyên lắm”. Mặc dù vậy, các gia đình đánh giá cao vai trò giáo dục của bảo tàng. Có tới 73,7% người được hỏi khẳng định chuyến tham quan mang lại nhiều kiến thức, đặc biệt về lịch sử và văn hóa. “*Gia đình tôi tham quan bảo tàng gần đây nhất là vào dịp lễ 30/4-1/5 vừa rồi. Vợ tôi đề xuất đến bảo tàng để cho bé tìm hiểu. Gia đình cảm thấy vui và tiếp thu được nhiều kiến thức mới với nội dung trưng bày đa dạng và gây thích thú cho bé và cả người lớn. Nhờ đó, gia đình tôi tiếp thu được nhiều kiến thức mới và hiểu rõ hơn về trưng bày trong bảo tàng.*” (Phỏng vấn sâu 5)

Các phản hồi cho thấy sự khác biệt rõ rệt giữa trải nghiệm của người lớn và trẻ em. Trong khi người lớn thường đánh giá cao nội dung trưng bày, đặc biệt là các chủ đề lịch sử, thì trẻ em lại thiếu sự hứng thú nếu trải nghiệm không tương tác hoặc hấp dẫn. 63,2% người tham gia phỏng vấn mong muốn bảo tàng bổ sung thêm nhiều hoạt động tương tác và hình thức trưng bày sinh động hơn dành cho trẻ em. “*Cách đây khoảng 2 năm, tôi cùng con gái đến Bảo tàng Lịch sử Việt Nam. Trưng bày ở đây còn đơn điệu, nên con không có hứng thú lắm với chuyến đi đó.*” (Phỏng vấn sâu 19). Từ kết quả thu được, phần lớn các gia đình vẫn chỉ tham gia vào hình thức tham quan thụ động. Điều này cho thấy các bảo tàng cần đa dạng hóa các hoạt động tương tác để thu hút nhóm khách này.

Hầu hết các gia đình hài lòng với các dịch vụ cơ bản, như vệ sinh, bảng thông tin và khu vực nghỉ ngơi. Cụ thể, 52,6% người tham gia phỏng vấn đánh giá tích cực về các dịch vụ này. Tuy nhiên, một số phản hồi cho thấy sự bất cập về tiện ích vào các dịp cao điểm. 26,3% phản nản về việc thiếu không gian nghỉ ngơi, giá cả dịch vụ ăn uống và sự quá tải do đông khách. Những kết quả này cho thấy mặc dù các bảo tàng đã đáp ứng được nhu cầu cơ bản, nhưng vẫn còn nhiều tiềm năng để cải thiện trải nghiệm tổng thể, đặc biệt là trong việc phát triển

các hoạt động tương tác và tối ưu hóa dịch vụ hỗ trợ trong các dịp lễ hội.

4.2. Kỳ vọng của gia đình đối với sản phẩm du lịch bảo tàng

Dựa trên các phản hồi phỏng vấn, hầu hết các gia đình đều mong muốn một trải nghiệm du lịch bảo tàng có thể thu hút được tất cả các thành viên, đặc biệt là những hoạt động tương tác thú vị dành cho trẻ em. Điều này phản ánh nhu cầu về sự cân bằng giữa giáo dục và giải trí. Các gia đình kỳ vọng các bảo tàng sẽ đổi mới và áp dụng các phương pháp trưng bày hiện đại. Họ đề xuất sử dụng công nghệ mới như VR (thực tế ảo), AR (thực tế tăng cường), và màn hình cảm ứng để mang đến những trải nghiệm sống động và chân thực hơn so với hình thức tham quan thụ động truyền thống. “*Theo tôi, nên sử dụng màn hình cảm ứng và đồ họa 3D, áp dụng công nghệ vào trưng bày hiện vật. Điều này sẽ tạo cảm giác thích thú và chân thật hơn cho cả người lớn lẫn trẻ em.*” (Phỏng vấn sâu 19)

Ngoài ra, các gia đình cũng mong muốn cải thiện các tiện ích thân thiện với gia đình và các dịch vụ hỗ trợ. Các đề xuất bao gồm việc bổ sung phòng cho mẹ và bé, khu vực ăn uống và khu vực nghỉ ngơi dành riêng cho trẻ em và người cao tuổi. Nhiều người tham gia phỏng vấn đã so sánh với các bảo tàng quốc tế và cho rằng các bảo tàng ở Thành phố Hồ Chí Minh cần chuyên nghiệp hơn trong việc cung cấp các dịch vụ đi kèm để tạo sự thuận tiện tối đa cho các gia đình. Những kỳ vọng này cho thấy bảo tàng cần thay đổi để trở thành một điểm đến hấp dẫn và phù hợp hơn với nhu cầu đặc thù của phân khúc khách du lịch gia đình.

5. Thảo luận và hàm ý thực tiễn

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra một khoảng cách rõ rệt giữa kỳ vọng đa dạng của du khách gia đình và khả năng đáp ứng của hệ thống bảo tàng tại Thành phố Hồ Chí Minh. Các kỳ vọng này thay đổi đáng kể tùy theo nhóm tuổi, trong khi hầu hết các bảo tàng hiện nay vẫn ưu tiên cách trưng bày tĩnh, chưa tích hợp đồng bộ nội dung, tiện ích và công nghệ để tạo ra trải nghiệm toàn diện cho gia đình đa thế hệ.

Đối với nhóm người lớn tuổi, đặc biệt là ông bà, các bảo tàng lịch sử và văn hóa truyền thống mang lại giá trị hoài niệm và cảm xúc mạnh mẽ. Tuy nhiên, sự thiếu hụt các tiện ích hỗ trợ như chỗ nghỉ ngơi, không gian dễ tiếp cận và bảng thông tin rõ ràng đã làm giảm đi sự trọn vẹn trong trải nghiệm của họ.

Trong khi đó, người trưởng thành (thế hệ bố mẹ), mặc dù là người ra quyết định chính cho chuyến đi, lại đối mặt với thách thức trong việc duy trì sự hứng thú của con trẻ. Họ đánh giá cao tính giáo dục của bảo tàng

nhưng lại mong muốn có nhiều hoạt động tương tác và chương trình phù hợp hơn cho gia đình.

Trẻ em, nhóm có ảnh hưởng lớn đến quyết định tham quan, thường ít hứng thú với các bảo tàng sử dụng phương pháp trưng bày truyền thống. Các em chỉ thực sự tham gia khi có các yếu tố trực quan hoặc công nghệ tương tác (như AR, VR, màn hình cảm ứng).

Từ đó, có thể thấy các bảo tàng chuyên đề có tiềm năng lớn để phát triển các sản phẩm tương tác, nhưng hiện tại vẫn chưa được biết đến rộng rãi. Việc chuyển đổi từ mô hình bảo tàng truyền thống sang mô hình bảo tàng trải nghiệm, trong đó mỗi bảo tàng định vị rõ phân khúc khách hàng chủ đạo, là hướng đi cần thiết để đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của phân khúc du lịch gia đình.

Đóng góp và hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu này đóng góp vào việc làm sáng tỏ thực trạng du lịch bảo tàng của các gia đình tại Thành phố Hồ Chí Minh, từ đó bổ sung cơ sở lý thuyết về kỳ vọng và trải nghiệm của gia đình khi tham quan bảo tàng. Việc phân tích khoảng cách giữa kỳ vọng của du khách và thực tế cung cấp của các bảo tàng sẽ làm nổi bật các điểm yếu cần được khắc phục. Nghiên cứu cũng cung cấp những gợi ý thực tiễn cho các nhà quản lý bảo tàng trong việc điều chỉnh và phát triển các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của du khách gia đình.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng có một số hạn chế. Do tập trung vào một số bảo tàng ở Thành phố Hồ Chí Minh và sử dụng phương pháp định tính với mẫu nhỏ, kết quả có thể không mang tính đại diện cho toàn bộ các bảo tàng ở các khu vực khác tại Việt Nam. Hơn nữa, nghiên cứu chỉ tập trung vào nhóm phụ huynh (người ra quyết định), chưa phản ánh đầy đủ cấu trúc gia đình ba thế hệ phổ biến tại Việt Nam.

Vì vậy, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng mẫu, bao gồm cả ông bà và trẻ em để phản ánh chính xác hơn kỳ vọng liên thế hệ. Đồng thời, các nghiên cứu trong tương lai có thể phân tích sâu hơn các yếu tố khác như giá vé, địa điểm, và mức độ tiếp cận để đánh giá tác động của chúng đến quyết định lựa chọn của các gia đình.

6. Đề xuất giải pháp

Dựa trên kết quả nghiên cứu, để phát triển sản phẩm du lịch bảo tàng phù hợp với nhóm khách gia đình tại Thành phố Hồ Chí Minh, cần tập trung vào hai nhóm giải pháp chính: cải tiến sản phẩm và dịch vụ và marketing và truyền thông.

6.1. Cải tiến sản phẩm và dịch vụ

Để nâng cao trải nghiệm cho khách du lịch gia đình, việc cải tiến sản phẩm và dịch vụ tại các bảo tàng là điều cần thiết. Một trong những giải pháp quan trọng nhất là thiết kế trải nghiệm tương tác đa lứa tuổi. Cần

phát triển các khu vực trưng bày và hoạt động có tính tương tác cao bằng cách ứng dụng công nghệ hiện đại như thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), và trò chơi hóa (gamification) để biến việc học hỏi thành một trò chơi khám phá thú vị cho trẻ em và thanh thiếu niên. Bảo tàng cũng nên tổ chức các workshop hoặc lớp học thực hành về thủ công, tái hiện lịch sử dành riêng cho gia đình, tạo không gian cho các thành viên cùng tham gia và gắn kết.

Bên cạnh đó, việc nâng cao tiện ích thân thiện với gia đình cũng đóng vai trò then chốt. Cơ sở vật chất cần được cải thiện, bao gồm việc bố trí khu vực nghỉ ngơi, nhà vệ sinh cho trẻ em, phòng cho mẹ và bé, và lối đi thuận tiện cho xe đẩy. Cung cấp các lựa chọn ẩm thực phù hợp với gia đình ngay trong hoặc gần khuôn viên bảo tàng sẽ làm tăng sự tiện lợi.

Cuối cùng, việc đa dạng hóa nội dung và chủ đề trưng bày sẽ thu hút nhiều đối tượng hơn. Ngoài các chủ đề truyền thống, bảo tàng nên tổ chức các triển lãm ngắn hạn về khoa học, tự nhiên hoặc nghệ thuật đương đại, và kết nối nội dung bảo tàng với chương trình học phổ thông để tăng tính giáo dục và khuyến khích các chuyến tham quan từ trường học.

6.2. Marketing và truyền thông

Để tiếp cận và thu hút khách du lịch gia đình, các bảo tàng cần xây dựng một chiến lược marketing và truyền thông chuyên nghiệp. Việc đầu tiên là truyền thông đúng kênh và đúng thông điệp. Cần xác định các kênh thông tin mà gia đình thường xuyên sử dụng, chẳng hạn như mạng xã hội, các diễn đàn làm cha mẹ, và trường học để quảng bá. Thông điệp marketing nên nhấn mạnh các giá trị cốt lõi mà bảo tàng mang lại cho gia đình, như "học mà chơi, chơi mà học" và cơ hội gắn kết giữa các thế hệ.

Bên cạnh đó, việc phát triển các gói sản phẩm và chính sách giá ưu đãi sẽ khuyến khích các gia đình đến tham quan. Các bảo tàng có thể tạo ra các gói vé gia đình, hoặc combo vé bảo tàng kết hợp với các điểm vui chơi giải trí khác. Đồng thời, việc áp dụng các chính sách giá ưu đãi dành riêng cho người cao tuổi, trẻ em và học sinh, cùng các chương trình khuyến mãi vào dịp cuối tuần hay ngày lễ, cũng là một giải pháp hiệu quả.

Ngoài ra, hợp tác với các đối tác trong ngành du lịch là một bước đi chiến lược. Các bảo tàng nên phối hợp chặt chẽ với các công ty lữ hành và khách sạn để đưa sản phẩm bảo tàng thân thiện với gia đình vào các tour du lịch. Cuối cùng, nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân sự là yếu tố không thể thiếu. Việc đào tạo nhân viên bảo tàng về kỹ năng giao tiếp và tương tác với các nhóm khách gia đình, đặc biệt là trẻ em, sẽ góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm tổng thể.

7. Kết luận

Nghiên cứu này chỉ ra rằng du lịch bảo tàng hiện tại chưa thực sự đáp ứng được kỳ vọng của các gia đình tại Thành phố Hồ Chí Minh, đặc biệt với cấu trúc gia đình đa thế hệ phổ biến tại Việt Nam. Mỗi nhóm tuổi—from trẻ em, cha mẹ đến ông bà—đều có nhu cầu và kỳ vọng khác nhau, đòi hỏi sản phẩm du lịch bảo tàng phải được thiết kế riêng biệt cho từng đối tượng.

Mặc dù một số bảo tàng được đánh giá cao về nội dung trưng bày lịch sử và văn hóa, nhưng nhìn chung, chúng vẫn thiếu các yếu tố tương tác, công nghệ và tiện ích hỗ trợ cho cả gia đình. Khoảng cách này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho việc chuyển đổi mô hình bảo tàng từ kiểu trưng bày tĩnh sang mô hình trải nghiệm, tích hợp giáo dục, giải trí và tương tác công nghệ.

Để giải quyết vấn đề này, các bảo tàng cần thay đổi cách tiếp cận "đồng phục" bằng cách xác định rõ phân khúc khách hàng mục tiêu, đổi mới nội dung trưng bày, ứng dụng công nghệ hiện đại và đầu tư vào tiện ích thân thiện với gia đình. Đồng thời, cần đẩy mạnh chiến lược truyền thông và xây dựng các chính sách giá phù hợp. Mặc dù nghiên cứu này có một số hạn chế về phạm vi và tính đại diện của mẫu, nó đã làm rõ khoảng cách giữa kỳ vọng và trải nghiệm thực tế của khách du lịch gia đình. Từ đó, nghiên cứu cung cấp cơ sở lý luận và thực tiễn quan trọng, hỗ trợ các nhà quản lý và hoạch định chính sách trong lĩnh vực phát triển du lịch văn hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh, hướng đến một mô hình bảo tàng hiện đại và hấp dẫn hơn.

Tài liệu tham khảo

- Harrison, J. (1997). Museums and Touristic Expectations. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 23-40. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(96\)00037-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(96)00037-0)
- Bogan, E., Constantin, D. M. (Oprea), & Grigore, E. (2018). The museum tourism in Bucharest, Romania. *Quality – Access to Success*, 19(S1), 85-92.
- Ballantyne, R., & Uzzell, D. (2011). The thoughtful museum: The visitor-centered museum. *Curator: The Museum Journal*, 54(1), 85-92.
- Camarero, C., Garrido, M. J., & Vicente, E. (2014). Achieving effective visitor orientation in European museums: Innovation versus custodial. *Journal of Cultural Heritage*. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2014.05.006>
- Durko, A., & Petrick, J. F. (2013). Family vacations and well-being. *Annals of Tourism Research*, 43, 119-137.
- Wu, K.-L., Holmes, K., & Tribe, J. (2010). 'Where do you want to go today?' An analysis of family group decisions to visit museums. *Journal of Marketing Management*, 26(7-8), 705-726.
- Nguyễn, L. T. (2021). Factors influencing museum visits: An empirical study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 123-132. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no6.0123>
- Wu, M.-Y., Wall, G., Zu, Y., & Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166-175. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.01.007>
- Báo Nhân Dân. (2024). Bảo tàng thu hút công chúng bằng hoạt động giáo dục, trải nghiệm. Truy cập tại: <https://nhandan.vn/bao-tang-thu-hut-cong-chung-bang-hoat-dong-giao-duc-trai-nghiem-post810500.html>
- Trần, X. Q., & Nguyễn, B. N. (2023). Phân tích trải nghiệm của khách tham quan tại viện bảo tàng, nghiên cứu tại thành phố Đà Nẵng. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ – Đại học Đà Nẵng*, 21(9.2), 16-22.
- Li, Y., Wu, W. P., & Liu, A. (2020). Family vacation: A systematic review and research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 25-34.
- Sterry, P., & Beaumont, E. (2006). Methods for studying family visitors in art museums: A cross-disciplinary review of current research. *Museum Management and Curatorship*, 21(3), 222-239.
- Wu, M.-Y., & Wall, G. (2017). Visiting heritage museums with children: Chinese parents' motivations. *Journal of Heritage Tourism*, 11(1), 2-17.
- Chen, Y., Lehto, X. Y., & Cai, L. (2013). Vacation and well-being: A study of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research*, 42, 284-310.

Current situation and expectations of family tourists in choosing museum tourism products in Ho Chi Minh City

Nguyen Thi Tu Trinh

University of Social Sciences and Humanities, Ho Chi Minh City

23881010118@hcmussh.edu.vn

Abstract

The trend of family tourism is strongly developing in Ho Chi Minh City, making the exploitation of cultural tourism products, especially museum tourism, increasingly important. This study focuses on the current experience and expectations of family tourists towards museum visits in the city. A qualitative method was applied through 19 in-depth interviews with family groups who had visited one or more museums in Ho Chi Minh City. The findings reveal that families highly value the educational role of museums, yet desire more interactive, child-friendly elements and improved support services. The study proposes solutions for developing museum tourism products tailored to families, including enhancing exhibition quality, organizing cultural experiences, and improving services that meet family needs.

Keywords museum tourism, family tourists, expectations, experience