

PHỐI HỢP QUẢN LÝ TRONG LIÊN KẾT PHÁT TRIỂN DU LỊCH TÂM LINH Ở NƯỚC TA HIỆN NAY

NGUYỄN HỒNG SON*

Du lịch tâm linh là một loại hình của du lịch văn hóa. Đó là hoạt động khai thác hệ thống các di tích lịch sử - văn hóa để phát triển du lịch. Tuy nhiên, việc khai thác giá trị văn hóa tâm linh nhằm phát triển du lịch theo tiêu chí phát triển bền vững cần có những giải pháp đồng bộ. Đặc biệt, phải kể đến việc phối hợp quản lý giữa các địa phương, các vùng trong tổ chức và triển khai hoạt động du lịch tâm linh.

Từ khóa: Quản lý; du lịch tâm linh; liên kết phát triển.

Spiritual tourism is a type of cultural tourism which exploits the historical - cultural relics for tourism development. However, exploitation of spiritual cultural values for sustainable tourism development requires holistic solutions. Especially, it is crucial for localities and regions to coordinate for management, organization and implementation of spiritual tourism.

Key words: Management; spiritual tourism; joint activities of development.

NGÀY NHẬN: 25/9/2018

NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 01/10/2018

NGÀY DUYỆT: 15/10/2018

1. Quan niệm về du lịch tâm linh và liên kết du lịch

Trong khoảng mười năm trở lại đây, khái niệm du lịch tâm linh (DLTL) được nhắc đến thường xuyên. Cho đến nay, các nhà nghiên cứu trong nước và nước ngoài đã đưa ra rất nhiều khái niệm về DLTL, có thể kể đến một số khái niệm điển hình sau:

Nhà nghiên cứu Alex Norman cho rằng “Du lịch tâm linh có đặc trưng là du khách sẽ cố tìm kiếm lợi ích tinh thần thông qua việc thực hành nghi lễ tôn giáo, tín ngưỡng”¹.

Tại Hội nghị Quốc tế về DLTL (tháng 11/2013), Tổng cục Trưởng Tổng cục Du lịch Việt Nam - Nguyễn Văn Tuấn đã khẳng định: “Xét về nội dung và tính chất hoạt

động, du lịch tâm linh thực chất là loại hình du lịch văn hóa, lấy yếu tố văn hóa tâm linh vừa làm cơ sở, vừa làm mục tiêu nhằm thỏa mãn nhu cầu tâm linh của con người trong đời sống tinh thần”². Theo cách nhìn nhận đó, DLTL khai thác những yếu tố văn hóa tâm linh trong quá trình diễn ra các hoạt động du lịch, dựa vào những giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể gắn với lịch sử hình thành và nhận thức của con người về thế giới, những giá trị về đức tin, tôn giáo, tín ngưỡng và những giá trị tinh thần đặc biệt khác. Theo đó, “du lịch tâm linh mang lại những cảm xúc và

* ThS, Công ty TNHH Thăng Lợi, tỉnh Phú Thọ

trải nghiệm thiêng liêng về tinh thần của con người trong khi đi du lịch”³.

Tựu trung lại có thể hiểu, DLTL dựa vào nhu cầu tâm linh nhằm đáp ứng yêu cầu tham quan, tìm hiểu, cúng tế, chiêm bái,... của du khách.

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp mang tính liên ngành, liên vùng. Vì thế, liên kết đã trở thành xu hướng, đồng thời là giải pháp trong phát triển du lịch. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030 nêu rõ quan điểm: “... ngành Du lịch các địa phương cần tăng cường liên kết phát triển du lịch, phát huy tối đa tiềm năng, lợi thế quốc gia và thế mạnh đặc trưng của vùng, miền trong cả nước, phấn đấu đạt mục tiêu đưa ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu GDP, tạo động lực phát triển kinh tế, xã hội,...”.

Liên kết du lịch là hình thức hợp tác giữa các địa phương, doanh nghiệp, các đối tác, cộng đồng..., nhằm mang nhiều lợi ích, đạt hiệu quả cho các bên tham gia. Liên kết không chỉ phát huy lợi thế mà còn hạn chế khiếm khuyết, điểm yếu của các đối tác trong hoạt động du lịch.

Việc liên kết giữa các địa phương, vùng, miền trong hợp tác phát triển du lịch ngày càng trở nên quan trọng và cần thiết, đặc biệt là liên kết phát triển sản phẩm du lịch nhằm gia tăng sức hấp dẫn của điểm đến du lịch, thu hút lượng khách đến với các điểm di tích ngày càng tăng.

2. Liên kết phát triển du lịch tâm linh ở nước ta thời gian qua

Sản phẩm du lịch đặc thù là những sản phẩm có khả năng tạo ra sự phân biệt giữa địa phương này với địa phương khác, điểm đến này với điểm đến khác. Tính “khác biệt”, “duy nhất”, “đặc sắc”, “nổi trội” của tài nguyên du lịch mà dựa vào đó để phát triển sản phẩm du lịch đặc thù. Đơn cử, như

thực tế việc liên kết DLTL giữa các tỉnh, thành phố thời gian qua cho thấy, trong khuôn khổ hợp tác giữa ba tỉnh Phú Thọ, Yên Bái, Lào Cai, nhiều sản phẩm du lịch được xây dựng để giới thiệu tới du khách. Các điểm di tích thuộc hệ thống Đạo Mẫu dọc theo sông Hồng từ Phú Thọ đến Lào Cai đã được xây dựng thành tuyến DLTL, được quảng bá, xúc tiến trong tất cả các hội nghị, chương trình của cả ba tỉnh và trở thành sản phẩm du lịch đặc thù cho ba tỉnh.

Các tỉnh ở khu vực đồng bằng sông Hồng cũng có nhiều nỗ lực trong việc liên kết để xây dựng các tuyến DLTL. 5 tỉnh Hưng Yên - Thái Bình - Nam Định - Ninh Bình - Hà Nam đã cùng hợp tác xây dựng sản phẩm DLTL cho 5 tỉnh, với điểm nhấn là các công trình tôn giáo tín ngưỡng, gắn với hệ thống tín ngưỡng truyền thống của dân tộc.

Ở Thủ đô Hà Nội đã liên kết với các địa phương lân cận là Bắc Ninh, Vĩnh Phúc để khai thác chuỗi các sản phẩm DLTL xây dựng thành các chương trình du lịch hấp dẫn, bao gồm: du lịch về với nền văn minh sông Hồng, trải nghiệm lễ hội Gióng, sản phẩm du lịch hành hương, trải nghiệm các lễ hội tâm linh; du lịch tham quan, nghiên cứu; du lịch “thiên”, du lịch “tĩnh tâm”; du lịch ngắm cảnh, sinh thái (Hương Sơn, Tây Thiên); du lịch sự kiện (Lễ hội Phật đản)...

“Hành trình di sản miền Trung” đã trở thành thương hiệu cho du lịch của các tỉnh miền Trung. Đây cũng là sản phẩm của mô hình liên kết du lịch giữa các tỉnh ở khu vực miền Trung. Trong chương trình này, rất nhiều sản phẩm DLTL được các địa phương liên kết xây dựng như: Tour du lịch Thiên Mục, Quán Thế Âm, Linh Ứng... (Huế, Đà Nẵng, Hội An),...

Các tỉnh miền Tây Nam Bộ cũng đang phối hợp với nhau một cách chặt chẽ trong việc xây dựng sản phẩm DLTL trên cơ sở

khai thác các di tích lịch sử văn hóa của các địa phương như Miếu bà chúa Xứ (An Giang), dinh Cậu (Phú Quốc), chùa Bửu Lâm (Tiền Giang), chùa Chén Kiểu (chùa Sà Lôn - Sóc Trăng), chùa Dơi (chùa Mã Tộc - Sóc Trăng)...

Việc kết nối các điểm di tích thành một sản phẩm du lịch chung cho các tỉnh, thành phố dựa trên sự tương đồng của các điểm di tích về nhiều mặt: giá trị tâm linh cốt lõi của các điểm di tích; về không gian, các di tích đều nằm trên cùng tuyến hành trình của du khách; về thời gian, thời điểm tập trung đông du khách đến các điểm di tích đều chủ yếu là dịp đầu năm và cuối năm.

Việc liên kết trong quảng bá, xúc tiến DLTĐ để tiếp cận được với đông đảo du khách trong nước và quốc tế được xúc tiến, đẩy mạnh với nhiều cách làm sáng tạo. Từ các hoạt động xúc tiến, quảng bá trong các chương trình liên kết DLTĐ của các tỉnh, thành phố đã đưa các di tích tại các địa phương từ chỗ đơn lẻ trở thành một tour du lịch khép kín, đa dạng, phong phú và hấp dẫn cho du khách.

Từ sự thay đổi về quan điểm, nhận thức, khai thác các giá trị văn hóa - lịch sử của các di tích để phục vụ phát triển du lịch, các địa phương đã xây dựng kế hoạch cũng như đầu tư hạ tầng để du khách có thể tiếp cận được các điểm di tích một cách thuận lợi, như đầu tư hạ tầng giao thông kết nối giữa các địa phương, giữa các điểm du lịch với nhau... Đồng thời, các hoạt động liên kết trong quảng bá xúc tiến DLTĐ đã làm gia tăng lượng du khách, qua đó, gia tăng doanh thu về du lịch.

Hoạt động DLTĐ không chỉ góp phần xóa đói, giảm nghèo mà còn trực tiếp tạo công ăn, việc làm cho người dân địa phương. Khi du khách tới hành hương và chiêm bái ngày càng tăng thì nhu cầu sử

dụng các dịch vụ cũng tăng cao. Tại các điểm di tích, nhiều hộ dân kinh doanh dịch vụ, như: kinh doanh hàng ăn, nhà nghỉ, khách sạn... Đồng thời, kinh doanh các mặt hàng lưu niệm, các mặt hàng thủ công mỹ nghệ do người dân trong vùng sản xuất (đồ bạc, thổ cẩm...). Những hoạt động kinh doanh dịch vụ đã đem lại thu nhập đáng kể cho người dân.

Tuy nhiên, trong công tác phối hợp, tổ chức triển khai các hoạt động DLTĐ vẫn còn một số hạn chế nhất định. Đó là:

Thứ nhất, việc phối hợp giữa các địa phương, vùng miền còn chưa nhịp nhàng, chưa lượng hóa hết được công việc cần phải thực hiện.

Thứ hai, trong công tác xúc tiến, các địa phương, vùng, miền chưa hợp tác được với nhau để đưa sản phẩm đến được các thị trường du lịch trọng điểm trong nước và thị trường quốc tế, chưa tiếp cận được tới các hãng lữ hành lớn.

Thứ ba, khách đến các điểm DLTĐ hiện chủ yếu mới là khách nội địa, thực hiện bằng hình thức tự do, chi phí cho các hoạt động quảng bá du lịch tại địa phương còn thấp.

Thứ tư, tại các điểm DLTĐ còn thiếu các hoạt động hướng dẫn, tư vấn, thuyết minh viên.

3. Giải pháp đẩy mạnh liên kết phát triển du lịch tâm linh

Một là, cần xây dựng cơ chế liên kết phù hợp.

Cơ chế liên kết là cách thức tổ chức và vận hành hoạt động liên kết giữa các địa phương. Trên cơ sở ưu thế về không gian (các địa phương lân cận, thuận lợi về giao thông), về thời gian (các di tích đều thu hút khách chủ yếu vào dịp đầu năm, cuối năm), về nội dung (các di tích thuộc tín ngưỡng đạo Mẫu, tam tứ phủ, công trình Phật giáo,...). Đó là liên kết về quy hoạch, về phát

triển sản phẩm, về quảng bá, xúc tiến sản phẩm, về đào tạo nhân lực du lịch phục vụ hoạt động DLTL.

Hai là, chú trọng tính đặc thù của DLTL và không ngừng cải tiến nâng cấp sản phẩm DLTL đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của du khách.

DLTL là một sản phẩm du lịch mang tính đặc thù cao. Bởi nguồn tài nguyên khai thác là giá trị văn hóa - lịch sử. Trong quá trình khai thác cần bảo đảm tính tôn nghiêm của địa điểm thờ cúng cũng như tính bảo tồn của di tích lịch sử văn hóa. Vì thế, các địa phương cần có quy hoạch tổng thể các điểm di tích, đầu tư xây dựng hệ thống hạ tầng, các cơ sở dịch vụ; xây dựng cảnh quan xanh - sạch - đẹp xung quanh di tích; bố trí hệ thống biển chỉ dẫn, hướng dẫn cụ thể đối với du khách. Đào tạo, hình thành đội ngũ hướng dẫn viên, thuyết minh viên có kiến thức về lịch sử, văn hóa của điểm di tích cũng như về địa phương, có khả năng truyền đạt tốt. Việc xác định được tính đặc thù của DLTL và không ngừng cải tiến nâng cấp sản phẩm DLTL là yếu tố then chốt để thu hút khách đến các điểm di tích, nâng cao doanh thu tại các điểm di tích.

Ba là, đổi mới nâng cao chất lượng hoạt động liên kết quảng bá, xúc tiến.

Quảng bá, xúc tiến là hoạt động chủ đạo để đưa sản phẩm du lịch đến với du khách. Đặc biệt, đối với sản phẩm DLTL, việc quảng bá xúc tiến cũng cần phải có cách thức quảng bá, xúc tiến riêng biệt.

Trước hết, cần đầu tư nghiên cứu chuyên sâu về các điểm di tích, nêu bật được giá trị lịch sử, văn hóa của di tích hay chính là tính linh thiêng của di tích. Tổ chức các cuộc hội thảo khoa học, mời các chuyên gia, nhà nghiên cứu về lĩnh vực văn hóa dân gian, tôn giáo, tín ngưỡng để làm rõ các giá

trị lịch sử, văn hóa của di tích. Các tỉnh, thành phố có thể liên kết tổ chức các hội thảo về hệ thống các di tích, về các di tích lịch sử - văn hóa riêng lẻ,...

Mặt khác, cần đẩy mạnh quảng bá, xúc tiến các lễ hội gắn với di tích. Xác định lễ hội là thời điểm vàng để thu hút khách du lịch.

Bên cạnh đó, cần đa dạng hóa các hình thức quảng bá: hợp báo, tờ rơi, qua các hãng lữ hành, qua các hội chợ du lịch, qua các kênh truyền thông online như Facebook, Youtube,...

Có thể khẳng định tiềm năng về DLTL của nước ta hiện nay là vô cùng lớn, để khai thác và phát triển DLTL theo hướng bền vững đòi hỏi các địa phương cần tiếp tục duy trì và đẩy mạnh liên kết trong các bước tổ chức, vận hành hoạt động DLTL □

Chú thích:

1. Alex Norman, 2011, *Spiritual Touris: Travel an Regions Practice in Western Society*, Continuum Advances in Religious Studies, pp193.
- 2, 3. Nguyễn Văn Tuấn. *Tham luận tham dự Hội nghị quốc tế về du lịch tâm linh vì sự phát triển bền vững*. Ninh Bình, từ ngày 21/11 - 22/11/2013).
4. Farooq Haq and John Jackson, 2009, *Spiritual Journey to Hajj : Australian and Pakistani Experience and expectations*, Journal of Management, Spirituality an Religion, Vol 6, No, pp. 141 - 156.
5. Hoàng Văn Hoa, Trần Hữu Sơn. *Xây dựng cơ chế, chính sách liên kết phát triển du lịch vùng Tây Bắc/Kỷ yếu hội thảo Xây dựng mô hình du lịch sinh thái và liên kết phát triển du lịch vùng Tây Bắc*, Lào Cai tháng 7/2016, tr. 14 - 21.

Tài liệu tham khảo:

1. Alex Norman, 2011, *Spiritual Touris,: Travel an Regions Practice in Western Society*, Continuum Advances in Religious Studies.
2. Luật Du lịch năm 2017.