

Nghiên cứu hiệu quả kinh tế của các dự án du lịch tâm linh có khai thác giá trị kiến trúc chùa truyền thống điển hình tại Việt Nam và hàm ý chính sách cho TP Hồ Chí Minh

Research on the economic effectiveness of spiritual tourism projects that exploit the architectural value of typical traditional temples in Vietnam and policy implications for Ho Chi Minh City

> TS BÙI VIỆT THI

Khoa Kiến trúc-Xây dựng, Trường Đại học Thủ Dầu Một
Email: thibv@tdmu.edu.vn

TÓM TẮT

Du lịch tâm linh đang trở thành xu hướng phổ biến, số lượng khách du lịch tâm linh ở Việt Nam ngày một tăng, chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu khách du lịch, đặc biệt là khách nội địa, cho thấy du lịch tâm linh giữ vị trí quan trọng trong đời sống xã hội. Nhu cầu du lịch tâm linh có khai thác giá trị kiến trúc chùa truyền thống phát triển đa dạng không chỉ giới hạn trong khuôn khổ hoạt động gắn với tôn giáo, kiến trúc mà mở rộng tới các hoạt động, sinh hoạt tinh thần, tín ngưỡng cổ truyền của dân tộc và những yếu tố linh thiêng khác. Hoạt động du lịch tâm linh ngày càng chủ động, có chiều sâu và trở thành nhu cầu không thể thiếu trong đời sống tinh thần của đại bộ phận nhân dân.

Bài viết tập trung phân tích giá trị kiến trúc và tác động kinh tế của kiến trúc chùa đối với hoạt động du lịch tâm linh. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đánh giá hiệu quả kinh tế của hai dự án du lịch tâm linh tiêu biểu có khai thác giá trị kiến trúc chùa truyền thống tại miền Bắc và miền Nam Việt Nam; từ đó đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm phát triển du lịch tâm linh cho một địa bàn cụ thể.

Từ khóa: Kiến trúc chùa cổ; hiệu quả kinh tế; du lịch tâm linh; dự án du lịch tâm linh.

ABSTRACT

Spiritual tourism is becoming a popular trend, with the number of spiritual tourists in Vietnam steadily increasing, accounting for a large proportion of the tourism structure, especially domestic tourists. This shows that spiritual tourism holds an important position in social life. The demand for spiritual tourism that exploits the architectural value of traditional temples is developing diversely, not only limited to activities related to religion and architecture, but also expanding to include spiritual activities, traditional beliefs of the nation, and other sacred elements. Spiritual tourism activities are becoming increasingly proactive, in-depth, and an indispensable need in the spiritual life of a large segment of the population.

This article aims to address the architectural value and economic impact of temple architecture in spiritual tourism that leverages traditional architectural values. It studies the economic effectiveness of two existing spiritual tourism projects that utilize traditional architectural values in Northern and Southern Vietnam and subsequently proposes tourism policies for a specific region.

Keywords: Ancient architecture; economic efficiency; spiritual tourism; spiritual tourism projects.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiệu quả kinh tế của loại hình du lịch tâm linh khai thác giá trị kiến trúc chùa truyền thống thể hiện qua các khía cạnh như: (i) Động lực tạo ra hiệu quả kinh tế: Kích cầu du lịch địa phương; (ii) Kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu; (iii) Tạo việc làm và thu nhập từ quản lý, hướng dẫn viên, bán hàng đến các dịch vụ vận tải, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương;

Các dự án du lịch tâm linh khai thác giá trị kiến trúc chùa truyền thống mang lại hiệu quả kinh tế đáng kể thông qua doanh

thu trực tiếp từ các dịch vụ du lịch, tạo việc làm và thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế liên quan. Tuy nhiên, để bảo đảm hiệu quả và lợi nhuận bền vững, các dự án cần hài hòa giữa mục tiêu bảo tồn bản sắc văn hóa, kiến trúc truyền thống với yêu cầu hiện đại hóa cơ sở hạ tầng. Hiệu quả kinh tế của loại hình du lịch tâm linh khai thác giá trị kiến trúc chùa truyền thống thể hiện qua các khía cạnh như: (i) Động lực tạo ra hiệu quả kinh tế: Kích cầu du lịch địa phương; (ii) Kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu; (iii) Tạo việc làm và thu nhập từ quản lý, hướng dẫn viên, bán hàng

đến các dịch vụ vận tải, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế địa phương;

Thách thức đối với mô hình kinh doanh này gồm: (i) Tính thời vụ cao: Doanh thu chủ yếu tập trung vào các tháng đầu năm/mùa lễ hội, dẫn đến tình trạng quá tải trong thời gian ngắn và lãng phí công năng các hạng mục dịch vụ vào mùa thấp điểm; (ii) Chi phí bảo tồn và vận hành lớn: Kiến trúc chùa truyền thống (sử dụng vật liệu gỗ, chạm khắc cầu kỳ) đòi hỏi chi phí bảo dưỡng và phục dựng tốn kém hơn so với các công trình hiện đại; (iii) Áp lực về môi trường và văn hóa: Việc khai thác quá mức không gian thiêng có thể làm biến đổi cảnh quan, giảm giá trị nguyên bản của di sản và kéo theo các vấn đề về rác thải, xử lý nước thải...

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Giá trị của kiến trúc chùa cổ trong thu hút khách du lịch

1) Giá trị kiến trúc chùa cổ trong bản sắc văn hóa Việt Nam

Chùa cổ Việt Nam là sự kết hợp hoàn hảo giữa triết lý Phật giáo và tín ngưỡng bản địa; là nơi thờ tự, là bảo tàng sống lưu giữ nghệ thuật tạo hình dân gian, thể hiện tinh hoa bản sắc văn hóa, lòng yêu nước và tâm hồn hòa hợp của dân tộc.

- *Dấu ấn triết lý và sự giao thoa văn hóa*: Kiến trúc chùa cổ là minh chứng tiêu biểu cho sự dung hợp của Tam giáo (Phật, Nho, Đạo) và tín ngưỡng thờ mẫu; các ngôi chùa Việt thường có ban thờ Mẫu, Đức Ông, Đức Thánh. Một số ngôi chùa cổ còn là sự kết hợp Đông - Tây ngoạn mục, như chùa Cổ Lễ (Nam Định) mang kiến trúc Gô-tích nhưng vẫn giữ hồn cốt Phật giáo truyền thống.

- *Sự gắn kết hài hòa với thiên nhiên*: Chùa thường được xây ở những địa thế đặc địa, dựa vào núi, nhìn ra sông, hồ/cánh đồng tạo nên thế "tựa sơn, hướng thủy"; không gian chùa bố trí đan xen vườn cây cổ thụ, ao sen và sân gạch đỏ, xóa nhòa ranh giới giữa chốn thiêng liêng và đời thường.

- *Đỉnh cao của nghệ thuật tạo hình truyền thống*: Kết cấu gỗ độc đáo (khung gỗ lim bê thế, mái đao cong vút hình mũi thuyền nhẹ nhàng, hệ thống "chống rường", "kê chuyển" làm giảm sự nặng nề của những mái ngói vẩy cá; Các bức chạm trổ, phù điêu trên vì kèo, cột gỗ mang đậm bản sắc dân tộc, khắc họa hình tượng con rồng, chim phượng, hoa sen, con nghè mang bản sắc hồn Việt.

- *Biểu tượng của bản sắc và lịch sử dân tộc*: Gắn liền với chiều dài lịch sử (chùa là chỗ dựa tinh thần, là nơi các nhà sư cỡi áo cà sa tòng quân, bảo vệ Tổ quốc - như tại chùa Cổ Lễ); Kiến trúc chùa cổ là di sản vật thể vô giá tự hào, thu hút du lịch và kết nối các thế hệ, là một phần quan trọng của văn minh kiến trúc cổ truyền Việt Nam [8].

2) Tác động kinh tế, nguồn thu của kiến trúc chùa trong du lịch tâm linh có khai thác giá trị kiến trúc truyền thống

Các dự án du lịch tâm linh kết hợp kiến trúc truyền thống mang lại hiệu quả kinh tế cao, bền vững thông qua việc tăng doanh thu dịch vụ, kéo dài thời gian lưu trú và tạo chuỗi giá trị. Sự độc bản về văn hóa giúp thu hút lượng lớn du khách, tạo việc làm và thúc đẩy kinh tế địa phương thông qua doanh thu từ dịch vụ lưu trú, ẩm thực và bán đồ lưu niệm. Đây là bức tranh toàn cảnh về hiệu quả và mô hình khai thác dòng sản phẩm du lịch giàu bản sắc này:

- *Về tác động kinh tế*: (i) Tạo nguồn thu trực tiếp và đa dạng: Vé tham quan và chuỗi dịch vụ đi kèm (lưu trú, ẩm thực, vận chuyển, và bán đồ lưu niệm); (ii) Khai thác chiều sâu văn hóa: Du khách sẵn sàng chi trả cao hơn cho các trải nghiệm nghỉ dưỡng kết hợp thiền định, tĩnh tâm tại các không gian có kiến trúc truyền thống mang tính nghệ thuật cao; (iii) Thu hút vốn đầu tư khổng lồ: Các dự án thành công thu hút dòng vốn đầu tư tư nhân, trực tiếp định hình và nâng cấp hệ thống hạ tầng kỹ thuật (đường sá, sân bay) của toàn khu vực; (iv) Kích thích chuỗi cung ứng bản địa: Tái hiện không gian kiến trúc truyền thống cần nguồn vật liệu bản địa, kỹ thuật thủ công đặc thù, từ đó

thúc đẩy các làng nghề phát triển, tạo việc làm/tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho người lao động..

- *Giá trị vô hình tạo ra lợi thế cạnh tranh*: (i) Trải nghiệm không gian kiến trúc truyền thống mang tính nghệ thuật và bề dày lịch sử giúp du khách muốn nán lại lâu hơn, trải nghiệm sâu hơn thay vì chỉ hành hương trong ngày; (ii) Giảm tính mùa vụ: Nếu tích hợp cảnh quan kiến trúc độc đáo giúp các khu du lịch thu hút khách vắng lai tham quan, chụp ảnh và nghỉ dưỡng quanh năm; (iii) Kiến trúc bản địa độc đáo giúp tạo bản sắc riêng, tránh sự trùng lặp, từ đó tối ưu hóa chiến lược marketing và nâng cao sức cạnh tranh trên bản đồ du lịch quốc tế; (iv) Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa vừa là nền tảng, vừa là tài nguyên, giúp ngành du lịch phát huy sức mạnh mềm và chuyển hóa các giá trị phi vật thể thành lợi ích kinh tế trực tiếp; (v) Kích cầu các ngành liên quan: Kiến trúc truyền thống đòi hỏi vật liệu và kỹ năng thủ công cao, gián tiếp phát triển các làng nghề mộc, đá, sơn mài, và thúc đẩy các sản phẩm nông đặc sản địa phương.

3) Nét thu hút của kiến trúc chùa cổ đối với khách du lịch

Việt Nam sở hữu hệ thống hàng nghìn ngôi chùa cổ kính, nổi tiếng mang đậm giá trị lịch sử, văn hóa và kiến trúc, trải dài từ Bắc vào Nam. Những nét quyến rũ cốt lõi của chùa nước ta bao gồm:

- *Hài hòa với thiên nhiên*: Thường tọa lạc ở các vị trí đặc địa, tuân theo nguyên tắc phong thủy tạo nên cảnh quan thanh bình, giúp du khách dễ dàng tìm thấy sự thư thái;

- *Nghệ thuật tạo hình và điêu khắc*: Các chi tiết như mái đao cong vút, hệ thống vì kèo gỗ chạm trổ tinh xảo (hình rồng, phượng, hoa lá), hay tượng thờ mang đậm dấu ấn văn hóa qua từng thời kỳ lịch sử;

- *Vật liệu xây dựng truyền thống*: Việc sử dụng các chất liệu mộc mạc, gần gũi như gỗ, đá, gạch nung, và ngói mũi hài mang lại cảm giác ấm cúng, bền vững cùng thời gian;

- *Không gian tĩnh lặng, tách biệt*: Kiến trúc tạo ra những khoảng lặng cần thiết để du khách trốn khỏi nhịp sống hối hả, trải nghiệm thiền định hoặc nhiếp ảnh.

2.2. Nghiên cứu một số dự án du lịch tâm linh có khai thác giá trị kiến trúc truyền thống điển hình tại Việt Nam

1) Công trình Sun World Fansipan Legend

Quần thể văn hóa tâm linh Sun World Fansipan Legend trên dãy Hoàng Liên Sơn, từ độ cao 2.900m đến đỉnh Fansipan 3.143 m. Đưa vào vận hành năm 2016, nơi đây là sự kết hợp giữa kỳ quan thiên nhiên và các công trình kiến trúc Phật giáo mang dáng dấp chùa cổ Việt Nam thế kỷ XV.

Quần thể văn hóa tâm linh này được chắt lọc tinh hoa từ các ngôi chùa Việt cổ hàng trăm năm tuổi. Nổi bật là ba ngôi chùa mang đậm phong cách kiến trúc thuần Việt và thời Trần: (i) Bảo An Thiền Tự (Chùa Trình): Độ cao 1.604 m, mang dáng vẻ thâm trầm giữa không gian núi rừng; (ii) Bích Vân Thiền Tự: Độ cao 3.037 m, mang đậm nét kiến trúc thời Trần với kiến trúc chùa Hạ, lầu Chuông, lầu Trống và Đại Hồng Chung sừng sững giữa mây ngàn; (iii) Kim Sơn Bảo Thắng Tự: Độ cao 3.091m, là điểm nhấn linh thiêng nhất; có thiết kế gỗ đồ sộ gồm Tam bảo, nhà Tổ, hành lang La Hán và Bảo tháp 11 tầng [4].

Những khía cạnh thể hiện hiệu quả kinh tế nổi bật của dự án bao gồm:

- *Đối với doanh nghiệp vận hành*: (i) Quy mô vốn: Vốn chủ sở hữu đạt hơn 4.806 tỷ đồng, tăng gấp gần 2,8 lần so với giai đoạn trước đó; (ii) Lợi nhuận: Các chỉ số sinh lời liên tục cải thiện, lợi nhuận trước thuế đạt tới 103 tỷ đồng; (iii) Hệ số tài chính: Hệ số thanh toán ngắn hạn duy trì ở mức cao (2,31 lần), thể hiện sức khỏe tài chính lành mạnh và ổn định của dự án.

- *Đối với kinh tế - xã hội địa phương (Lào Cai/Sapa)*, thay đổi hoàn toàn diện mạo kinh tế khu vực: (i) Bùng nổ lượng khách: Trước khi có cáp treo (2013), Sapa chỉ đón khoảng 720.000 lượt

khách. Sau hơn 10 năm vận hành, lượng khách tới địa phương chạm mốc hơn 4,3 triệu lượt (tăng gấp 4-5 lần; (ii) Doanh thu du lịch: Đạt 19.000 tỷ đồng, gấp hơn 11 lần so 2013; (iii) Tạo việc làm và thu nhập: Giải quyết được bài toán việc làm, chuyển đổi sinh kế thành công cho hàng nghìn lao động, đặc biệt là đồng bào dân tộc thiểu số tại địa phương.

- *Kích cầu hệ sinh thái dịch vụ*: Quần thể du lịch thu hút lượng lớn du khách, thúc đẩy hàng loạt khách sạn, homestay, nhà hàng và dịch vụ vận tải tại Sa Pa mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng phục vụ. Mức chi tiêu bình quân của du khách cũng tăng đáng kể.

2) Công trình Sun World Bà Đen Mountain

Dự án Sun World Ba Den Mountain do Tập đoàn Sun Group đầu tư đã tạo ra bước ngoặt mang tính cách mạng cho kinh tế Tây Ninh; mang lại doanh thu đột phá cho nhà đầu tư mà còn đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy mạnh mẽ hạ tầng và các ngành dịch vụ địa phương. Khu du lịch này nổi bật với quần thể kiến trúc tâm linh giao thoa giữa cổ tự ngàn năm và các công trình hiện đại. Trái tim của vùng đất thánh là hệ thống 6 ngôi chùa cổ kính mang đậm nét kiến trúc truyền thống Phật giáo Nam Bộ, trải dài từ chân núi lên lưng chừng núi.

Các ngôi chùa cổ trong quần thể bao gồm: (i) Linh Sơn Tiên Thạch Tự (hơn 300 năm tuổi), nằm ở lưng chừng núi; Điện Bà được xây dựng trong hang đá tự nhiên (thờ Linh Sơn Thánh Mẫu, vị thần chủ của núi Bà Đen); (ii) Linh Sơn Phước Trung: Mang kiến trúc cong thanh thoát với các họa tiết hoa lá, mây trời; (iii) Chùa Linh Sơn Long Châu: Xây dựng 1830 bên trong hang đá tự nhiên (thờ Đạt Ma Sư Tổ và Phật Thích Ca nhập niết bàn); (iv) Các chùa khác. [5], [6].

Những khía cạnh thể hiện hiệu quả kinh tế nổi bật của dự án bao gồm:

- *Bứt phá lượng khách và doanh thu du lịch*: (i) Liên tục lập các kỷ lục với khoảng 5 triệu lượt du khách/10 tháng, là điểm đến tâm linh, chữa lành và tham quan hàng đầu khu vực Nam bộ; (ii) Lượng khách qua cáp treo chiếm >90% tổng lượng khách du lịch toàn tỉnh Tây Ninh, tạo nguồn thu trực tiếp và gián tiếp khổng lồ cho địa phương.

- *Định vị lại bức tranh kinh tế vĩ mô của Tây Ninh*: (i) Đưa Tây Ninh vươn lên dẫn đầu về tăng trưởng kinh tế (GRDP) tại vùng Đông Nam Bộ; (ii) Tạo tiền đề để Tây Ninh tiếp tục mời gọi hàng loạt nhà đầu tư lớn, mở rộng quy hoạch các khu thương mại, tham quan chuyên đề và nghỉ dưỡng quy mô lớn.

- *Thúc đẩy hạ tầng và kinh tế địa phương*: (i) Sự bùng nổ của du khách đã thúc đẩy chính quyền chi hàng trăm tỷ đồng để nâng cấp, mở rộng các tuyến đường kết nối trung tâm tỉnh Tây Ninh với khu du lịch; (ii) Tạo ra hàng ngàn việc làm, đồng thời kích thích các ngành dịch vụ lân cận và đặc sản địa phương phát triển mạnh mẽ.

- *Nâng tầm giá trị văn hóa và bền vững*: (i) Dự án sở hữu nhiều kỷ lục thế giới và châu Á (Ga cáp treo lớn nhất thế giới, Tượng Phật Bà Tây Bồ Đà Sơn, Tượng Phật Di Lặc bằng đá sa thạch), giúp nâng tầm ngành du lịch Việt Nam trên bản đồ quốc tế; (ii) Mô hình du lịch bền vững: Sự kết hợp giữa du lịch tâm linh truyền thống và công nghệ, cảnh quan thiên nhiên đã tạo ra lượng khách đến đều đặn quanh năm, vượt qua tính mùa vụ thông thường của du lịch giải trí [6].

2.3. Nghiên cứu hiệu quả kinh tế của hai dự án du lịch tâm linh có khai thác giá trị kiến trúc truyền thống

1) Hiệu quả kinh tế của dự án du lịch tâm linh Sun World Fansipan Legend

Dự án Sun World Fansipan Legend do tập đoàn Sun Group đầu tư là "đòn bẩy" chính biến Sa Pa từ điểm đến nhỏ thành trung tâm du lịch hàng đầu, thúc đẩy tăng trưởng vượt bậc kinh tế địa phương, tăng doanh thu du lịch nhiều lần và gia tăng mạnh mẽ quy mô vốn của đơn vị vận hành. Dự án này không chỉ góp phần đa dạng hoá sản phẩm du lịch mà còn tạo động lực tăng trưởng kinh tế cho tỉnh Lào Cai.

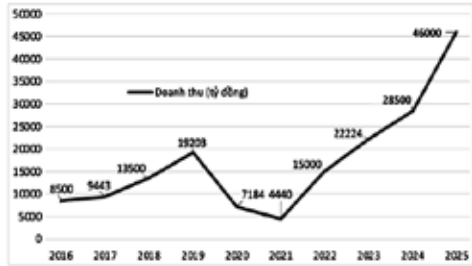
Biểu đồ 1. Thống kê tổng lượt khách du lịch đến tỉnh Lào Cai giai đoạn 2015 - 2025



(Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu từ Sở VH-TTDL tỉnh Lào Cai)

Trước khi có dự án, lượng khách du lịch đến tỉnh Lào Cai khoảng 2,09 triệu lượt khách. Sau khi hệ thống cáp treo và quần thể tâm linh Fansipan được khai thác, Biểu đồ 1 cho thấy con số này tăng lên từ 2,77 ⇒ 3,5 ⇒ 4,2 ⇒ 5,1 triệu lượt các năm 2016 - 2019 (tăng gấp 2,4 lần so với năm 2015). Sau dịch COVID-19 2020-2021, du lịch tỉnh Lào Cai đã phục hồi nhanh chóng, đạt 7,26 triệu lượt (2023) và 10,5 triệu lượt năm 2025 [4].

Biểu đồ 2. Thống kê tổng thu từ khách du lịch của Lào Cai giai đoạn 2015 - 2025



(Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu từ Sở VH-TTDL tỉnh Lào Cai)

Tỉnh Lào Cai cũng ghi nhận sự tăng trưởng trong doanh thu từ khách du lịch. Biểu đồ 2.2 thể hiện tổng thu từ du khách của tỉnh Lào Cai giai đoạn 2015 - 2025. Qua biểu đồ có thể thấy,

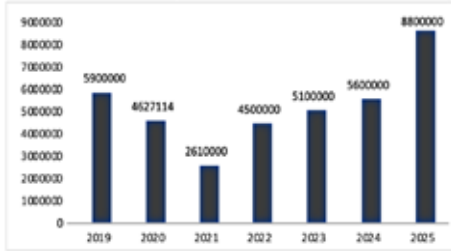
Trước khi có dự án, tổng thu từ du lịch đạt khoảng 6.000 tỷ đồng (2015). Sau khi hệ thống cáp treo và quần thể tâm linh Fansipan được khai thác, Biểu đồ 2 cho thấy con số này tăng lên từ 8.500 ⇒ 9443 ⇒ 13.500 ⇒ 19.203 tỷ đồng các năm 2016 - 2019 (tăng gấp 3,2 lần so với 2015). Sau dịch COVID-19 2020-2021, doanh thu phục hồi mạnh mẽ, đạt 22.244 tỷ đồng năm 2023 và khoảng 46.000 tỷ đồng năm 2025. Như vậy, sau mười năm, doanh thu du lịch tỉnh Lào Cai tăng hơn 7 lần so với thời điểm trước khi Sunworld Fansipan Legend đi vào hoạt động.

Tác động kinh tế của dự án còn được nhận góp phần nâng cao chất lượng đời sống cộng đồng địa phương. Tỷ lệ hộ nghèo tại Sapa giảm từ 50,7% năm 2015 xuống còn khoảng 13% năm 2025, tương đương với mức giảm ba phần tư chỉ trong một thập kỷ [1]. Sự dịch chuyển này gắn liền với quá trình người dân bản địa tham gia trực tiếp vào chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch như: trồng rau sạch, kinh doanh homestay, và làm việc tại các cơ sở cung cấp dịch vụ du lịch. Đáng chú ý, hơn 60% cán bộ nhân viên tại Sun World Fansipan là người dân tộc thiểu số địa phương.

2) Hiệu quả kinh tế của dự án du lịch tâm linh Sun World Bà Đen Mountain

Sun World Ba Den Mountain, nằm trong quần thể Khu du lịch quốc gia Núi Bà Đen, thuộc phường Bình Minh của tỉnh Tây Ninh. Đây là tổ hợp vui chơi giải trí và tâm linh nổi tiếng do Tập đoàn Sun Group đầu tư, bao gồm hệ thống cáp treo hiện đại đưa du khách lên đỉnh núi Bà Đen (nóc nhà Nam Bộ với độ cao 986 m). Quần thể Khu du lịch là sản phẩm tiêu biểu nhất trong bức tranh du lịch, với lượng khách chiếm đến hơn 90% tổng số khách đến Tây Ninh [3].

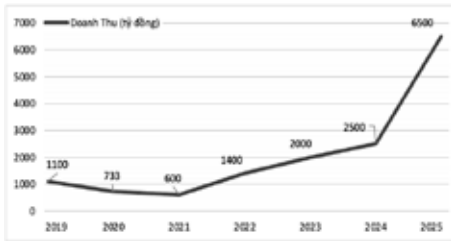
Biểu đồ 3. Thống kê lượt khách du lịch đến tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2019 - 2025



(Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu từ Sở VHTTDL tỉnh Tây Ninh)

Thời điểm ra mắt Sun World Bà Đen Mountain vào tháng 1/2020, Biểu đồ 3 cho thấy giai đoạn 2020 - 2021 có dấu hiệu sụt giảm do ảnh hưởng COVID-19; từ năm 2022, số lượt khách du lịch tăng trưởng trở lại, tăng vượt bậc đạt 8,8 triệu lượt khách năm 2025 (vượt 1 triệu lượt khách so với dự kiến).

Biểu đồ 4. Thống kê du thu từ du lịch tỉnh Tây Ninh giai đoạn 2019 - 2025



(Nguồn: Tác giả tổng hợp số liệu từ Sở VHTTDL tỉnh Tây Ninh)

Biểu đồ 4 cho thấy giai đoạn 2020 - 2021 doanh thu từ du lịch có dấu hiệu sụt giảm do ảnh hưởng COVID-19; từ năm 2022, doanh thu tăng trở lại và đạt 6,5 nghìn tỷ đồng 2025 (gấp 6 lần).

Từ khi được đưa vào hoạt động, dự án du lịch tâm linh Sun World Bà Đen Mountain đã có đóng góp rất lớn vào phát triển du lịch và tăng trưởng kinh tế của tỉnh Tây Ninh, sau 6 năm, doanh thu từ du lịch của tỉnh Tây Ninh đã tăng hơn gấp 6 lần.

2.4. Hàm ý chính sách cho du lịch TP.HCM

Sun World Fansipan Legend (Lào Cai) và Sun World Ba Den Mountain (Tây Ninh) là hai tổ hợp du lịch đẳng cấp, biến các vùng núi hẻo lánh thành điểm đến vươn tầm quốc tế. Cả hai dự án đều nhận được nhiều đánh giá tích cực nhưng cũng đi kèm một số bất cập về tác động.

Hai tổ hợp du lịch này đều sở hữu nhiều kỷ lục thế giới và châu Á về hệ thống cáp treo, biến việc chinh phục "nóc nhà Đông Dương" hay đỉnh núi Bà Đen linh thiêng trở nên dễ dàng cho mọi đối tượng du khách. Các dự án không chỉ dừng lại ở giải trí mà còn được thiết kế như những quần thể du lịch văn hóa; giữ được không gian văn hóa bản địa tại Sa Pa và quần thể kiến trúc tượng Phật Bà, chùa Bà quy mô lớn tại Tây Ninh, giúp nâng tầm du lịch tâm linh địa phương. Ưu điểm nổi bật là phát triển kinh tế địa phương, trải nghiệm tiếp cận đa dạng, điểm check-in đẳng cấp.

Tuy nhiên còn hạn chế và thách thức như: Chi phí dịch vụ đi kèm khá cao, làm thay đổi phần nào hệ sinh thái và cảnh quan thiên nhiên hoang sơ nguyên bản, áp lực mùa cao điểm.

TP.HCM có thể áp dụng các bài học từ hai dự án này để phát triển kinh tế đêm, du lịch sông nước và công nghiệp văn hóa; khai thác du lịch tâm linh dựa trên giá trị kiến trúc cần sự kết hợp hài hòa giữa bảo tồn di sản và phát triển kinh tế. Các hàm ý chính sách cốt lõi bao gồm:

- Bảo tồn và phục dựng di tích: Tăng cường ngân sách và xã hội hóa để trùng tu các công trình kiến trúc tôn giáo, tín ngưỡng cổ (Đình Thông Tây Hội, Tổ đình Giác Lâm), giữ nguyên vẹn các yếu tố "không gian thiêng" và kiến trúc gỗ truyền thống Nam Bộ. Cần quy

hoạch các khu vực như Chợ Lớn, Bến Thành, hoặc hệ thống kênh rạch thành các không gian văn hóa. Thay vì khai thác đơn thuần, nên tích hợp công nghệ (nhạc nước nghệ thuật, chiếu sáng 3D) và nghệ thuật đương đại (như các show diễn thực cảnh trên sông Sài Gòn) để kể câu chuyện lịch sử.

- Số hóa không gian di sản: Ứng dụng công nghệ thực tế ảo (VR) và hệ thống thuyết minh tự động (Audio Guide) để du khách hiểu sâu sắc về nghệ thuật chạm khắc, phù điêu gốm (như Chùa Bà Thiên Hậu) và lịch sử kiến trúc.

- Phát triển chuỗi sản phẩm chuyên biệt: Xây dựng các tuyến du lịch chuyên đề kết nối kiến trúc tôn giáo (Đình - Chùa - Miếu) kết hợp trải nghiệm văn hóa bản địa, nghệ thuật biểu diễn và thiên định để tăng thời gian lưu trú của du khách. Cần liên kết chặt chẽ các điểm đến rời rạc hiện tại thành các tour xuyên suốt, tích hợp giao thông đường thủy chất lượng cao cùng trải nghiệm ẩm thực - mua sắm về đêm để tăng thời gian lưu trú và chi tiêu của du khách.

3. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Bài báo đã hệ thống cơ sở lý thuyết về giá trị kiến trúc chùa truyền thống Việt Nam trong thu hút khách du lịch, đồng thời, phân tích thực tiễn hiệu quả kinh tế của hai dự án du lịch tâm linh tiêu biểu. Kết quả nghiên cứu khẳng định giá trị của kiến trúc chùa truyền thống Việt Nam có sức hút rất lớn với du khách. Các đặc trưng về bố cục không gian, kết cấu gỗ, điêu khắc trang trí và triết lý hài hòa với thiên nhiên, không chỉ là biểu đạt của bản sắc văn hoá dân tộc mà còn là tài nguyên du lịch có giá trị kinh tế cao. Việc tái hiện và ứng dụng có bài bản các giá trị kiến trúc Phật giáo truyền thống trong các dự án đầu tư du lịch tâm linh quy mô lớn đã được chứng minh là có khả năng thúc đẩy tăng trưởng mạnh mẽ về số lượng khách du lịch, doanh thu từ du lịch và tạo ra hiệu ứng lan tỏa tích cực đến đời sống kinh tế, xã hội của địa phương. Trên cơ sở đó, bài báo đề xuất các hàm ý chính sách cho TP.HCM trong việc khai thác và triển khai các dự án du lịch tâm linh có tái hiện kiến trúc truyền thống nhằm xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù cho thành phố.

Để các dự án đạt hiệu quả kinh tế lâu dài đồng thời bảo tồn giá trị kiến trúc truyền thống, các chủ đầu tư và ban quản lý cần áp dụng một số giải pháp nhằm tối ưu hóa hiệu quả hoạt động, bao gồm: (i) Đa dạng hóa sản phẩm: Không chỉ dừng lại ở lễ bái, cần tích hợp thêm các sản phẩm du lịch trải nghiệm như thiên định, nghiên cứu văn hóa, và du lịch sinh thái để hút khách quanh năm; (ii) Ứng dụng công nghệ: Quản lý đám đông, số hóa vé tham quan, trải nghiệm thực tế ảo (VR) về lịch sử kiến trúc chùa giúp giảm tải cho di tích và tăng trải nghiệm khách hàng; (iii) Chia sẻ lợi ích với cộng đồng: Đào tạo và trao quyền cho người dân địa phương cung ứng dịch vụ để họ có thu nhập, từ đó nâng cao ý thức bảo vệ cảnh quan và văn hóa.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Thủ Dầu Một theo đề tài nghiên cứu khoa học mã số DT.25.1-277.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Quang Anh. Khu du lịch trên đỉnh núi cao nhất Việt Nam được vinh danh "Điểm du lịch có thắng cảnh thiên nhiên hàng đầu thế giới". Báo Người quan sát, 2025.
- [2] Báo Nhân Dân. Tin tức du lịch tâm linh, 02/2025.
- [3] Báo Sài Gòn Giải Phóng. Chuyên mục du lịch, 8/2023.
- [4] Sun World Fansipan Legend. Chiêm bái chùa trên đỉnh Fansipan, 2018.
- [5] Sun World Ba Den Mountain. Hệ thống các công trình văn hóa tâm linh độc đáo trên đỉnh núi Bà Đen, Tây Ninh, 2021.
- [6] Sun World Ba Den Mountain. Khám phá tượng Phật núi Bà Đen giữa mây trời Tây Ninh, 2021.
- [7] Sun World Ba Den Mountain. Vườn thiên Ưu Đàm Núi Bà Đen - không gian tâm linh trên đỉnh núi, 2021.
- [8] Vietnam Hội nhập. Du lịch tâm linh: Gắn kết niềm tin, lan tỏa giá trị văn hóa và kinh tế, 2025.