

Du lịch hướng nội: Một đề xuất sơ khởi

Trần Tuyên*

*Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh
10-12 Đinh Tiên Hoàng, phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam*

Ngày nhận bài 9/7/2025; ngày chuyển phản biện 11/7/2025;

ngày nhận phản biện 30/7/2025; ngày chấp nhận đăng 8/8/2025

Tóm tắt:

Trong bối cảnh xã hội đương đại đối diện với nhiều bất định, áp lực tinh thần và khủng hoảng ý nghĩa sống, du lịch ngày càng vượt khỏi chức năng giải trí để trở thành không gian phục hồi, tự nhận thức và tái kết nối nội tâm. Dựa trên phương pháp nghiên cứu tài liệu thứ cấp và phân tích khái niệm, bài báo đối thoại với các dòng nghiên cứu liên quan như du lịch chánh niệm, du lịch chữa lành, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch chuyển hóa, tâm lý học tích cực và tính xác thực hiện sinh. Nghiên cứu này đề xuất khái niệm du lịch hướng nội với sáu hợp phần: tự nhận thức, chánh niệm, khám phá giá trị sống, chữa lành và tái tạo, ý nghĩa hóa trải nghiệm, cùng siêu vượt bản thân và kết nối liên chủ thể. Đây là một tiếp cận lý thuyết mới nhằm lý giải sự chuyển dịch từ du lịch hướng ngoại, tiêu dùng trải nghiệm sang những hành trình giúp con người lắng nghe bản thân, nhận diện cảm xúc, tái cấu trúc giá trị sống và tìm kiếm sự quân bình tinh thần. Bài báo qua đó mở rộng cách hiểu về du lịch như một không - thời gian nhân bản cho sự tự phản tỉnh, hạnh phúc dựa trên ý nghĩa và phát triển bản thân.

Từ khóa: chánh niệm, chữa lành, du lịch hướng nội, hạnh phúc dựa trên ý nghĩa, ý nghĩa hóa trải nghiệm.

Chỉ số phân loại: 5.1, 5.2, 5.4

Inner tourism: A preliminary proposal

Tuyen Tran*

University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi Minh City, 10-12 Dinh Tien Hoang Street, Sai Gon Ward, Ho Chi Minh City, Vietnam

Abstract:

In contemporary society, marked by deep uncertainty, psychological pressure, social acceleration, and growing crises of meaning, tourism is increasingly moving

*Email: tuyentran@hcmussh.edu.vn

beyond its conventional recreational function to become a space for restoration, self-awareness, and inner reconnection. Drawing on conceptual analysis, interpretive reasoning, and a synthesis of secondary literature, this article engages with related research streams, including mindful tourism, healing tourism, wellness tourism, transformative tourism, positive psychology, and existential authenticity. It proposes the concept of inner tourism, comprising six components: self-awareness, secular mindfulness, value exploration, healing and restoration, meaning-making, and self-transcendence and relational connectedness. Inner tourism is advanced as a new theoretical approach to explain the ongoing shift from outward-oriented travel and experiential consumption toward journeys that enable individuals to listen to themselves, recognize their emotional states, reflect on unresolved inner tensions, reconstruct life values, and seek psychological balance. Rather than treating tourism merely as movement across places or consumption of destination experiences, this article reframes travel as a reflective condition through which individuals can temporarily step outside everyday routines and re-engage with their inner life. In doing so, the article extends the understanding of tourism as a humanistic time-space for self-reflection, meaning-based well-being, emotional restoration, and personal growth.

Keywords: eudaimonic well-being, healing, inner tourism, meaning-making, mindfulness.

Classification numbers: 5.1, 5.2, 5.4

1. Mở đầu

Trong những thập niên gần đây, du lịch toàn cầu đang dịch chuyển từ các hành trình tiêu dùng và giải trí thuần túy sang những trải nghiệm chú trọng hơn đến phục hồi, cân bằng, chuyển hóa và chăm sóc sức khỏe thể chất, tinh thần [1-4]. Sự phát triển của du lịch chậm, du lịch chữa lành, du lịch chánh niệm, du lịch chăm sóc sức khỏe và du lịch chuyển hóa không chỉ phản ánh sự mở rộng của thị trường du lịch chuyên biệt, mà còn cho thấy những biến đổi sâu hơn trong nhu cầu của du khách đương đại. Trong bối cảnh áp lực công việc, nhịp sống số, sự phân tán chú ý và bất an hiện sinh ngày càng gia tăng, các mô hình du lịch đại chúng dần bộc lộ giới hạn trong việc đáp ứng nhu cầu tinh thần, cảm xúc và tìm kiếm ý nghĩa của du khách [5, 6].

Các nghiên cứu gần đây cho thấy nhiều du khách bắt đầu chuyển đi với áp lực tâm lý, khủng hoảng hiện sinh và tổn thương tinh thần [7, 8]. Vì vậy, trải nghiệm giải trí hay tiêu dùng vật chất không còn đủ để tạo ra hạnh phúc dựa trên ý nghĩa (eudaimonic well-being). Sự tăng trưởng nhanh của du lịch chăm sóc sức khỏe toàn cầu cho thấy nhu

cầu về các hành trình suy nghiệm, chữa lành và tái kết nối với bản thân không chỉ là xu hướng nhất thời, mà là một chuyển dịch đáng kể trong hành vi du lịch [9]. Xu hướng này gắn với bối cảnh xã hội rộng hơn, nơi con người đối diện với khủng hoảng giá trị, lối sống số và các vấn đề sức khỏe tâm thần ngày càng phổ biến [6, 10-12]. Khi đó, nhu cầu “quay về với chính mình” trở thành một định hướng đáng chú ý, thể hiện qua mong muốn lắng nghe bản thân, suy ngẫm về giá trị sống và tái thiết lập kết nối với chiều sâu nội tâm [13-15].

Từ bối cảnh này, bài báo này đề xuất khái niệm du lịch hướng nội (*inner tourism*) như một tiếp cận lý thuyết nhằm lý giải sự dịch chuyển trong động cơ du lịch: từ nghỉ ngơi, giải trí và tiêu dùng trải nghiệm sang tự nhận thức, suy nghiệm, chữa lành và tái kiến tạo ý nghĩa sống. Thay vì xem du lịch chủ yếu như một hành vi hướng ngoại, bài báo đặt trọng tâm vào chiều kích nội tâm của chủ thể du lịch, nơi sự dịch chuyển không - thời gian tạo điều kiện để con người lắng nghe đời sống bên trong, nhận diện cảm xúc và tái lập quan hệ với bản thân, người khác, điểm đến và thế giới.

Đóng góp của bài báo thể hiện ở ba điểm. Thứ nhất, bài báo làm rõ ranh giới của du lịch hướng nội so với du lịch chánh niệm, du lịch chữa lành và du lịch chuyển hóa, qua đó hạn chế sự chồng lấn thuật ngữ trong diễn ngôn học thuật. Thứ hai, bài báo đề xuất sáu hợp phần nền tảng của du lịch hướng nội. Thứ ba, bài báo gợi mở một hướng nghiên cứu và thiết kế trải nghiệm mới, trong đó du lịch được hiểu như một không - thời gian nhân bản hỗ trợ hạnh phúc dựa trên ý nghĩa, năng lực tự phản tỉnh và sự quân bình nội tâm.

2. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Bài báo này được triển khai như một nghiên cứu khái niệm. Phương pháp tiếp cận chủ yếu là nghiên cứu tài liệu thứ cấp, phân tích khái niệm dựa trên việc tổng hợp và đối chiếu các công trình học thuật hiện có trong lĩnh vực du lịch, tâm lý học, xã hội học, nhân học và các nghiên cứu liên ngành liên quan. Dữ liệu nghiên cứu thứ cấp được thu thập từ các nguồn học thuật uy tín, có bình duyệt (bao gồm Scopus và Web of Science) cùng với một số văn bản chính sách và nghiên cứu thực tiễn xu hướng phát triển ngành du lịch trên thế giới và tại Việt Nam trong giai đoạn 2020-2025. Trọng tâm không nằm ở việc kiểm chứng một mô hình cụ thể, mà nhằm phác thảo một khung khái niệm mới dựa trên lập luận có cơ sở và phân tích bối cảnh.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Cơ sở đề xuất

3.1.1. Cơ sở lý thuyết

Việc đề xuất khái niệm du lịch hướng nội (*inner tourism*) được đặt trên một nền tảng lý thuyết liên ngành, kết hợp các tiếp cận về nhu cầu con người, hạnh phúc, chánh

niệm, tính chân thực hiện sinh và cơ chế đắm chìm trong trải nghiệm. Trước hết, tháp nhu cầu Maslow gợi ý rằng du khách hiện đại không chỉ tìm kiếm nghỉ ngơi hay giải trí, mà ngày càng hướng đến các nhu cầu cao hơn như tự hiện thực hóa bản thân (self-actualization) và siêu việt (transcendence) [16]. Với tư cách là một sự dịch chuyển tạm thời khỏi đời sống thường nhật, du lịch tạo ra điều kiện để cá nhân bước ra khỏi các khuôn mẫu quen thuộc, quay về quan sát bản thân và tìm kiếm ý nghĩa sống. Theo nghĩa đó, du lịch hướng nội có thể được xem là một biểu hiện của nhu cầu phát triển bản thân và vượt lên cái tôi giới hạn để kết nối với những giá trị rộng lớn hơn.

Thứ hai, tâm lý học tích cực giúp lý giải vì sao du khách không chỉ tìm kiếm hạnh phúc khoái lạc (hedonia) mà còn hướng đến hạnh phúc dựa trên ý nghĩa (eudaimonia) [17, 18]. Trong khi hedonia nhấn mạnh sự thoải mái, thư giãn và thỏa mãn nhất thời, eudaimonia gắn với ý nghĩa sống, phát triển cá nhân, tự chủ và cảm giác sống có mục đích. Mô hình PERMA cũng cho thấy du lịch hướng nội có thể nuôi dưỡng cảm xúc tích cực, sự gắn kết, quan hệ, ý nghĩa và thành tựu cá nhân, qua đó góp phần hình thành trạng thái hạnh phúc bền vững hơn [17, 19, 20].

Thứ ba, chánh niệm cung cấp cơ chế thực hành để du khách chuyển sự chú ý từ bên ngoài vào bên trong. Các thực hành như thở chánh niệm, quan sát thân-tâm, đi chậm, lắng nghe sâu hoặc tiếp xúc tinh thức với cảnh quan giúp du khách nhận diện rõ trạng thái hiện tại và thiết lập lại quan hệ với bản thân [13, 21, 22]. Thứ tư, lý thuyết hiện sinh trong du lịch nhấn mạnh nhu cầu vượt qua sự vô nghĩa, khủng hoảng bản sắc và cảm giác tách rời khỏi cái tôi đích thực [23, 24]. Du lịch hướng nội kế thừa hướng tiếp cận này khi xem hành trình là không gian để con người sống chân thực hơn với chính mình. Cuối cùng, lý thuyết dòng chảy (flow theory) làm rõ cơ chế đắm chìm tích cực trong các hoạt động có ý nghĩa, nơi du khách đạt trạng thái tập trung, hiện diện và kết nối sâu với trải nghiệm [25]. Tổng hợp các nền tảng trên, du lịch hướng nội được xác lập như một khung lý thuyết nhằm lý giải cách hành trình du lịch có thể trở thành tiến trình tự nhận thức, chữa lành, ý nghĩa hóa và phát triển bản thân.

3.1.2. Cơ sở thực tiễn

Theo cách hiểu phổ biến, du lịch là hoạt động rời khỏi nơi cư trú thường xuyên trong một khoảng thời gian nhất định nhằm đáp ứng nhu cầu trải nghiệm, khám phá, nghỉ ngơi và tái tạo năng lượng sống [26]. Tuy nhiên, trong bối cảnh xã hội đương đại, chức năng của du lịch đang mở rộng đáng kể. Đặc biệt sau đại dịch COVID-19, những tổn thương về thể chất, tinh thần và cảm xúc, cùng với áp lực từ lối sống hiện đại, đã làm thay đổi động cơ và kỳ vọng của du khách. Nhu cầu du lịch không còn dừng lại ở nghỉ ngơi hay tiêu dùng trải nghiệm, mà ngày càng hướng đến bình an nội tâm, sức khỏe toàn diện và sự quân bình tinh thần [13, 27].

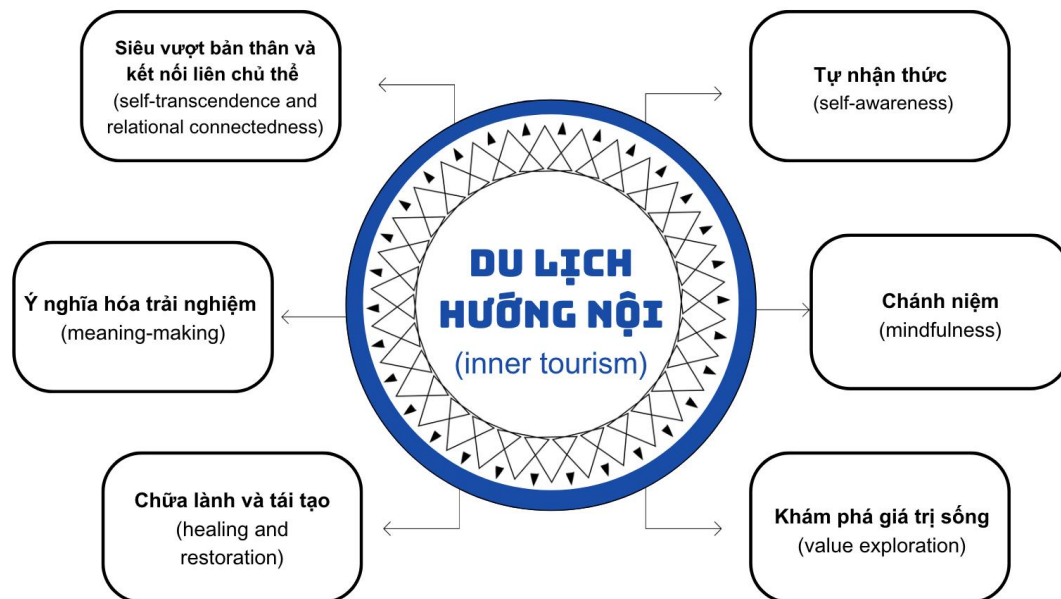
Sự nổi lên của các hình thức như du lịch chậm, du lịch chữa lành, du lịch chánh niệm và du lịch chăm sóc sức khỏe cho thấy du khách đang tìm kiếm những hành trình có chiều sâu hơn, nơi họ có thể sống chậm, hiện diện, kết nối với tự nhiên, cộng đồng và chính bản thân mình [5, 6, 28]. Trong khi du lịch đại chúng vẫn giữ vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu giải trí quy mô lớn, hình thức này đôi khi thiên về trải nghiệm hướng ngoại, làm gia tăng sự phân tán chú ý và chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu phục hồi nội tâm của du khách [6, 29, 30]. Vì vậy, du lịch hướng nội được đề xuất không nhằm thay thế du lịch đại chúng, mà bổ sung một chiều kích tâm lý - tinh thần cho hệ sinh thái du lịch hiện đại.

3.2. Đề xuất khái niệm du lịch hướng nội

Dựa vào kết quả nghiên cứu, du lịch hướng nội có thể hiểu như sau:

Du lịch hướng nội (inner tourism) là một định hướng trải nghiệm trong đó du khách chủ động sử dụng sự dịch chuyển không - thời gian như điều kiện để tạm rời khỏi nhịp sống thường nhật, quay về quan sát đời sống nội tâm và tái thiết lập quan hệ với bản thân, người khác, điểm đến và thế giới. Thông qua các trải nghiệm có tính phản tỉnh, chánh niệm, chữa lành và hiện sinh, du khách có thể nhận diện cảm xúc, lắng nghe nhu cầu sâu xa, suy ngẫm về giá trị sống, tái diễn giải kinh nghiệm cá nhân và tìm kiếm sự quân bình tinh thần.

Du lịch hướng nội được cấu thành bởi sáu hợp phần có quan hệ liên kết, phản ánh tiến trình chuyển dịch của du khách từ chú ý hướng ngoại sang tự quan sát, tái diễn giải và mở rộng quan hệ với đời sống (hình 1).



Hình 1. Khung khái niệm du lịch hướng nội. Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả.

Trước hết, tự nhận thức (*self-awareness*) là điểm khởi đầu của hành trình, khi du khách chủ động hướng sự chú ý vào cảm xúc, suy nghĩ, nhu cầu sâu xa, lo âu, mâu thuẫn nội tại và các câu hỏi hiện sinh của chính mình. Hợp phần này giúp phân biệt du lịch hướng nội với các trải nghiệm du lịch thông thường. Nếu du lịch đại chúng thường đặt trọng tâm vào cảnh quan, dịch vụ và hoạt động tiêu dùng, thì du lịch hướng nội bắt đầu từ chính chủ thể du lịch với toàn bộ trạng thái tâm lý và đời sống ý nghĩa của họ.

Thứ hai, chánh niệm (*mindfulness*) giữ vai trò như cơ chế nhận thức nền, giúp du khách duy trì sự hiện diện và nhận biết rõ những gì đang diễn ra trong mối quan hệ giữa thân thể, tâm trí và môi trường. Trong cách tiếp cận này, chánh niệm không nhất thiết gắn với tôn giáo hay thiền định chuyên biệt, mà được hiểu như năng lực chú tâm: quan sát hiện tại một cách tỉnh thức, không vội phán xét và không bị cuốn theo sự phân tán bên ngoài. Nhờ đó, du khách có thể chuyển từ trạng thái tiêu dùng trải nghiệm sang trạng thái sống sâu với trải nghiệm.

Thứ ba, khám phá giá trị sống (*value exploration*) diễn ra khi du khách suy ngẫm về những điều quan trọng, những mục tiêu từng bị lãng quên hoặc những mâu thuẫn giữa đời sống hiện tại và khát vọng sâu xa. Sự rời khỏi môi trường quen thuộc tạo ra khoảng cách phản tỉnh, giúp cá nhân nhìn lại các thói quen, lựa chọn và định hướng sống từ một điểm nhìn mới. Thứ tư, chữa lành và tái tạo (*healing and restoration*) thể hiện chiều kích phục hồi của du lịch hướng nội. Chữa lành ở đây không chỉ là xử lý một tổn thương cụ thể, mà còn là quá trình làm dịu tâm trí, giải phóng căng thẳng, tái tạo năng lượng tinh thần và khôi phục cảm giác quân bình nội tâm.

Thứ tư, ý nghĩa hóa trải nghiệm (*meaning-making*) là hợp phần then chốt giúp chuyển hóa trải nghiệm du lịch thành một phần của đời sống cá nhân. Du khách không chỉ đi qua một nơi chốn hay tham gia một hoạt động, mà còn diễn giải điều đã trải qua thành bài học, điểm tựa cảm xúc hoặc sự thức nhận mới về bản thân. Cuối cùng, siêu vượt bản thân và kết nối liên chủ thể (*self-transcendence and relational connectedness*) giúp du lịch hướng nội vượt khỏi giới hạn của một hành trình tự chữa lành cá nhân. Khi hiểu rõ hơn về bản thân, du khách cũng có thể nhận ra sự liên thuộc giữa mình với người khác, cộng đồng, thiên nhiên, điểm đến và thế giới rộng lớn hơn. Vì vậy, hành trình quay vào bên trong không kết thúc ở cái tôi cá nhân, mà mở ra khả năng hiện diện trong thế giới một cách tỉnh thức, hài hòa và có trách nhiệm hơn.

Du lịch hướng nội có liên hệ gần gũi với du lịch chánh niệm, du lịch chữa lành và du lịch chuyển hóa, nhưng không đồng nhất với các loại hình này (bảng 1).

Bảng 1. Phân biệt du lịch hướng nội với một số loại hình có liên quan.

Đặc điểm	Du lịch hướng nội (inner tourism)	Du lịch chánh niệm (mindful tourism)	Du lịch chữa lành (healing/retreat tourism)	Du lịch chuyển hóa (transformative tourism)
Trọng tâm	Tự nhận thức, khám phá bản thể	Tỉnh thức trong hiện tại	Phục hồi cảm xúc/sức khỏe	Thay đổi nhận thức/lối sống
Mục tiêu	Quay về với chính mình, nhận diện giá trị sống	Hiện diện, quan sát thân-tâm	Giảm đau khổ, tái lập quân bình	Thoát khỏi giới hạn cũ
Phương pháp	Viết phản tỉnh, sống chậm, lắng nghe sâu, đối thoại nội tâm, kết nối với thiên nhiên và cộng đồng	Quan sát hơi thở, bước chân, ăn uống có chánh niệm	Trị liệu tự nhiên, nghỉ dưỡng, tĩnh tâm	Hoạt động kích thích thay đổi sâu (coaching, challenge, nature immersion)
Tính chủ động	Cao - hành trình tự khám phá	Trung bình - thường theo hướng dẫn	Thấp đến trung bình - thường do chuyên gia hỗ trợ	Cao, nhưng mang tính đột phá
Tính bền vững	Hướng tới thực hành lâu dài	Dựa vào thực hành thường xuyên	Ngắn hạn nếu không duy trì	Có thể dài hạn nếu được củng cố

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả.

Du lịch chánh niệm chủ yếu nhấn mạnh sự hiện diện có chủ đích trong từng khoảnh khắc của hành trình; trong khi đó, chánh niệm chỉ là một hợp phần của du lịch hướng nội, đóng vai trò như cơ chế giúp du khách chuyển sự chú ý vào đời sống bên trong. Du lịch chữa lành tập trung vào phục hồi cảm xúc, sức khỏe tinh thần và thể chất, thường thông qua các dịch vụ chuyên biệt như nghỉ dưỡng, yoga, spa hoặc trị liệu tự nhiên; ngược lại, du lịch hướng nội không nhất thiết phụ thuộc vào dịch vụ hỗ trợ, mà đề cao năng lực tự quan sát, tự diễn giải và tự tái cân bằng. Du lịch chuyển hóa thường gắn với những trải nghiệm tạo thay đổi mạnh về nhận thức hoặc lối sống; còn du lịch hướng nội coi trọng quá trình lắng đọng, liên tục và bền vững của tự nhận thức.

3.3. Thực hành du lịch hướng nội

Thực hành du lịch hướng nội là các phương thức tổ chức trải nghiệm giúp du khách tạm rời khỏi nhịp sống thường nhật, chuyển sự chú ý từ bên ngoài vào bên trong, quan sát trạng thái thân - tâm - trí và tái thiết lập quan hệ với bản thân, người khác, điểm đến và thế giới. Trước chuyến đi, du khách cần được gợi mở để xác lập ý định cá nhân thông qua các câu hỏi phản tỉnh như: mình đang cần điều gì, muốn buông xuống điều

gì, hoặc hy vọng hiểu rõ hơn điều gì về bản thân. Việc này giúp chuyển đi vượt khỏi tính ngẫu hứng tiêu dùng và trở thành một hành trình có chủ đích.

Trong chuyến đi, thực hành cốt lõi là hiện diện trọn vẹn tại điểm đến thông qua những hành vi giản dị như đi chậm, ăn chậm, tạm rời khỏi thiết bị số, quan sát cảnh quan bằng nhiều giác quan, lắng nghe môi trường hoặc ghi nhận cảm xúc phát sinh. Bên cạnh đó, lắng nghe sâu, đối thoại tỉnh thức và tương tác với cư dân địa phương giúp du khách nhận ra các khuôn mẫu phản ứng, giới hạn cảm xúc và nhu cầu chưa được gọi tên. Khi tham gia vào nhịp sống nơi đến qua đi bộ chậm, làm vườn, nghề thủ công hoặc hoạt động cộng đồng, du khách không chỉ hiểu bản thân sâu hơn, mà còn nhận thức rõ hơn về sự gắn kết với cộng đồng, thiên nhiên và thế giới.

4. Bàn luận và hàm ý

4.1. Đóng góp lý thuyết

Bài báo có ba đóng góp lý thuyết chính. Thứ nhất, bài báo xác lập du lịch hướng nội như một khái niệm có ranh giới riêng trong nghiên cứu du lịch, phân biệt với du lịch chánh niệm, du lịch chữa lành và du lịch chuyên hóa. Nếu các tiếp cận hiện có thường nhấn mạnh một chiều kích riêng lẻ như hiện diện, phục hồi hoặc thay đổi nhận thức, thì du lịch hướng nội đặt trọng tâm vào tiến trình tự quan sát và tái lập quan hệ giữa bản thân với thế giới. Thứ hai, bài báo đề xuất sáu hợp phần cấu thành du lịch hướng nội, gồm tự nhận thức, chánh niệm, khám phá giá trị sống, chữa lành và tái tạo, ý nghĩa hóa trải nghiệm, cùng siêu vượt bản thân và kết nối liên chủ thể. Thứ ba, bài báo mở rộng diễn ngôn du lịch từ logic tiêu dùng trải nghiệm sang logic nhân bản, trong đó du lịch được hiểu như một không - thời gian hỗ trợ tự phản tỉnh, hạnh phúc dựa trên ý nghĩa và phát triển bản thân.

4.2. Hàm ý thực tiễn

Bài báo gợi mở ba hàm ý thực tiễn cho các bên liên quan. Thứ nhất, đối với doanh nghiệp lữ hành, du lịch hướng nội cần được thiết kế như các hành trình quy mô nhỏ, nhịp độ chậm, ít di chuyển dày đặc và có thời gian cho tự phản tỉnh. Các hoạt động như đi chậm, viết nhật ký, lắng nghe sâu, tương tác với thiên nhiên và cộng đồng có thể giúp du khách chuyển từ tiêu dùng trải nghiệm sang sống sâu với trải nghiệm. Thứ hai, đối với cơ sở lưu trú và điểm đến, cần phát triển các không gian yên tĩnh, an toàn tâm lý, ít nhiễu động và có khả năng hỗ trợ phục hồi cảm xúc. Thứ ba, đối với nhà quản lý du lịch, du lịch hướng nội có thể trở thành định hướng bổ sung cho chiến lược phát triển du lịch bền vững, giúp đa dạng hóa sản phẩm, giảm áp lực du lịch đại chúng và định vị điểm đến theo hướng nhân bản, chăm sóc sức khỏe tinh thần và phát triển con người.

4.3. Hạn chế và nghiên cứu tương lai

Bài báo vẫn có một số hạn chế. Trước hết, đây là nghiên cứu lý thuyết dựa trên phân tích khái niệm và tổng hợp tài liệu thứ cấp, chưa sử dụng dữ liệu sơ cấp từ du khách, doanh nghiệp hay nhà quản lý điểm đến. Do đó, các hợp phần của du lịch hướng nội mới dừng ở mức đề xuất khái niệm, cần được kiểm định thêm trong các bối cảnh thực nghiệm. Thứ hai, bài báo chưa xây dựng thang đo cụ thể để đánh giá mức độ hướng nội trong trải nghiệm du lịch. Các nghiên cứu tương lai có thể phát triển thang đo du lịch hướng nội, kiểm định mối quan hệ giữa tự nhận thức, chánh niệm, ý nghĩa hóa trải nghiệm, hạnh phúc dựa trên ý nghĩa và ý định quay lại điểm đến. Thứ ba, các nghiên cứu định tính, hiện tượng học hoặc tự dân tộc học có thể được triển khai tại Việt Nam để làm rõ cách du khách thật sự trải nghiệm, diễn giải và tích hợp hành trình hướng nội vào đời sống sau chuyến đi.

5. Kết luận

Bài báo này đề xuất khái niệm du lịch hướng nội như một tiếp cận mới trong nghiên cứu và thiết kế trải nghiệm du lịch, đặt nền tảng trên sự kết nối giữa tâm lý học tích cực, chánh niệm, các xu hướng du lịch phục hồi và nhu cầu sống có ý nghĩa trong xã hội đương đại. Trong bối cảnh con người ngày càng đối diện với căng thẳng hiện sinh, khủng hoảng giá trị và sự phân tán tinh thần, du lịch không chỉ còn là hoạt động nghỉ ngơi hay tiêu dùng trải nghiệm, mà có thể trở thành một không - thời gian nhân bản giúp du khách quay về với bản thân, thực hành tự nhận thức và tái lập quan hệ với thế giới một cách tỉnh thức. Việc đề xuất các hợp phần, kỹ thuật thực hành và cơ chế vận hành cho thấy tiềm năng ứng dụng của tiếp cận này trong phát triển sản phẩm, thiết kế điểm đến và chăm sóc sức khỏe tinh thần. *Du lịch hướng nội chỉ ra rằng, hành trình xa nhất của con người không phải là đi đến một miền đất lạ, mà là đi đủ sâu vào chính mình để khi trở lại với thế giới, ta có thể sống tỉnh thức hơn, hiền hòa hơn và nhân bản hơn.*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] E. Balaban, K. Keller (2024), “A systematic literature review of slow tourism”, *Hungarian Geographical Bulletin*, **73(3)**, pp.303-323, DOI: 10.15201/HUNGEOBULL.73.3.6.

[2] B.L. Chua, S. Kim, E.S.W. Ling, et al. (2024), “Wellness tourism destination loyalty formation: The role of mental health and eudaimonic well-being”, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, **8(3)**, pp.1049-1072, DOI: 10.1108/JHTI-06-2024-0551.

- [3] A.K. Dillette, A.C. Douglas, C. Andrzejewski (2019), “Yoga tourism—a catalyst for transformation?”, *Annals of Leisure Research*, **22(1)**, pp.22-41, DOI: 10.1080/11745398.2018.1459195.
- [4] J. Wu, J. Tang, E. Agyeiwaah (2023), “‘I had more time to listen to my inner voice’: Zen meditation tourism for Generation Z”, *Tourist Studies*, **23(4)**, pp.293-314, DOI: 10.1177/14687976231189833.
- [5] H. Oh, A.G. Assaf, S. Baloglu (2014), “Motivations and goals of slow tourism”, *Journal of Travel Research*, **55(2)**, pp.205-219, DOI: 10.1177/0047287514546228.
- [6] A. Klarin, E. Park, Q. Xiao, et al. (2023), “Time to transform the way we travel?: A conceptual framework for slow tourism and travel research”, *Tourism Management Perspectives*, **46**, DOI: 10.1016/j.tmp.2023.101100.
- [7] S.M.C. Loureiro, N. Stylos, F.J. Miranda (2020), “Exploring how mindfulness may enhance perceived value of travel experience”, *Service Industries Journal*, **40(11-12)**, pp.800-824, DOI: 10.1080/02642069.2019.1600672.
- [8] L.I.L. Chen, N. Scott, P. Benckendorff (2017), “Mindful tourist experiences: A Buddhist perspective”, *Annals of Tourism Research*, **64**, pp.1-12, DOI: 10.1016/j.annals.2017.01.013.
- [9] B. McGroarty (2024), *A Decade of Wellness Tourism: First-Ever Compilation of 10+ Years of Market Data*, Global Wellness Institute, 234pp.
- [10] Y.C. Wang, P.J. Chen, H. Shi, et al. (2021), “Travel for mindfulness through Zen retreat experience: A case study at Donghua Zen Temple”, *Tourism Management*, **83**, DOI: 10.1016/j.tourman.2020.104211.
- [11] J.J. McGrath, A.A. Hamzawi, J. Alonso, et al. (2023), “Age of onset and cumulative risk of mental disorders: A cross-national analysis of population surveys from 29 countries”, *The Lancet Psychiatry*, **10(9)**, pp.668-681, DOI: 10.1016/S2215-0366(23)00193-1.
- [12] U. Stankov, V. Filimonau, M.D. Vujičić (2020), “A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world”, *Tourism Geographies*, **22(3)**, pp.703-712, DOI: 10.1080/14616688.2020.1768432.
- [13] T.N. Hanh (2011), *Awakening of The Heart: Essential Buddhist Sutras and Commentaries*, Parallax Press, 544pp.

- [14] C. Kelly (2012), “Wellness tourism: Retreat visitor motivations and experiences”, *Tourism Recreation Research*, **37(3)**, pp.205-213, DOI: 10.1080/02508281.2012.11081709.
- [15] C. Kelly, M.K. Smith (2016), “Journeys of the self: The need to retreat”, *The Routledge Handbook of Health Tourism*, pp.166-179, DOI: 10.4324/9781315693774-25.
- [16] G. Moscardo, G. Dann, B. McKercher (2014), “Do tourists travel for the discovery of ‘self’ or search for the ‘other’?”, *Tourism Recreation Research*, **39(1)**, pp.81-106, DOI: 10.1080/02508281.2014.11081328.
- [17] M.E.P. Seligman (2011), *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being*, Free Press, 368pp.
- [18] K. Seaborn, P. Pennefather, D.I. Fels (2020), “Eudaimonia and hedonia in the design and evaluation of a cooperative game for psychosocial well-being”, *Human-Computer Interaction*, **35(4)**, pp.289-337, DOI: 10.1080/07370024.2018.1555481.
- [19] G. Rossetti, A. Jepson, V.E. Albanese (2024), “Food festivals and well-being: Extending the PERMA model”, *Annals of Tourism Research*, **107**, DOI: 10.1016/j.annals.2024.103772.
- [20] J. Mendes, T. Medeiros, O. Silva, et al. (2022), “PERMA model of well-being applied to Portuguese senior tourists: A confirmatory factor analysis”, *Sustainability*, **14(13)**, DOI: 10.3390/su14137538.
- [21] L.H. Ling (2022), “Mindfulness and motivation in self-transformation: Thich Nhat Hanh’s teachings on the interbeing”, *Manusya: Journal of Humanities*, **24(3)**, pp.334-354, DOI: 10.1163/26659077-24030004.
- [22] T.N. Hanh (2010), *Peace is Every Step: The Path of Mindfulness in Everyday Life*, Random House, 157pp.
- [23] C.J. Steiner, Y. Reisinger (2006), “Understanding existential authenticity”, *Annals of Tourism Research*, **33(2)**, pp.299-318, DOI: 10.1016/j.annals.2005.08.002.
- [24] R.J. Shepherd (2015), “Why Heidegger did not travel: Existential angst, authenticity, and tourist experiences”, *Annals of Tourism Research*, **52**, pp.60-71, DOI: 10.1016/j.annals.2015.02.018.
- [25] M. Csikszentmihalyi (1990), *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, Harper & Row, 314pp.

[26] D.T. Tran, H.L. Pham, H.L. Vu, et al. (2022), *Introduction to Tourism*, Vietnam National University Press, Hanoi, 443pp (in Vietnamese).

[27] T. Jiang, C. Ryan, C. Zhang (2018), “The spiritual or secular tourist? The experience of Zen meditation in Chinese temples”, *Tourism Management*, **65**, pp.187-199, DOI: 10.1016/j.tourman.2017.10.008.

[28] E. Frauman, W.C. Norman (2004), “Mindfulness as a tool for managing visitors to tourism destinations”, *Journal of Travel Research*, **42(4)**, pp.381-389, DOI: 10.1177/0047287504263033.

[29] A. Norman, J.J. Pokorny (2017), “Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions”, *Tourism Management Perspectives*, **24**, pp.201-207, DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.012.

[30] E.Y. Chan (2019), “Mindfulness promotes sustainable tourism: The case of Uluru”, *Current Issues in Tourism*, **22(13)**, pp.1526-1530, DOI: 10.1080/13683500.2018.1455647.