

ẢNH HƯỞNG CỦA TRẢI NGHIỆM CHUYỂN HOÁ  
ĐẾN BIẾN ĐỔI Ý LỰC TRONG DU LỊCH TÂM LINH  
TẠI VIỆT NAM: VAI TRÒ TRUNG GIAN  
CỦA CHUYỂN HOÁ TỰ THÂN

**Chu Thị Mai Phương**

*Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam*

**Trần Hải Ly**

*Trường Đại học Ngoại thương, Hà Nội, Việt Nam*

**Đặng Trần Việt Hoa<sup>1</sup>**

*Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ SciEco, Hà Nội, Việt Nam*

**Lê Văn Hậu**

*Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Agrikim, Hà Nội, Việt Nam*

**Hoàng Yến Chi**

*Công ty TNHH Interspace Việt Nam, Hà Nội, Việt Nam*

**Nguyễn Tuấn Đạt**

*Công ty Cổ phần Tập đoàn Sunhouse, Hà Nội, Việt Nam*

Ngày nhận: 16/04/2024; Ngày hoàn thành biên tập: 15/09/2024; Ngày duyệt đăng: 03/10/2024

DOI: <https://doi.org/10.38203/jiem.vi.042024.1135>

**Tóm tắt:** Nghiên cứu phân tích ảnh hưởng của trải nghiệm chuyển hoá đến biến đổi ý lực trong bối cảnh du lịch tâm linh tại Việt Nam. Nghiên cứu đồng thời đánh giá vai trò trung gian của chuyển hoá tự thân trong mối quan hệ giữa chuyển hoá tự thân và biến đổi ý lực. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập qua khảo sát trực tuyến với khách hàng Việt Nam đã có trải nghiệm du lịch tâm linh. Mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu từng phần được sử dụng để phân tích số liệu. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng vai trò trung gian một phần của chuyển hoá tự thân được thể hiện trong mối quan hệ giữa trải nghiệm chuyển hoá, thúc đẩy mang tính nhận thức, thúc đẩy mang tính cảm xúc và biến đổi ý lực. Kết quả nghiên cứu gợi mở những hàm ý quản trị quan trọng đối với các nhà quản lý trong việc thúc đẩy du lịch tâm linh thông qua trải nghiệm cũng như kiến tạo những giá trị tốt đẹp.

**Từ khóa:** Trải nghiệm chuyển hoá, Biến đổi ý lực, Chuyển hoá tự thân, Du lịch tâm linh

<sup>1</sup> Tác giả liên hệ, Email: [hoaviet2603@gmail.com](mailto:hoaviet2603@gmail.com)

# THE IMPACT OF TRANSFORMATIVE EXPERIENCES ON CONATIVE CHANGE IN SPIRITUAL TOURISM IN VIETNAM: THE MEDIATING IMPACT OF SELF-CHANGE

**Abstract:** The study analyzes the influence of transformative experiences on conative change in the context of spiritual tourism in Vietnam. The study also evaluates the mediating role of self-change in the relationship between transformative experiences and conative change.. Research data were collected through online surveys with Vietnamese customers who have experienced spiritual tourism. A partial least squares structural equation modeling approach was employed to analyze the data. The findings indicate that the mediating role of self-change is partially manifested in the relationship between transformative experiences, cognitive stimulation, affective stimulation, and conative change. The results of the study suggest managerial implications for enhancing spiritual tourism through experiences and cultivating positive values.

**Keywords:** Transformative Experiences, Conative Change, Self-Change, Spiritual Tourism

---

## 1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, du lịch tâm linh đã trở thành một phần không thể thiếu trong ngành du lịch của Việt Nam, góp phần quan trọng vào sự phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa. Được định nghĩa là một loại hình du lịch dựa trên việc khám phá di sản văn hóa, tôn giáo và tâm linh, du lịch tâm linh đã trở nên quan trọng ở nhiều khu vực của Việt Nam, từ những cao nguyên đá Đồng Văn đến tận đầu mũi Cà Mau (Tạp chí Công Thương, 2021).

Sự phát triển của du lịch tâm linh tại Việt Nam được thúc đẩy bởi một loạt các điểm thu hút đa dạng, phục vụ cho các niềm tin tôn giáo và các thực hành văn hóa khác nhau. Trong bối cảnh này, du lịch tâm linh đã trở thành một xu hướng phát triển đáng chú ý, thu hút sự quan tâm của nhiều du khách trong và ngoài nước (Đình & Trần, 2016).

Đối với người Việt Nam, du lịch tâm linh không chỉ là một hình thức du lịch mà còn là một cách để tìm kiếm sự hài lòng về tinh thần. Loại hình du lịch này tập trung vào việc khám phá những giá trị văn hóa tâm linh, dựa trên những kinh nghiệm đầy ý nghĩa, nhằm thỏa mãn nhu cầu tâm linh của con người trong cuộc sống hiện đại (Dương, 2014). 95% người Việt có đời sống tín ngưỡng, tôn giáo một cách vô thức hoặc chủ động theo đuổi (Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, 2023). Cùng với sự phát triển của du lịch tâm linh, các trải nghiệm chuyển hoá cá nhân đóng vai trò quan trọng trong việc thay đổi ý lực và quan điểm của du khách. Du lịch tâm linh mang lại cơ hội cho du khách cơ hội tự phản chiếu và phát triển cá nhân, mà còn là một cánh cửa cho sự chuyển hoá ý thức và niềm tin (Đình & Trần, 2016; Tasci & Tasci & Godovykh, 2021).

---

Du lịch tâm linh ẩn chứa tiềm năng phát triển lớn mang lại lợi nhuận khổng lồ với hàng chục triệu lượt khách ghé thăm mỗi năm (Tạp chí Công Thương, 2021), nhưng chưa tận dụng được hết nguồn lực trong thu hút lượt khách quốc tế. Việt Nam là một trong những quốc gia đầu tiên khai thác rõ ý nghĩa của du lịch tâm linh và định hướng đến du lịch bền vững (Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, 2013) nhưng số lượng nghiên cứu về vấn đề này còn hạn chế, chỉ đang dừng ở bước xây dựng khung lý thuyết và thực nghiệm cơ bản (Nguyễn, 2022). Chính vì vậy, nghiên cứu này nhằm mục đích nghiên cứu ảnh hưởng của các trải nghiệm chuyển hoá đối với sự phát triển của du lịch tâm linh tại Việt Nam. Bằng cách nghiên cứu vai trò của chuyển hoá tự thân như một quá trình trung gian, nghiên cứu này mong muốn làm sáng tỏ mối quan hệ giữa trải nghiệm cá nhân và sự thay đổi ý lực trong bối cảnh du lịch tâm linh.

Theo định nghĩa của Norman (2013), du lịch tâm linh là việc du khách tìm kiếm lợi ích tinh thần thông qua việc tham gia vào các nghi lễ tín ngưỡng và hoạt động tôn giáo. Không phụ thuộc vào việc có hay không theo đuổi tôn giáo, du khách trải nghiệm môi trường tự nhiên tại điểm đến và tạo liên kết với những thực thể quyền năng trong ngữ cảnh đó (Dương, 2014). Hơn nữa, Việt Nam là một quốc gia đa tôn giáo, đa tín ngưỡng, do đó, việc nghiên cứu bao quát toàn bộ các loại hình du lịch tâm linh sẽ đưa ra góc nhìn đa chiều, từ đó đề xuất hướng phát triển cụ thể cho từng loại hình du lịch tâm linh.

Cấu trúc bài viết gồm 5 phần. Sau phần giới thiệu nghiên cứu, phần 2 thực hiện nghiên cứu tổng quan và cơ sở lý thuyết. Phần 3 trình bày phương pháp nghiên cứu. Kết quả kiểm định mô hình và thảo luận kết quả được đề cập ở phần 4. Cuối cùng, phần 5 trình bày kết luận và đề xuất một số kiến nghị nhằm thúc đẩy du lịch tâm linh tại Việt Nam.

## **2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết**

### **2.1 Tổng quan nghiên cứu**

Kirillova & cộng sự (2017) định nghĩa những trải nghiệm biến đổi là những sự kiện đặc biệt phi thường không chỉ kích hoạt những phản ứng cảm xúc cao độ mà còn dẫn đến sự tự khám phá, đóng vai trò là phương tiện cho những thay đổi sâu sắc bên trong cá nhân và dẫn đến hoạt động tối ưu của con người.

Nguồn gốc của trải nghiệm chuyển hoá có thể bắt nguồn từ lý thuyết học tập biến đổi do Mezirow (1997) đề xuất trong lĩnh vực giáo dục, hàm ý rằng “học tập chuyển đổi đề cập đến một quá trình thay đổi hiệu quả và những thói quen mới về tư duy hoặc quan điểm có thể hình thành trong quá trình này”. Vì vậy, sự thay đổi cá nhân rất quan trọng trong việc chuyển đổi học tập và trải nghiệm chuyển hoá. Một số nghiên cứu cho rằng trải nghiệm chuyển hoá là cốt lõi của nền kinh tế trải nghiệm 3.0, khẳng định rằng người tiêu dùng không chỉ tìm kiếm niềm vui đơn giản (Pine

& Gilmore, 1998) mà còn tìm kiếm ý nghĩa cá nhân và sự tự nhận thức (Kirillova & cộng sự, 2017a). Một trong những công trình quan trọng của Reisinger về du lịch và sự chuyển hoá đã nhấn mạnh rằng giá trị cốt lõi của du lịch nằm ở khả năng tạo cơ hội cho con người khai thác tối đa tiềm năng bản thân, đồng thời khuyến khích họ suy ngẫm về sự thay đổi trong tồn tại của mình (Reisinger, 2013).

Du lịch ảnh hưởng đến bản thân du khách và cả người dân địa phương thông qua việc đồng sáng tạo và trải nghiệm chuyển hoá (Pritchard & cộng sự, 2011). Trải nghiệm chuyển hoá thái độ và hành vi như vậy xảy ra trong suốt hành trình du lịch một cách chủ động và vô thức. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng một số khách du lịch tỏ ra quan tâm nhiều hơn đến các vấn đề môi trường và động vật trong cuộc sống hàng ngày của họ sau khi đến thăm các điểm tham quan động vật hoang dã (Ballantyne & cộng sự, 2018). Tương tự, du khách tham gia du lịch nông thôn hoặc nông nghiệp có xu hướng mua các sản phẩm từ điểm đến để sử dụng trong cuộc sống hàng ngày và thậm chí sẵn sàng chi trả cao hơn cho dịch vụ này (Brune & cộng sự, 2020). Các nghiên cứu trên mô tả một số quá trình trải nghiệm được cá nhân hóa trong đó khách du lịch phản ánh và điều chỉnh quan điểm, thái độ, lối sống hoặc hành vi vốn từng được coi là hiển nhiên (Soularđ & cộng sự, 2020). Trong trường hợp này, trải nghiệm được coi là trải nghiệm chuyển hoá.

Ý lực bao gồm động lực thúc đẩy, mong muốn cá nhân và nỗ lực phấn đấu có mục đích (Kurczewska & cộng sự, 2017). Nó liên quan đến quá trình tinh thần hỗ trợ sự phát triển của sinh vật. Ý lực được chia thành 2 thành phần là động lực và ý chí. Theo Ruohotie & Koiranen (2000), động lực bao gồm nhiều yếu tố, chẳng hạn như định hướng mục tiêu bên trong và bên ngoài, nỗi sợ thất bại, nhu cầu đạt thành tích, lòng tự trọng, niềm tin vào khả năng cũng như triển vọng của bản thân. Ý chí đòi hỏi sự kiên trì, ham học hỏi, nỗ lực cố gắng, chánh niệm trong học tập, cùng với các quy trình đánh giá và điều chỉnh nội tại và nhiều chiến lược kiểm soát khác. Động lực thúc đẩy các quá trình ý chí hình thành nên mục tiêu, nhưng ý chí lại điều hướng việc thiết lập các mục tiêu rõ ràng, cũng như đưa ra và thực hiện các quyết định liên quan đến chúng. Cấu trúc liên tục này bao gồm cả định hướng đối với người khác và chính bản thân. Như vậy, khái niệm về sự biến đổi ý lực bao gồm sự thay đổi trong cả ba thành tố: động lực thúc đẩy, mong muốn cá nhân và nỗ lực phấn đấu có mục đích. Nhìn chung, các nghiên cứu về du lịch nói chung từ trước đến nay chủ yếu tập trung vào sự phát triển ở cấp độ ngành (Tasci & Godovykh, 2021), trong đó các nghiên cứu chủ yếu xem xét sự thành công ở cấp độ ngành thông qua các thước đo về thái độ và hành vi của người liên quan. Trước sự xuất hiện của phát triển du lịch bền vững với cách tiếp cận toàn diện hơn đối với tất cả các khía cạnh và các bên liên quan trong ngành, các nghiên cứu hiện nay tập trung nhằm hướng tới sự phát triển của doanh nghiệp (Tasci & Godovykh, 2021). Chhabra (2021) đã trình bày một quan điểm mang tính biến đổi về du lịch và cho rằng trọng tâm của nghiên cứu du lịch nên chuyển từ điều tra trải nghiệm du lịch liên quan đến sự hài

lòng về du lịch, lòng trung thành với du lịch hoặc ý định hành vi sang các kết quả liên quan đến hạnh phúc thực sự, hiện thực hóa và bản thân.

Cho đến gần đây, trọng tâm nghiên cứu đã dần dịch chuyển chậm hướng tới sự lành mạnh của cá nhân và xã hội, dẫn đến các khái niệm như hạnh phúc (Knobloch & cộng sự, 2017) và sự biến đổi (Bruner, 1991). Dựa trên cơ sở lý luận của họ về tâm lý học tích cực, các nhà nghiên cứu kêu gọi nghiên cứu và thực hành du lịch để tạo ra những trải nghiệm du lịch mang tính biến đổi, không mang tính vị lợi hay khoái lạc mà là hướng đến nội tâm và các định hướng khác cho sự chuyển đổi tiềm năng, hạnh phúc (Kirillova & cộng sự, 2017a, 2017b).

Chuyển hóa tự thân, hay sự thay đổi sâu sắc bên trong cá nhân, đóng vai trò quan trọng như một biến trung gian trong các trải nghiệm chuyển hóa. Theo Kirillova & cộng sự (2017), các trải nghiệm chuyển hóa không chỉ kích hoạt các phản ứng cảm xúc mạnh mẽ mà còn dẫn đến sự tự khám phá và thay đổi sâu sắc trong cá nhân, từ đó thúc đẩy hành vi và ý thức mới. Mezirow (1997) đã nhấn mạnh rằng học tập chuyển đổi, một khái niệm liên quan đến sự thay đổi trong tư duy và quan điểm, là một phần thiết yếu trong quá trình phát triển cá nhân. Trong bối cảnh du lịch, Tasci & cộng sự (2021) đã chỉ ra rằng chuyển hóa tự thân là yếu tố then chốt để hiểu rõ hơn sự biến đổi tâm lý của du khách sau những trải nghiệm du lịch, đặc biệt là trong các hành trình có tính chất tâm linh. Chuyển hóa tự thân trong du lịch tâm linh có thể được coi là kết quả của việc cá nhân đối diện và suy ngẫm về bản thân trong các tình huống và trải nghiệm mới, từ đó dẫn đến sự điều chỉnh về thái độ, hành vi và lối sống. Pritchard & cộng sự (2011) đã chỉ ra rằng du lịch có thể tác động mạnh mẽ đến sự tự nhận thức và thái độ của cá nhân thông qua quá trình đồng sáng tạo và trải nghiệm, dẫn đến các thay đổi lâu dài trong hành vi và quan điểm của họ. Vì vậy, vai trò của chuyển hóa tự thân như một biến trung gian là không thể bỏ qua, khi nó là cầu nối giữa các yếu tố kích thích nhận thức và cảm xúc với sự biến đổi ý thức cá nhân (Ballantyne & cộng sự, 2018; Brune & cộng sự, 2020; Tasci & cộng sự, 2021).

## **2.2 Cơ sở lý thuyết**

Lý thuyết S-O-R (Stimulus-Organism-Response) là một trong những lý thuyết quan trọng trong lĩnh vực tâm lý học và quản lý, nhấn mạnh vào mối quan hệ giữa các yếu tố kích thích (stimulus), cơ thể (organism) và phản ứng (response) của con người trong quá trình đánh giá và ứng xử; được phát triển bởi Zajonc (1960) và sau đó được mở rộng bởi Folkman & Lazarus (1980). Theo lý thuyết S-O-R, con người không chỉ đơn thuần đón nhận thông tin từ môi trường xung quanh mà còn tiến hành một loạt các quá trình tâm lý phức tạp để đánh giá và phản ứng với các yếu tố này. Theo Zajonc (1960), các yếu tố kích thích (stimulus) từ môi trường bao gồm mọi thứ từ âm nhạc, hình ảnh, ngôn từ cho đến môi trường vật lý như ánh sáng và màu sắc. Những yếu tố này kích thích các quá trình tâm trí của con người, gây ra các phản ứng tâm lý và sinh lý. Trong khi đó, cơ thể của con người (organism) bao

gồm những yếu tố như trạng thái, tâm trạng, kỹ năng, kiến thức, giá trị và niềm tin. Cơ thể của mỗi người sẽ phản ứng khác nhau với các yếu tố kích thích dựa trên các yếu tố này (Folkman & Lazarus, 1980). Phản ứng (response) của con người là kết quả của việc đánh giá và tiếp nhận các yếu tố kích thích thông qua lăng kính của cơ thể. Phản ứng này có thể bao gồm hành vi, cảm xúc, suy nghĩ, và thậm chí là các phản ứng sinh lý như nhịp tim và hormone. Lý thuyết S-O-R giải thích rằng phản ứng của mỗi người đều là kết quả của sự tương tác phức tạp giữa các yếu tố kích thích, cơ thể và quá trình tâm trí (Folkman & Lazarus, 1980).

Trong ngữ cảnh du lịch tâm linh, lý thuyết S-O-R có thể giúp hiểu rõ hơn về cách mà du khách đánh giá và phản ứng với các trải nghiệm tâm linh, từ việc tiếp nhận thông điệp của môi trường đến việc trải nghiệm cảm xúc và suy nghĩ sau đó. Theo Teoh & cộng sự (2021), trải nghiệm du lịch mang tính chuyển đổi sẽ khởi đầu một quá trình chuyển đổi và sự thay đổi diễn ra vào cuối quá trình này. Sự chuyển đổi xảy ra thông qua các cuộc gặp gỡ ở một địa điểm mới được hình thành bởi những trải nghiệm khác nhau của khách du lịch và sự tương tác của họ với điểm đến (Reisinger, 2013). Morgan (2010) lập luận rằng sự chuyển đổi mạnh mẽ xảy ra khi có sự gặp gỡ trực tiếp với người khác và sự khác biệt (thiên nhiên và văn hóa). Nghiên cứu này cũng nhấn mạnh rằng các đặc điểm của điểm đến, động lực cá nhân và tập thể của du khách, các hình thức trải nghiệm cố ý hoặc vô ý, thời gian du lịch (dài hạn hoặc ngắn hạn) và khoảng cách (cả về mặt vật lý và văn hóa) cũng ảnh hưởng đến cường độ chuyển đổi. Khi khách du lịch đến những nơi xa lạ, tác động của con người - môi trường đối với sự chuyển đổi thậm chí có thể mạnh hơn (Cetin & Okumus, 2018). Như vậy, các yếu tố kích thích (stimulus) từ môi trường đã tác động đến du khách, từ đó gây ra những chuyển đổi trong cơ thể của con người (organism) với cường độ khác nhau, từ đó tạo ra các phản ứng (response).

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

#### ***3.1 Đo lường các biến nghiên cứu***

Theo các nghiên cứu đi trước (Tasci & Godovykh, 2021; Kirillova & cộng sự, 2017a, 2017b), trải nghiệm chuyển hoá được nhìn nhận dưới góc độ tích cực, tức là những chuyển hoá trong hành vi đều được truyền cảm hứng bởi trải nghiệm tốt đẹp. Biến đổi ý lực, theo Tasci & Pizam (2020) khẳng định dưới 3 xu hướng: ngày càng cởi mở - phát triển theo chiều rộng, ngày càng tối giản - phát triển theo chiều sâu, và đa trải nghiệm, đồng quan điểm với Ulusoy (2016). Bên cạnh đó, khung lý thuyết và đo lường các yếu tố bao gồm: thúc đẩy mang tính nhận thức, thúc đẩy mang tính cảm xúc, chuyển hoá tự thân đều được kế thừa từ nghiên cứu của Tasci & Godovykh (2021). Chuyển hoá tự thân được xem xét ở 4 cấp độ: thay đổi sức mạnh nội tại, thay đổi nhân dạng của bản thân, thay đổi quan điểm sống và thay đổi quan điểm về người khác.

Bảng hỏi trong nghiên cứu này được thiết kế dựa trên các thang đo đã được xác thực từ những nghiên cứu trước đó, cụ thể là thúc đẩy mang tính nhận thức, thúc đẩy mang tính cảm xúc và chuyển hoá tự thân. Các thang đo này đã chứng minh được độ tin cậy và tính hợp lệ trong việc đo lường các cấp độ thay đổi bao gồm: thay đổi sức mạnh nội tại, thay đổi nhân dạng bản thân, thay đổi quan điểm sống, và thay đổi quan điểm về người khác (Tasci & Pizam, 2020; Ulusoy, 2016).

Dữ liệu được thu thập thông qua bảng hỏi trực tuyến, với các câu hỏi được thiết kế rõ ràng, mạch lạc và dễ hiểu nhằm thu hút người tham gia. Kênh phân phối chủ yếu là các nền tảng trực tuyến, nhằm tiếp cận đối tượng đa dạng và đảm bảo tính đại diện của mẫu.

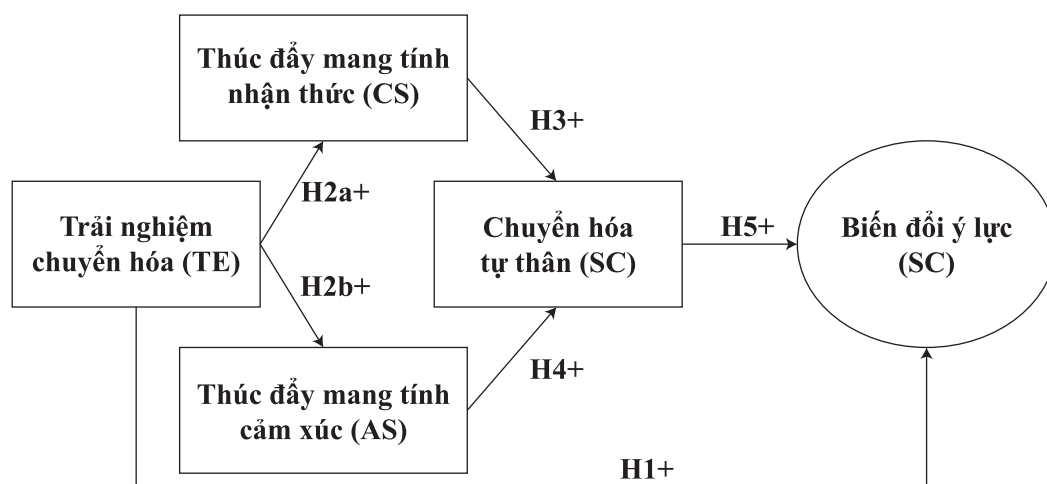
Về cỡ mẫu, nghiên cứu này áp dụng các phương pháp ước tính cỡ mẫu phổ biến như phương trình của Cochran (1977) và yêu cầu cỡ mẫu tối thiểu từ 5 đến 10 mẫu cho mỗi biến quan sát (Hair & cộng sự, 2014).

### 3.2 Mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu từng phần (Partial Least Squares Structural Equation Modeling – PLS-SEM)

Phương pháp PLS-SEM phát triển bởi Hair & cộng sự (2010) được lựa chọn để phân tích mô hình vì phương pháp này phù hợp với mục tiêu nghiên cứu: khám phá những mối quan hệ mới và đánh giá khả năng dự báo ngoài mẫu; và bên cạnh đó, PLS-SEM có ưu điểm vượt trội hơn so với CB-SEM khi phân tích mô hình có chứa biến bậc cao (Hair & cộng sự, 2017). Như vậy, trong bài nghiên cứu, phương pháp PLS-SEM được sử dụng để đưa ra kết quả đáng tin cậy nhất.

### 3.3 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Kế thừa từ nghiên cứu của Tasci & Godovykh (2021), mô hình nghiên cứu sử dụng trong bài được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

Du lịch có ảnh hưởng đến bản thân và những người khác thông qua việc đồng sáng tạo và trải nghiệm chuyên hoá (Pritchard & cộng sự, 2011). Các trải nghiệm du lịch có thể dẫn đến sự phản ánh và điều chỉnh quan điểm, thái độ, lối sống hoặc hành vi của cá nhân (Soulard & cộng sự, 2021). Cụ thể, trải nghiệm chuyên hoá trong du lịch có thể tạo ra sự biến đổi trong động lực thúc đẩy, mong muốn cá nhân và nỗ lực phấn đấu có mục đích (Kurczewska & cộng sự, 2018). Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H1: Trải nghiệm chuyên hoá ảnh hưởng tích cực đến biến đổi ý lực của du khách trong du lịch tâm linh.*

O'Sullivan & Marion (2002) đề cập đến sự thay đổi trong nhận thức của một người về bản thân cũng như môi trường của họ, dẫn đến mức độ trách nhiệm cao hơn, giúp kết nối với những người có hoàn cảnh khó khăn. Định nghĩa này phản ánh các yếu tố liên quan đến môi trường bên ngoài tác động đến nhận thức cũng như sự ăn ở, hay nói cách khác là trách nhiệm giúp đỡ những người gặp khó khăn. Ulusoy (2016) quan sát thấy rằng "(a) những người tham gia trải qua quá trình tự nhận thức, đánh giá, nhận thức, phát triển, mở rộng và có được lòng tự trọng, họ cảm thấy được trao quyền nhiều hơn về mặt cảm xúc và nhận thức liên quan đến hành vi có trách nhiệm". Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H2a: Trải nghiệm chuyên hoá làm tăng sự thúc đẩy mang tính nhận thức của du khách trong du lịch tâm linh.*

Thúc đẩy mang tính cảm xúc bao gồm cảm giác hoặc cảm xúc của cá nhân đối với một đối tượng (Chowdhury & Salam, 2015; Makanyeza, 2014). Nghiên cứu của Wyles & cộng sự (2019) cho thấy rằng việc tiếp xúc với môi trường tự nhiên có thể cải thiện đáng kể cảm xúc kết nối của một cá nhân. Hơn nữa, Christie & Mason (2003) đã định nghĩa sự chuyển đổi cụ thể trong bối cảnh du lịch: "việc thực hành du lịch có tổ chức dẫn đến sự thay đổi tích cực về thái độ và giá trị của những người tham gia trải nghiệm du lịch". Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H2b: Trải nghiệm chuyên hoá làm tăng sự thúc đẩy mang tính cảm xúc của du khách trong du lịch tâm linh.*

O'Sullivan & Marion (2002) đề cập đến sự thay đổi trong nhận thức của một người về bản thân cũng như môi trường của họ, dẫn đến mức độ trách nhiệm cao hơn, giúp kết nối với những người có hoàn cảnh khó khăn. Các nhà nghiên cứu giải thích việc học tập biến đổi ban đầu tập trung vào khía cạnh nhận thức nhưng cũng chuyển sang bao gồm cả khía cạnh tình cảm (Ulusoy, 2016), cho rằng cả hai yếu tố này đều góp phần tạo ra chuyên hoá tự thân, bao gồm việc thay đổi tính cách, nội lực và quan điểm sống. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H3: Thúc đẩy mang tính nhận thức đẩy mạnh việc chuyển hoá tự thân của du khách trong du lịch tâm linh.*

*H4: Thúc đẩy mang tính cảm xúc đẩy mạnh việc chuyển hoá tự thân của du khách trong du lịch tâm linh.*

Ý lực bao gồm động lực thúc đẩy, mong muốn cá nhân và nỗ lực phấn đấu có mục đích (Kurczewska & cộng sự, 2018). Do đó, chuyển hoá tự thân sẽ thúc đẩy phản ứng có ý thức. Hơn nữa, Noy (2004) cho rằng khi quan điểm, suy nghĩ và tâm lý con người thay đổi, dẫn đến hành vi của họ cũng thay đổi, bởi con người luôn hành động theo suy nghĩ và quan điểm cá nhân, được điều chỉnh một phần bởi xã hội. Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

*H5: Chuyển hóa tự thân thúc đẩy biến đổi ý lực của du khách trong du lịch tâm linh.*

## 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận kết quả nghiên cứu

### 4.1 Dữ liệu nghiên cứu

**Bảng 1. Bảng thông tin nhân khẩu học của đối tượng tham gia khảo sát**

Chỉ tiêu	Thành phần	Số người	Tỉ lệ (%)
Giới tính	Name	29	25,44
	Nữ	85	74,56
Độ tuổi	Dưới 18 tuổi	10	8,77
	Từ 18-22 tuổi	81	71,05
	Từ 23-30 tuổi	4	3,51
	Từ 31-45 tuổi	6	5,26
	Trên 45 tuổi	13	14,92
Trình độ học vấn	Trung học phổ thông	60	52,63
	Đại học/Cao đẳng	48	42,11
	Thạc sĩ	2	1,75
	Tiến sĩ	4	3,51
Thu nhập bình quân/ tháng	Dưới 1 triệu đồng/ tháng	60	52,63
	Từ 1 đến dưới 5 triệu đồng/ tháng	20	17,54
	Từ 5 đến dưới 10 triệu đồng/tháng	15	13,16
	Từ 10 đến dưới 15 triệu đồng/tháng	12	10,53
	Trên 15 triệu đồng/tháng	7	5,14
Đi du lịch tâm linh tại nước ngoài	Có	52	45,61
	Không	62	54,39
Số chuyến đi du lịch tâm linh tính đến thời điểm hiện tại	Dưới 5 chuyến	56	49,12
	Từ 5 đến dưới 10 chuyến	18	15,79
	Từ 10 đến dưới 15 chuyến	18	15,79
	Từ 15 đến dưới 20 chuyến	3	2,63
	Trên 20 chuyến	19	16,67

*Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả*

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp khảo sát trực tuyến, trên công cụ Google biểu mẫu. Đối tượng tham gia khảo sát là những công dân Việt

Nam đã trải nghiệm du lịch tâm linh. Việc khảo sát thu thập dữ liệu được tiến hành trong tháng 3 năm 2024, tập trung vào địa bàn Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Tổng số người tham gia khảo sát là 161 người, trong đó có 114 câu trả lời hợp lệ. Các biến quan sát cho từng nhân tố trong mô hình được chọn lọc từ các nghiên cứu trước đây và áp dụng thang đo Likert 5 điểm để đánh giá. Trong đó, 1 là “hoàn toàn không đồng ý” hoặc “hoàn toàn không dự định thực hiện” và 5 là “hoàn toàn đồng ý” hoặc “hoàn toàn dự định thực hiện”.

## **4.2 Đánh giá mô hình đo lường**

Sau khi tiến hành kiểm định sơ bộ mô hình đề xuất, kết quả hệ số tải cho thấy bảng hỏi kế thừa từ Tasci & Godovykh (2021) là tương đối phù hợp. Sau khi loại khỏi mô hình các thang đo không đạt, các hệ số tải còn lại nằm trong khoảng từ 0,706 tới 0,883. Kết quả kiểm định đảm bảo hệ số tin cậy tổng hợp và Cronbach's Alpha của mỗi chỉ báo dao động trong khoảng từ 0,731 tới 0,749 và đều lớn hơn 0,7 theo khuyến nghị của Hair & cộng sự (2019). Để kiểm tra tính hội tụ, hệ số phương sai trích AVE được đánh giá. Giá trị của AVE trong nghiên cứu dao động từ 0,650 tới 0,666, trong khoảng chấp nhận được là 0,5 hoặc cao hơn (Hair & cộng sự, 2019).

## **4.3 Đánh giá mô hình cấu trúc**

### **4.3.1 Kiểm định đa cộng tuyến**

Chỉ số được dùng để nhận biết hiện tượng đa cộng tuyến là hệ số phóng đại phương sai (Variance inflation factor - VIF). Kết quả kiểm định cho thấy mô hình nghiên cứu không mắc đa cộng tuyến vì có giá trị VIF cao nhất là 2,253, nhỏ hơn 3 (Hair & cộng sự, 2019). Chỉ số SRMR cũng được sử dụng để đánh giá mức độ phù hợp của mô hình dự đoán với dữ liệu thực tế. Chỉ số SRMR cần phải đạt giá trị nhỏ hơn 0,08 hoặc 0,1 là chấp nhận được (Hu & Bentler, 1999). Như vậy, với giá trị SRMR bằng 0,067 tức nhỏ hơn 0,08; mô hình nghiên cứu đề xuất được kết luận là phù hợp.

### **4.3.2 Kiểm định các ảnh hưởng chính**

Qua kiểm định bootstrapping với cỡ mẫu lặp lại là 5000 quan sát để đảm bảo yêu cầu kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính, có thể thấy giá trị p-value của tất cả các tác động đều nhỏ hơn 0,05 và giá trị t-statistic đều lớn hơn 1,96. Như vậy, giả thuyết H2 đến H5 đều được chấp nhận ở mức ý nghĩa thống kê 1%. Nói cách khác, kết quả phù hợp với nhận định của các nghiên cứu đi trước, khẳng định quá trình biến đổi phức tạp từ trải nghiệm đến sự thay đổi cả ý thức và hành động (Tasci & Godovykh, 2021; Kirillova & cộng sự, 2017a, 2017b).

Sự chuyển hoá tự thân, trong cả bốn cấp độ từ thay đổi nội tại, thay đổi nhân dạng tính cách, thay đổi quan điểm sống và thay đổi quan điểm về người khác giải thích 49,8 % chuyển hoá ý lực ( $R^2$  bằng 49,8 %). Sự kích thích đến từ nhận thức và sự kích thích đến từ cảm xúc lần lượt giải thích 47,8% và 61,9% sự thay đổi trong ý lực.

**Bảng 2. Kết quả kiểm định ý nghĩa các ảnh hưởng chính**

Giả thuyết	Tác động	Hệ số đường dẫn	Thống kê t	P-value	Kết quả
H2a	TE → CS	0,801	20,878	0,000	Chấp nhận
H2b	TE → AS	0,692	9,957	0,000	Chấp nhận
H3	CS → SC	0,412	3,376	0,001	Chấp nhận
H4	AS → SC	0,358	2,901	0,004	Chấp nhận
H5	SC → CC	0,787	19,192	0,000	Chấp nhận

*Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả*

Ngoài hệ số  $R^2$ , để đánh giá cấu trúc nội sinh của mô hình, nghiên cứu còn sử dụng chỉ số Cohen's  $f^2$ . Theo kết quả kiểm định các tác động chính,  $f^2$  của tác động trải nghiệm chuyên hoá (TE) đến sự kích thích đến từ nhận thức (CS) và cảm xúc (AS) lần lượt là 1,786 và 0,917, tức mức độ tác động lớn. Bên cạnh đó, chuyên hoá tự thân (SC) cũng tác động đến biến đổi ý lực (CC) với  $f^2$  bằng 1,623, thể hiện mức độ tác động sâu sắc.

#### 4.3.3 Kiểm định ảnh hưởng của nhân tố trung gian

Hướng dẫn đánh giá trung gian của Hair & cộng sự (2017) được áp dụng nhằm xem xét vai trò trung gian của chuyên hoá tự thân (SC) lên mối quan hệ giữa kích thích đến từ nhận thức (CS) và kích thích đến từ cảm xúc (AS) đối với biến đổi ý lực (CC).

**Bảng 3. Kết quả kiểm định ý nghĩa trung gian chuyên hoá tự thân**

Mối quan hệ	Hệ số đường dẫn	Thống kê t	P-value	Kết quả
Trực tiếp: TE → CC	0,454	7,287	0,000	Trung gian
Gián tiếp: TE → CS → SC → CC	0,260	3,265	0,001	1 phần
Gián tiếp: TE → AS → SC → CC	0,195	2,810	0,005	
Trực tiếp: TE → SC	0,578	9,077	0,000	Trung gian
Gián tiếp: TE → CS → SC	0,330	3,358	0,001	1 phần
Gián tiếp: TE → AS → SC	0,248	2,940	0,003	
Trực tiếp: CS → CC	0,324	3,313	0,001	Trung gian
Gián tiếp: CS → SC → CC	0,324	3,313	0,001	1 phần
Trực tiếp: AS → CC	0,282	2,792	0,005	Trung gian
Gián tiếp: AS → SC → CC	0,282	2,792	0,005	1 phần

*Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả*

Kết quả chỉ ra mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp với vai trò của chuyên hoá tự thân đều tồn tại trung gian 1 phần khi ở cả ảnh hưởng trực tiếp lẫn gián tiếp đều cho ý thống kê ở mức 1% (p-value nhỏ hơn 0,01). Nói cách khác, giả thuyết H1 được chấp nhận chứng tỏ bản thân trải nghiệm chuyên hoá (TE) có vai trò thúc đẩy biến

đổi ý lực (CC), trung gian 1 phần với chuyển hoá tự thân (SC). Tương tự, mối quan hệ giữa thúc đẩy mang tính nhận thức (CS) và cảm xúc (AS) với biến đổi ý lực (CC) cũng trung gian 1 phần với chuyển hoá tự thân (SC), chấp nhận hoàn toàn giả thuyết H2a, H2b, H3 và H4.

#### **4.4 Thảo luận kết quả nghiên cứu**

Nghiên cứu khẳng định sự phức tạp từ trải nghiệm chuyển hoá đến biến đổi ý lực với vai trò trung gian một phần của chuyển hoá tự thân. Kết quả cho thấy chuyển hoá tự thân đóng vai trò trung gian một phần trong cả mối quan hệ giữa trải nghiệm chuyển hoá và thúc đẩy mang tính nhận thức/cảm xúc đối với biến đổi ý lực. Bên cạnh đó, trải nghiệm chuyển hoá với bao trùm là các trải nghiệm tích cực, thúc đẩy sự phát triển cùng chuyển hoá tự thân, với 4 cấp độ gồm: chuyển hoá nội tại, chuyển hoá nhân dạng tính cách, chuyển hoá quan điểm sống và chuyển hoá quan điểm về người khác đều thúc đẩy biến đổi ý lực. Tuy nhiên, tác động lớn nhất trong đây mạnh biến đổi ý lực của du khách tâm linh đến từ thúc đẩy mang tính nhận thức. Kết quả nghiên cứu khẳng định tính phù hợp của thang đo được xây dựng bởi Tasci & Godovykh (2021).

Đồng thời, kết quả này cũng phù hợp với các nghiên cứu trước đây về trải nghiệm chuyển hoá và biến đổi ý lực (Kirillova & cộng sự, 2017a, 2017b). Tầm quan trọng của nhận thức, thúc đẩy song hành cùng cảm xúc trong sự thay đổi cả ý chí và hành động của du khách được khẳng định trong nghiên cứu này, đồng quan điểm với Ulusoy (2016), Chowdhury & Salam (2015); Makanyeza (2014). Hơn nữa, bản thân chuyển hoá tự thân cũng đóng vai trò là cầu nối thúc đẩy liên tiếp các giai đoạn từ trải nghiệm chuyển hoá, thúc đẩy nhận thức, thúc đẩy cảm xúc đến biến đổi ý lực. Đồng quan điểm với Kurczewska & cộng sự (2018), ý lực gồm ý chí, lòng cam kết, sự tin tưởng dẫn đến hành động thực tiễn được thúc đẩy từ những trải nghiệm có ý nghĩa đặc biệt với câu chuyện của động lực.

Bên cạnh đó, kết quả kiểm định mô hình cấu trúc còn cho thấy thúc đẩy mang tính nhận thức và cảm xúc giải thích 47,8% và 61,9% sự thay đổi của biến đổi ý lực, khẳng định vai trò trực tiếp của hai nhân tố trên (Kurczewska & cộng sự, 2018)). Hành vi cá nhân thường dựa vào trải nghiệm nhưng trải nghiệm nếu bao hàm tính động lực, sự tích cực thì người trải nghiệm hay trong trường hợp này là du khách lựa chọn du lịch tâm linh sẽ thay đổi cả ý thức và hành vi (Tasci & Godovykh, 2021). Vì vậy, chuyển hoá tự thân được cho là bước đệm tạm nghỉ cho quá trình trên (Tasci & Godovykh, 2021), thúc đẩy mạnh mẽ đến biến đổi ý lực (Kirillova & cộng sự, 2017a, 2017b).

#### **5. Kết luận**

Trải nghiệm chuyển hoá trong du lịch tâm linh hiện đang được chú trọng vì ảnh hưởng sâu rộng của nó đối với sự phát triển cá nhân và biến đổi ý lực. Nghiên cứu này nhằm làm rõ vai trò trung gian của chuyển hoá tự thân trong mối quan hệ giữa

trải nghiệm chuyển hóa và sự thay đổi ý lực, sử dụng phương pháp mô hình cấu trúc. Kết quả cho thấy chuyển hóa tự thân đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối trải nghiệm chuyển hóa với các yếu tố nhận thức và cảm xúc ảnh hưởng lớn đến biến đổi ý lực. Nghiên cứu cũng khẳng định tính chính xác của thang đo do Tasci & Godovykh (2021) phát triển. Những phát hiện này chỉ ra rằng các trải nghiệm tích cực là yếu tố quan trọng để thúc đẩy sự chuyển hóa tự thân và cải thiện hiệu quả của du lịch tâm linh. Có thể nói, đây là nghiên cứu đầu tiên tại Việt Nam đánh giá trải nghiệm chuyển hoá đến biến đổi ý lực trong du lịch tâm linh.

Kết quả nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tăng cường phát triển và quảng bá du lịch tâm linh tại Việt Nam. Thứ nhất, Chính phủ cần phân bổ nguồn lực và áp dụng chính sách để nâng cao cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất cho các điểm đến tâm linh. Đầu tư vào bảo tồn và phục hồi di tích lịch sử và văn hóa, cùng với việc phát triển du lịch bền vững, sẽ thu hút du khách tìm kiếm trải nghiệm tâm linh. Thứ hai, thiết lập mối quan hệ đối tác với các tổ chức tôn giáo như chùa, đền, và trung tâm tâm linh sẽ thuận lợi cho việc tổ chức các hành trình tôn giáo và hoạt động văn hóa. Các chương trình giáo dục có thể thúc đẩy sự hiểu biết và tôn trọng các truyền thống tôn giáo và tâm linh khác nhau. Thứ ba, khuyến khích các hành vi du lịch có trách nhiệm từ phía du khách là cần thiết. Các biện pháp như du lịch bền vững và tôn trọng văn hóa giúp giảm thiểu ảnh hưởng đến môi trường và tôn trọng niềm tin của cộng đồng địa phương. Thứ tư, chính sách phát triển du lịch tâm linh cần công bằng và bao gồm tất cả các tầng lớp xã hội. Hỗ trợ cho doanh nghiệp quy mô nhỏ và các sáng kiến dựa trên cộng đồng sẽ tạo ra cơ hội kinh tế và tăng cường sức mạnh cho cư dân địa phương. Thứ năm, để giám sát hiệu quả của du lịch tâm linh, cần có một khung nghiên cứu và theo dõi toàn diện. Cơ quan Chính phủ nên đầu tư vào thu thập dữ liệu, phân tích và đánh giá để quản lý du lịch bền vững.

Mặc dù có những đóng góp quan trọng cả về lý luận và thực tiễn, nghiên cứu này không tránh khỏi những hạn chế nhất định và những hạn chế này gợi mở các hướng nghiên cứu tiếp theo trong tương lai. Thứ nhất, nghiên cứu được thực hiện với mẫu khảo sát tập trung chủ yếu ở các thành phố lớn như: Hà Nội, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh do giới hạn về thời gian và nguồn lực. Nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng thêm đối tượng du khách ở các địa phương khác để có đánh giá khách quan và chính xác hơn. Thứ hai, bên cạnh các nhân tố được phân tích trong bài viết này, mối quan hệ giữa trải nghiệm chuyển hoá và biến đổi ý lực có thể còn chịu sự chi phối bởi các nhân tố khác chưa được đề cập tới, nhất là khi đặt trọng bối cảnh của du lịch tâm linh. Các nghiên cứu trong tương lai nên cân nhắc vai trò của các nhân tố khác để có đánh giá toàn diện hơn về chủ đề này. Thứ ba, để có thể đưa ra các đóng góp về mặt khuyến nghị chính sách cụ thể hơn cho du lịch tâm linh, nhất là định hướng du lịch bền vững, nghiên cứu tiếp theo nên xác định cụ thể đối tượng du khách có thái độ và nhận thức với môi trường, du lịch bền vững.

## Tài liệu tham khảo

- Ballantyne, R., Hughes, K., Lee, J., Packer, J. & Sneddon, J. (2018), “Visitors’ values and environmental learning outcomes at wildlife attractions: implications for interpretive practice”, *Tourism Management*, Vol. 64, pp. 190-201.
- Brune, S., Knollenberg, W., Stevenson, K., Barbieri, C. & Schroeder-Moreno, M. (2020), “The influence of agritourism experiences on consumer behavior toward local food”, *Journal of Travel Research*, Vol. 60 No. 6, pp. 1318-1332.
- Bruner, J. (1991), “The narrative construction of reality”, *Critical Inquiry*, Vol. 18, pp. 1-21.
- Cetin, G. & Okumus, F. (2018), “Experiencing local turkish hospitality in Istanbul, Turkey”, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 12 No. 2, pp. 223-237.
- Chhabra, D. (2021), “Transformative perspectives of tourism: dialogical perceptiveness”, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol. 38 No. 8, pp. 759-768.
- Chowdhury, S. & Salam, M. (2015), “Predicting attitude based on cognitive, affective and conative components: an online shopping perspective”, *Stamford Journal of Business Studies*, Vol. 6 No. 7, pp. 101-115.
- Christie, M. & Mason, P. (2003), “Transformative tour guiding: training tour guides to be critically reflective practitioners”, *Journal of Ecotourism*, Vol. 2, pp. 1-16.
- Cochran, W.G. (1977), *Sampling Techniques*, 3rd Eds, New York: John Wiley & Sons.
- Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2013), “Đẩy mạnh phát triển du lịch tâm linh – một loại hình du lịch mới nhiều tiềm năng”, <https://vietnamtourism.gov.vn/post/12841>, truy cập ngày 20/03/2024.
- Đình, Đ.H. & Trần, T.L.N. (2016), “Phát triển du lịch tâm linh Phật giáo tại Đà Nẵng: tiềm năng và giải pháp”, *Tạp chí Công tác Tôn giáo*, Vol. 9, pp. 41-42.
- Dương, T.H.N. (2014), “Phát triển du lịch tâm linh tại Việt Nam - thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Khoa học Thương mại*, Số 74-75, tr. 67-73.
- Hair Jr, J.F., Sarstedt, M., Hopkins, L. & Kuppelwieser, V.G. (2014), “Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): an emerging tool in business research”, *European Business Review*, Vol. 26, pp. 106-121.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition, Pearson, New York.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2017), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd Edition, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. & Ringle, C.M. (2019), “When to use and how to report the results of PLS-SEM”, *European Business Review*, Vol. 31 No. 1, pp. 2-24.
- Hu, L.T. & Bentler, P.M. (1999), “Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives”, *Structural Equation Modeling*, Vol. 6 No. 1, pp. 1-55.
- Kirillova, K., Lehto, X. & Cai, L. (2017a), “Tourism and existential transformation: an empirical investigation”, *Journal of Travel Research*, Vol. 56 No. 5, pp. 638-650.
- Kirillova, K., Lehto, X. & Cai, L. (2017b), “What triggers transformative tourism experiences?”, *Tourism Recreation Research*, Vol. 42 No. 4, pp. 498-511.

- Knobloch M, Pilz G.A., Ghesquière B., Kovacs W.J., Wegleiter T., Moore D.L., Hruzova M., Zamboni N., Carmeliet P. & Jessberger S.A. (2017), “Fatty acid oxidation-dependent metabolic shift regulates adult neural stem cell activity”, *Cell Rep*, Vol. 20 No. 9, pp. 2144-2155.
- Kurczewska, A., Kyrö, P., Lagus, K., Kohonen, O. & Lindh-Knuutila, T. (2017), “The interplay between cognitive, conative, and affective constructs along the entrepreneurial learning process”, *Education & Training*, Vol. 60 No. 7/8, pp. 891-908.
- Makanyeza, C. (2014), “Measuring consumer attitude towards imported poultry meat products in a developing market: an assessment of reliability, validity and dimensionality of the tri-component attitude model”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5, pp. 874-881.
- Mezirow, J. (1997), “Transformative Learning: Theory to Practice”, *New Directions for Adult and Continuing Education*, Vol. 74, pp. 5-12.
- Morgan, A. (2010), “Journeys into transformation: travel to another place as a vehicle for transformative learning”, *Journal of Transformative Education*, Vol. 8 No. 4, pp. 246-268.
- Nguyễn, M.H. (2022), “Xây dựng khung nghiên cứu về du lịch tâm linh”, *Tạp chí Công Thương*.
- Norman, A. (2013), *Spiritual Tourism: Travel and Religious Practice in Western Society*, Bloomsbury Academic, London.
- Noy, C. (2004), “This trip really changed me: backpackers’ narratives of self-change”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, pp. 78-102.
- O’Sullivan, D. & Marion, J.J. (2002), “Festival tourism: a contributor to sustainable local economic development?”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 10 No. 4, pp. 325-42.
- Pine II, B.J. & Gilmore, J.H. (1998), “Welcome to the experience economy”, *Harvard Business Review*, Vol. 76 No. 4, pp. 97-105.
- Pritchard, A., Morgan, N. & Ateljevic, I. (2011), “Hopeful tourism: a new transformative perspective”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38 No. 3, pp. 941-963.
- Reisinger, Y. (2013), “Connection between travel, tourism and transformation”, *Transformational Tourism: Tourist Perspectives*, pp. 27-32.
- Ruohotie, P. & Koironen, M. (2000), “Building conative constructs into entrepreneurship education”, In B Beairisto & P Ruohotie (eds), *Empowering Teachers as Lifelong Learners. Saarijärven Offset Oy*, pp. 29-45.
- Soulard, J., McGehee, N. & Knollenberg, W. (2020), “Developing and testing the transformative travel experience scale (TTES)”, *Journal of Travel Research*, Vol. 60 No. 5, pp. 923-946.
- Tạp chí Công Thương (2021), *Du lịch tâm linh thúc đẩy kinh tế địa phương phát triển*, <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/du-lich-tam-linh-thuc-day-kinh-te-dia-phuong-phat-trien-85366.htm>, truy cập ngày 20/03/2024.
- Tasci, A.D.A. & Godovykh, M. (2021), “An empirical modeling of transformation process through trip experiences”, *Tourism Management*, Vol. 86 No. 3, 104332.
- Tasci, A.D.A. & Pizam, A. (2020), “An expanded nomological network of experienscape”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 32 No. 3, pp. 999-1040.

- Teoh, M.W., Wang, Y. & Kwek, A. (2021), “Conceptualising co-created transformative tourism experiences: a systematic narrative review”, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 47, pp. 176-189.
- Ulusoy, E. (2016), “Experiential responsible consumption”, *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 1, pp. 284-297.
- Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch (2023), “Xu hướng và Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch tâm linh ở Việt Nam”, [https://itdr.org.vn/ngghien\\_cuu/xu-huong-va-giai-phap-phat-trien-san-pham-du-lich-tam-linh-o-viet-nam/](https://itdr.org.vn/ngghien_cuu/xu-huong-va-giai-phap-phat-trien-san-pham-du-lich-tam-linh-o-viet-nam/), truy cập ngày 20/03/2024.
- Wyles, K.J., White, M.P., Hattam, C., Pahl, S., King, H. & Austen, M. (2019), “Are some natural environments more psychologically beneficial than others? The importance of type and quality on connectedness to nature and psychological restoration”, *Environment and Behavior*, Vol. 51 No. 2, pp. 111-143.
- Zajonc, R.B. (1960), “The process of cognitive tuning in communication”, *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 61 No. 2, pp. 159-167.