

# KHAI THÁC DU LỊCH TÂM LINH TỪ KHÓA CẠNH CÁC CÔNG TY DU LỊCH

● NGUYỄN MINH HƯƠNG

## TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nắm bắt những vấn đề hiện nay của việc khai thác du lịch tâm linh tại Việt Nam từ góc độ của các nhà cung cấp du lịch. Tác giả sử dụng các cuộc phỏng vấn sâu với 8 người trả lời là đại diện của các công ty du lịch tại các địa phương là Hà Nam, Ninh Bình và Tây Ninh. Phân tích dữ liệu chỉ ra rằng tiềm năng to lớn của du lịch tâm linh của các địa phương có thể được phát triển thông qua các giá trị định hướng tinh thần bao gồm giá trị dựa trên giá trị văn hóa dân gian dựa trên nền tảng; giá trị dựa trên tôn giáo và giá trị dựa trên di sản lịch sử. Bên cạnh đó, tác giả cũng làm rõ thực trạng triển khai du lịch tâm linh ở khu vực này. Những phát hiện của nghiên cứu sẽ vừa là cơ sở để nghiên cứu sâu hơn, vừa là tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà nghiên cứu trong việc phát triển du lịch tâm linh tại Việt Nam.

**Từ khóa:** du lịch tâm linh, khai thác du lịch tâm linh từ các công ty du lịch.

## 1. Đặt vấn đề

Du lịch tâm linh gần như là một trong những loại hình du lịch lâu đời, xuất phát từ loại hình du lịch văn hóa. Hình thức của nó trên toàn cầu xuất hiện từ nhu cầu nhận thức và phát triển tâm linh của con người. Với đặc điểm này, du lịch tâm linh hiện đang được coi là phân khúc du lịch đặc biệt thích hợp, cần phát huy hết tiềm năng để phát triển thành công ngành du lịch văn hóa.

Tại Việt Nam có hàng trăm công trình văn hóa, tôn giáo từ khắp các địa phương như chùa Yên Tử tại Quảng Ninh, Bái Đính tại Ninh Bình, Bà Đen tại Tây Ninh,... Tuy nhiên, trong nhiều năm qua, du lịch tâm linh vẫn chưa được quan tâm và tiếp thị như một sản phẩm du lịch độc đáo của các địa phương. Dường như việc khai thác loại hình du

lịch này vẫn chưa tương xứng với tiềm năng tài nguyên về “du lịch tâm linh” nơi đây.

Bài báo này tiếp cận từ góc độ của các công ty du lịch để hiểu rõ hơn về sự phát triển của du lịch tôn giáo, tâm linh ở các tỉnh Ninh Bình, Hà Nam, Tây Ninh.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Từ các tài liệu liên quan đến du lịch tâm linh, có thể thấy một cách tiếp cận khám phá phù hợp với bối cảnh du lịch tôn giáo, tâm linh hậu Covid-19. Do đó, phương pháp luận định tính được áp dụng trong giai đoạn đầu của nghiên cứu này. Nhà nghiên cứu lựa chọn kỹ thuật phỏng vấn sâu để thu thập dữ liệu sơ cấp trong giai đoạn nghiên cứu này.

Nguồn dữ liệu thứ cấp là từ Sở Du lịch Ninh Bình, Hà Nam, Tây Ninh làm tài liệu cho việc

phân tích du lịch tâm linh của địa phương. Cụ thể, đã thực hiện 8 cuộc phỏng vấn sâu với những người đại diện, những người hiểu rõ và đã trực tiếp khai thác du lịch tâm linh tại tỉnh Ninh Bình, Hà Nam, Tây Ninh. Tất cả các đại diện được lựa chọn bằng chọn ngẫu nhiên các công ty là các hãng lữ hành và công ty du lịch như Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Ninh Bình, Công ty Cổ phần Du lịch Hà Nam, Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Tam Chúc, Công ty TNHH Du lịch lữ hành Thiên Phú, Tây Ninh. Các câu hỏi phỏng vấn không có cấu trúc được sử dụng để thu thập các thông tin cần thiết liên quan đến việc khai thác du lịch tâm linh tại các địa phương như sau:

- Nhận thức và quan điểm của công ty du lịch về du lịch tâm linh.
- Đánh giá tiềm năng du lịch tâm linh từ góc độ nhà cung cấp du lịch.
- Thực trạng khai thác du lịch tâm linh của doanh nghiệp.
- Những thuận lợi và khó khăn của việc khai thác du lịch tâm linh.
- Một số đề xuất để phát triển du lịch tâm linh cho địa phương.

Tổng cộng có 8 cuộc phỏng vấn đã được sắp xếp và thực hiện thành công. Từ ý kiến của những người tham gia về một số vấn đề liên quan đến chủ đề nghiên cứu, chúng tôi đã hiểu rõ hơn về tình trạng du lịch của địa phương về khía cạnh tâm linh và tôn giáo. Sau đó, chúng tôi xác định và phân loại câu trả lời của những người được phỏng vấn và tìm kiếm một số chủ đề trong số dữ liệu thu thập được.

### 3. Nội dung nghiên cứu

#### *Lý luận về du lịch tâm linh*

Tâm linh là một thuật ngữ quen thuộc và phổ biến trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta. Tuy nhiên, không dễ để giải thích hoàn toàn ý nghĩa của nó. Nhận thức mơ hồ về “tâm linh” có lẽ bắt nguồn từ ý nghĩa gốc của nó - “tinh thần”. Nó có nghĩa là những người tâm linh thường tin vào mối quan hệ của họ với Chúa hoặc Đấng thiêng liêng. Một ý nghĩa khác là “tinh thần” được hiểu liên quan đến khả năng của con người trong việc tìm kiếm cuộc sống của họ, vượt lên

trên sự sung túc về vật chất. Tâm linh phản ánh một loạt quá trình thần thánh hóa bản thân của con người. Có nghĩa là sự tìm kiếm những giá trị cơ bản, sâu xa của con người và mối quan hệ với nguồn vũ trụ, sức mạnh hay thần thánh vượt ra ngoài sự sung túc về vật chất, tâm linh giúp con người hướng đến những tầng sâu hơn của bản thân. Do đó, theo nghĩa rộng, tâm linh được định nghĩa là “những cách thức mà con người tìm kiếm, làm ra, tán dương và áp dụng ý nghĩa của nó vào cuộc sống của họ”.

Người ta đặt ra rằng tâm linh đã không được gắn với các tôn giáo nhị nguyên truyền thống trong cách tiếp cận hiện đại. Theo đó, việc thực hành các nghi lễ hoặc nghi lễ hoặc các hoạt động tôn giáo không còn bị giới hạn trong khuôn khổ của mỗi tôn giáo. Nó đã trở thành một phong trào phổ biến và rộng rãi trên toàn thế giới và được chấp nhận như là nhu cầu tinh thần của con người. Về cơ bản, “tâm linh” và “tôn giáo” không giống nhau. Mặc dù cả hai thuật ngữ thường được sử dụng thay thế cho nhau, nhưng có một chút khác biệt giữa chúng. Nói cách khác, tâm linh là một trải nghiệm cá nhân nằm ngoài niềm tin tôn giáo, do đó, một người có thể thấy mình là tâm linh nhưng không phải là tôn giáo và ngược lại.

Vì vậy, du lịch tâm linh hay du lịch hành hương hoặc du lịch tôn giáo được phân loại khác nhau. Ở cấp độ cơ bản nhất, hành hương được định nghĩa là cuộc hành trình của một người xuất phát từ các nguyên nhân tôn giáo đến các địa điểm linh thiêng cho mục đích tâm linh và hiểu biết nội tại của họ. Làm như vậy, cuộc hành hương sẽ nâng cao tâm linh của khách hành hương và được coi là một phương tiện để đạt được các mục tiêu tinh thần của họ. Trong khi đó, du lịch tôn giáo “bao gồm tất cả các loại hình du lịch được thúc đẩy bởi tôn giáo đến một địa điểm tôn giáo”. Du lịch tôn giáo tập trung vào việc thăm viếng các địa điểm tôn giáo, di tích hoặc điểm đến chủ yếu để gắn bó hoặc củng cố một đức tin cụ thể. Do đó, người ta cho rằng, du lịch tôn giáo phản ánh các hoạt động của khách du lịch tại các địa điểm tôn giáo như tham quan, tham gia hoặc thực hiện các nghi lễ tôn giáo để thực hiện nghĩa vụ tôn giáo của họ.

Đối với du lịch tâm linh, nó khám phá các yếu tố của cuộc sống nằm ngoài bản thân và góp phần vào sự cân bằng cơ thể - tâm trí và tinh thần. Những điều này có thể có hoặc không liên quan đến tôn giáo. Các nghiên cứu gần đây về du lịch tâm linh cho thấy rằng du lịch hành hương và du lịch tôn giáo là những phần thiết yếu của du lịch tâm linh.

Tóm lại, du lịch tâm linh có thể được xem là một khái niệm rộng gắn với các giá trị tinh thần của các sản phẩm và dịch vụ hữu hình và vô hình. Những giá trị này có được từ trải nghiệm của du khách sau khi đến thăm các nhà thờ, nhà thờ Hồi giáo, đền, miếu hoặc các trung tâm linh thiêng khác cũng như các sự kiện tâm linh được tổ chức, hội thảo, lễ hội và tụ họp với động lực tinh thần.

#### **4. Kết quả và thảo luận**

##### **4.1. Quan điểm khai thác du lịch tâm linh của các công ty du lịch**

Nhìn chung, hầu hết những người được phỏng vấn đều có nhận thức đầy đủ về khái niệm du lịch tâm linh. Tuy nhiên, có hai cách tiếp cận được xác định trong thực tế.

Theo khảo sát du lịch tâm linh mang loại hình du lịch văn hóa nguyên bản có thêm yếu tố tôn giáo, nghi lễ.

Theo đúng nghĩa này, tâm linh gắn liền với các địa điểm linh thiêng như chùa, đền, nhà thờ, nơi du khách có thể khám phá để tìm động lực tinh thần. Theo đó, các dịch vụ du lịch tôn giáo, tâm linh hiện nay được cung cấp thông qua một số hoạt động chính như tham quan các khu tâm linh, tham quan và nghe thuyết giảng của Phật giáo. Do đó, đối với hầu hết các tour du lịch do các công ty này cung cấp, các địa điểm tâm linh và các hoạt động thực hành tâm linh và tôn giáo đã được thêm vào và kết hợp với các hoạt động hoặc điểm đến du lịch khác. Thời gian tham dự một số hoạt động tôn giáo, tâm linh còn quá ngắn so với tổng thời gian của mỗi chuyến tham quan. Một số ý kiến của người trả lời như sau:

- “Hầu hết các sản phẩm tâm linh hiện nay chỉ dành cho mục đích thử nghiệm một số đối tượng. (7/8 người được phỏng vấn có cùng quan điểm, ngoại trừ góc nhìn của Zuli Zen).

- “Thiết kế tour du lịch kết hợp giá trị văn hóa, tôn giáo, tâm linh là hoàn toàn phù hợp với lợi thế của địa phương”. (Tất cả những người được phỏng vấn đều có cùng quan điểm).

- “Hầu hết các chùa chỉ nhằm mục đích tôn giáo nên không thể cung cấp các dịch vụ tâm linh. Chúng tôi chỉ cung cấp cho khách du lịch một số hoạt động chính tại những địa điểm này như tham quan các ngôi chùa và thực hành nghi lễ và tôn giáo của địa phương” (Tất cả những người được phỏng vấn đều có cùng quan điểm).

- “Hoạt động tâm linh được bổ sung trong các tour của chúng tôi chủ yếu là tham quan các chùa nổi tiếng như chùa Bái Đính, chùa Bích Động, chùa Non Nước và thực hành một số nghi lễ cơ bản. Nó phụ thuộc vào sự lựa chọn của du khách”. (Công ty Cổ phần Dịch vụ Du lịch Ninh Bình).

- “Chúng tôi giới thiệu du khách đến thưởng thức món ăn ở một số nhà hàng chay xung quanh các chùa”. (Tất cả các đại diện đều có ý kiến giống nhau).

Cách tiếp cận thứ hai là du lịch tâm linh được nhìn nhận là khía cạnh giá trị mang lại cho người tham gia.

Theo nghĩa này, giá trị cốt lõi của du lịch tâm linh là giúp du khách đạt được sự cân bằng trong cuộc sống và có được những hiểu biết về cảm xúc và tinh thần của họ từ trải nghiệm của các hoạt động tâm linh. Do đó, theo quan điểm này, du lịch tâm linh được coi là hoạt động tâm linh tập trung vào việc tạo ra giá trị của nó. Theo người quản lý của Zuli Zen, “để có được giá trị tinh thần cảm nhận, du khách cần được trải nghiệm các hoạt động tâm linh thay vì chỉ tham quan một số điểm tâm linh” và “du lịch tâm linh cần được thực hiện trong không gian hoàn toàn yên tĩnh”, nơi mà du khách “đắm mình trong các hoạt động tâm linh sẽ giúp họ thoát khỏi sự hối hả, nhộn nhịp trong cuộc sống hàng ngày và hướng về bản thân”. Vì vậy, du lịch tâm linh đã triển khai như một chương trình khép kín bao gồm các khóa tu thiền, Yoga, khí công và các dịch vụ khác như lưu trú, ẩm thực chay.

Nhìn chung, việc khai thác du lịch tâm linh tại địa phương được hầu hết các đơn vị lữ hành trong

đó có Thiên viện Trúc Lâm, Ninh Bình thực hiện. Về động cơ, các hoạt động tâm linh phù hợp với hầu hết mong muốn của khách du lịch, bao gồm tham quan, văn cảnh những nơi linh thiêng (chùa, nhà thờ, đền) và quan sát các hoạt động nghi lễ hoặc tôn giáo của địa phương hoặc của các nhà sư. Bên cạnh đó, một số hoạt động trải nghiệm như thực hành nghi lễ, tín ngưỡng tại chùa Bái Đính, chùa Non Nước,... phù hợp với du khách tìm kiếm giá trị tâm linh như để chữa bệnh hay thực hành. Một số hoạt động trải nghiệm ẩm thực chay, tĩnh tâm, Yoga, khí công do Công ty Cổ phần Du lịch Ninh Bình, Zuli Zen, Công ty Du lịch Tam Chúc tổ chức phù hợp với những du khách có động cơ chủ yếu là tĩnh tâm và lấy lại sự cân bằng trong cuộc sống.

#### 4.2. Điểm đến tâm linh hoặc linh thiêng

Hầu hết các điểm du lịch tâm linh như đền, chùa nổi tiếng hay các địa danh linh thiêng khác trên địa điểm khảo sát được xác định là tiềm năng về du lịch tâm linh. Tuy nhiên, vị trí các điểm du lịch tâm linh khá phân tán, dẫn đến việc thiết kế du lịch trọn gói gặp nhiều khó khăn.

Ngoài ra, cơ sở hạ tầng cũng như các yêu cầu khác không đáp ứng được đầy đủ nhu cầu của du khách tại các hệ thống. Những ý kiến như “một số địa điểm tâm linh không có bất kỳ dịch vụ hỗ trợ nào đặc biệt để thu hút khách ngoài văn cảnh,...” và “một số chùa quá nhỏ để đón các đoàn khách du lịch” liên tục được đề cập đến như lời phàn nàn của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch. Do đó, có thể nói, các chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch tôn giáo, tâm linh không đủ khả năng đáp ứng nhu cầu tâm linh của du khách tại khu vực này.

Bên cạnh đó, việc quy hoạch các điểm tâm linh cũng như tổ chức các dịch vụ tâm linh tại các điểm này còn phân tán và thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa các điểm du lịch tâm linh với các hãng lữ hành cũng như các công ty du lịch trên địa bàn. Trên thực tế, có thể dễ dàng nhận ra rằng, việc khai thác các điểm du lịch tâm linh còn thiếu quy hoạch chi tiết, phù hợp và hợp pháp. So với tiềm năng sẵn có của địa phương, số lượng địa điểm tôn giáo, linh thiêng được khai thác chỉ là một con số hạn chế và giá trị tâm linh của chúng chưa được

nhận thức đầy đủ về mặt dịch vụ. Nhìn chung, việc khai thác du lịch tâm linh vẫn chưa được khai thác đúng với tiềm năng. Một số ý kiến của những người được phỏng vấn như sau:

- “Chúng tôi đã tổ chức các tour du lịch tham quan các chùa Tam Chúc trong vòng một ngày, chủ yếu là để văn cảnh”. (Giám đốc Công ty Du lịch Tam Chúc).

- “... do khoảng cách giữa các địa điểm tâm linh quá xa nên việc sắp xếp thời gian thích hợp cho các chuyến tham quan là quá khó”. (Đại diện Công ty Du lịch Thiên Phú).

- “... cơ sở hạ tầng và đường đến các điểm đến tâm linh không liên quan đến du lịch, ví dụ như đường quá nhỏ để các phương tiện lớn có thể đi vào”. (Phó Giám đốc Công ty Cổ phần Thiên Phú).

“Một số địa điểm tôn giáo không đáp ứng các yêu cầu về cơ sở hạ tầng và công trình vệ sinh để cung cấp các dịch vụ du lịch tâm linh”. (Đại diện Công ty Du lịch Thiên Phú).

Hơn nữa, sự liên kết giữa các điểm tâm linh và các nhà cung cấp trong việc triển khai các dịch vụ du lịch còn cứng nhắc và chưa đúng mục đích. Điều này làm cho các chuyến du lịch tâm linh được tổ chức không tốt. Vấn đề là quan điểm của các nhà chùa không giống như người cung cấp dịch vụ du lịch tâm linh. Theo chúng tôi được biết, các hoạt động tâm linh tại các địa điểm tôn giáo là cốt yếu vì mục đích tôn giáo, không vì lợi ích kinh tế. Vì vậy, chùa chỉ đón những du khách có nhu cầu tìm hiểu các giá trị tâm linh Phật. Tuy nhiên, hầu hết các chùa trên địa bàn tỉnh được khảo sát không phải là nơi tôn giáo có quy mô lớn, các yêu cầu về dịch vụ du lịch tâm linh như lưu trú, ăn uống, giải khát tại các điểm tâm linh này chưa được đáp ứng. Một số ý kiến của người trả lời liên quan đến vấn đề này như sau:

- “Chùa hoặc nhà thờ dành cho mục đích tôn giáo, mặc dù họ sẵn sàng chào đón du khách, các dịch vụ về chỗ ở và thực phẩm từ chối cung cấp do cơ sở vật chất hạn chế”. (Đại diện Công ty Du lịch Đất Việt).

- “Địa điểm tôn giáo được coi là nơi tổ chức nghi lễ và thờ cúng trang trọng, cần sạch sẽ, yên tĩnh và thanh bình. Để phục vụ hoạt động du lịch

thì không dễ chút nào”. (Đại diện Công ty Du lịch Đất Việt).

### **4.3. Quảng bá, xúc tiến du lịch tâm linh và vai trò của chính quyền địa phương**

Du lịch tâm linh trên địa bàn tỉnh được khảo sát tuy đã được triển khai những năm gần đây nhưng sức phát triển chưa tương xứng với tiềm năng. Thực tế, cũng có nhiều hoàn cảnh được xem là trở ngại trong phát triển du lịch tâm linh ở địa điểm này, một trong số đó là việc quảng bá du lịch tâm linh.

Về vấn đề này, chính quyền địa phương đóng vai trò quan trọng. Mặc dù du lịch tâm linh đã được chính quyền địa phương quan tâm trong những năm gần đây nhưng việc triển khai các hoạt động du lịch tâm linh tại các địa điểm linh thiêng, tín ngưỡng vẫn chưa phát triển. Đó là do du lịch tâm linh chưa được quảng bá một cách phổ biến và hình thức như một khả năng và lợi thế lớn của các tỉnh. Bên cạnh đó, sự hỗ trợ trong việc kết hợp các ngành chức năng của chính quyền địa phương cũng như kết nối các điểm tôn giáo với các hãng lữ hành, công ty du lịch địa phương còn yếu. Hầu hết các đại lý du lịch và các công ty du lịch địa phương tự triển khai du lịch tâm linh. Hiện tại, chưa có cam kết cụ thể của các điểm tâm linh và đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch, trong đó nêu rõ trách nhiệm của họ trong quá trình khai thác du lịch tâm linh.

Cùng với hoạt động này và đối với các điểm tâm linh, cần phải sớm cấp giấy chứng nhận hoặc giấy phép cho việc tổ chức và khai thác các hoạt động tâm linh hợp pháp để có được các điểm tâm linh được quản lý tốt. Một số ý kiến của những người được phỏng vấn như sau:

- “Chưa có bất kỳ quảng cáo nào tập trung vào du lịch tâm linh hay nhấn mạnh lợi thế địa phương của các khu tâm linh hay đại loại thế. (Đại diện các đơn vị lữ hành và các công ty du lịch địa phương).

- “... tiềm năng địa phương cần được phổ biến như một điểm đến tâm linh trước khi cung cấp các dịch vụ tâm linh”. (tất cả các đại diện đều có cùng ý kiến).

- “Chúng tôi đã tự mình quảng bá dịch vụ tâm linh”. (tất cả các đại diện đều có cùng ý kiến).

- “Hiện tại chưa có bất kỳ chương trình quảng bá quy mô nào cho du lịch tâm linh ở khu vực này”. (Phó Giám đốc Công ty Du lịch Tam Chúc).

- “Chúng tôi đã thiết kế và đóng gói một số tour du lịch tâm linh, nhưng chúng tôi không thể tiếp thị và bán chúng thành công. Nó cần phải quảng bá điểm du lịch tâm linh của địa phương này như một cách tiếp thị khởi động”. (6/6 người được phỏng vấn là đại diện của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch có cùng ý kiến này).

- “Để tạo ra sự khác biệt, du lịch địa phương này nên định vị điểm đến của mình trên nền tảng di sản - tôn giáo - giá trị tinh thần”. (Quản lý Thiền viện Trúc Lâm, Ninh Bình).

### **5. Kết luận và đề xuất để nghiên cứu thêm**

Có thể thấy, du lịch tâm linh đang dần nổi lên như một xu hướng du lịch hiện đại, mang lại nhiều lợi ích kinh tế cũng như lan tỏa những giá trị tinh thần đáng kể trong đời sống cộng đồng địa phương. Từ những phân tích trên, phải thừa nhận rằng nhiều tỉnh ở Việt Nam có tiềm năng phát triển du lịch tâm linh rất lớn. Tuy nhiên, nhận thức và đầu tư của địa phương trong việc phát triển loại hình du lịch này vẫn chưa cho thấy sự quan tâm sâu sắc. Đối với những vướng mắc của phát triển du lịch tâm linh được nêu trong tham luận này, rất cần sự thống nhất cao của chính quyền địa phương đối với quan điểm hoạt động du lịch trong việc phát triển loại hình du lịch này.

Việc nâng cao hoạt động tiếp thị du lịch tâm linh được coi là yếu tố sống còn và nhiệm vụ trọng yếu của chính quyền địa phương. Điều này bao gồm các địa điểm tâm linh phù hợp và hợp pháp được quy hoạch tốt, chính sách và điểm đến du lịch tâm linh của địa phương được tiếp thị tốt, cũng như phát triển du lịch tâm linh được quản lý tốt. Do đó, hiểu được những hiểu biết và nhu cầu của người tham gia về du lịch tâm linh là một bước quan trọng để lên kế hoạch phù hợp cho các địa điểm tâm linh, thiết kế và đưa ra thị trường các gói phù hợp cho đúng khách du lịch. Để giải quyết vấn đề này, cần đầu tư rất nhiều vào thị trường du lịch tâm linh các địa phương trọng điểm, nơi có khả năng thu hút nhiều khách du lịch tâm linh hơn trong những năm tới. Bài báo này cũng nhấn

mạnh vai trò của chính quyền địa phương trong việc hỗ trợ quảng cáo hình ảnh du lịch tâm linh của các tỉnh với du khách như một lợi thế của địa phương. Về vấn đề này, Chính phủ đã kêu gọi sự hợp tác từ nhiều nguồn đầu tư khác nhau để tạo điều kiện cho sự phát triển này. Điều này cải thiện nhận thức của cộng đồng địa phương về sự kết nối với chiều sâu và bề rộng của giá trị văn hóa và tôn giáo của địa phương này. Đây được coi là đóng góp không nhỏ của bài báo này trong việc khai phá phát triển du lịch tâm linh tại địa phương.

Một đóng góp khác của bài báo là những phát hiện của nó có thể dùng làm nền tảng cho các nghiên cứu sâu hơn. Một nghiên cứu về những hiểu biết của khách du lịch về du lịch tâm linh là một công việc quan trọng giúp các nhà nghiên cứu và những người thực hành hiểu rõ hơn về nhu cầu và động cơ của đời sống tâm linh. Bên cạnh đó, cần thực hiện nghiên cứu quy hoạch các điểm du lịch tâm linh đáp ứng nhu cầu tâm linh của du khách để cung cấp các dịch vụ du lịch tâm linh phù hợp tại các điểm linh thiêng, tín ngưỡng ■

### TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Blackwell, R. (2007). Motivations for religious tourism, pilgrimage, festivals and events. *Religious tourism and pilgrimage festivals management: an international perspective*. CAB International 2007, UK, 35-47.
2. Rogers, C. J. (2005). *Secular spiritual tourism*. Queensland, Australia: Central Queensland University.
3. Collins. (2009). *The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography*. Applied Geography. doi:10.1016/j.apgeog.2009.02.001.
4. Finney, R. Z., Orwig, R. A., Spake, D. F. (2009). Lotus-eaters, pilgrims, seekers, and accidental tourists: how different travelers consume the sacred and the profane. *Services Marketing Quarterly*, 30, 2, 148-173.
5. Fluker, M. & Turner, L. (2000). Needs, motivations, and expectations of a whitewater rafting experience. *Journal of Travel Research*, 38(4), 380-389.
6. Haq, F. & Jackson, J. (2009). Spiritual journey to Hajj: Australian and Pakistani experience and expectations. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 6(2), 141-156.
7. Haq, F., Medhekar, A. & Bretherton, P. (2009). Public and private partnership approach for applying the tourism marketing mix to spiritual tourism. *International Handbook of Academic Research and Teaching, Intellectbase International Consortium, USA*, 8 - Winter 2009, 63.
8. Haq, F. (2013). Islamic spiritual tourism: An innovative marketing framework. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*, 4, 2(5), 438-447.
9. Haq, F. & Medhekar, A. (2015). Spiritual tourism between India and Pakistan: A framework for business opportunities and threats. *World Journal of Social Sciences*, 5(2), 190-200.
10. Kartal, B., Tepeci, M. & Atli, H. (2015). Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective. *Tourism Review*, 70(3), 214-231.
11. Lincoln, Y. S., Lynham, S. A., & Guba, E. G. (2011). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences, revisited. *The Sage handbook of qualitative research*, 4, 97-128.
12. Mitroff, I. (1998). *Smart Thinking for Crazy Times, The Art of Solving the Right Problems*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
13. Medhekar, A. & Haq, F. (2017). Development of spiritual tourism circuits: The case of India. *GSTF Journal on Business Review (GBR)*, 2(2), 212-218.

14. Norman, A. (2004). *Spiritual tourism: Religion and spirituality in Contemporary travel*.
15. Norman, A. (2014). The varieties of the spiritual tourist experience. *Literature & Aesthetics*, 22(1), 20-37.
16. Phukan, H., Rahman, Z. & Devdutt, P. (2012). Effect of spiritual tourism on financial health of the Uttarakhand state of India. *Int J Res Commer IT Manag*, 2(2), 1-7.
17. Schmidt, C. & Little, D. E. (2007). Qualitative insights into leisure as a spiritual experience. *Journal of Leisure Research*, 39(2), 222-247.
18. Sharpley, R. & Sundaram, P. (2005). Tourism: A sacred journey? The case of ashram tourism, India. *International journal of tourism research*, 7(3), 161-17.

**Ngày nhận bài: 12/1/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 12/2/2022**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 22/2/2022**

*Thông tin tác giả:*

**ThS. NGUYỄN MINH HƯƠNG**

**Khoa Du lịch - Khách sạn**

**Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. Hồ Chí Minh**

## **THE EXPLOITATION SPIRITUAL TOURISM IN VIETNAM FROM THE PERSPECTIVE OF TOURISM COMPANIES**

● Master. **NGUYEN MINH HUONG**

Faculty of Tourism - Hospitality

Ho Chi Minh City University of Foreign Languages - Information Technology

### **ABSTRACT:**

This study presents the current spiritual tourism exploitation in Vietnam from the perspective of tourism companies. This study conducted in-depth interviews with 8 respondents who are representatives of travel companies in the provinces of Ha Nam, Ninh Binh and Tay Ninh. The study's data analysis shows that the great potential of spiritual tourism of localities can be developed through spiritually-oriented values including the folklore-based values; religion-based values and historical heritage-based values. This study also clarifies the current spiritual tourism exploitation in these provinces. This study's findings serves as a basis for further research and a useful reference for other researches about the development of spiritual tourism in Vietnam.

**Keywords:** spiritual tourism, spiritual tourism exploitation of travel companies.