

# Đa dạng hóa trải nghiệm trong mô hình du lịch học tập nhiếp ảnh tại thành phố Hồ Chí Minh

Trương Hoàng Tố Nga<sup>1</sup>, Ngô Thanh Loan<sup>1,\*</sup>, Nguyễn Võ Hoàng Mai<sup>2</sup>

## TÓM TẮT

Thành phố Hồ Chí Minh là một môi trường du lịch năng động với sự ra đời liên tục của nhiều mô hình kinh doanh du lịch mới để đáp ứng nhu cầu khác nhau của từng phân khúc khách hàng. Trong bài viết này, nhóm tác giả tìm hiểu về mô hình du lịch học tập nhiếp ảnh, một loại hình du lịch dành cho nhóm đối tượng du khách yêu thích việc học cách sử dụng những máy ảnh cổ, máy ảnh dùng phim trong quá trình tham quan các điểm đến. Mục đích của bài viết là mô tả và phân tích tổ hợp các trải nghiệm mà du lịch học tập nhiếp ảnh mang lại cho du khách, qua đó đóng góp một ví dụ cụ thể về việc đa dạng hóa trải nghiệm trong du lịch, cả về mặt lý luận và thực tiễn khai thác loại hình này. Nghiên cứu được tiến hành bằng phương pháp tổng hợp và phân tích tài liệu thứ cấp, kết hợp cùng điển dã dân tộc học, với các kỹ thuật quan sát tham dự và phỏng vấn bán cấu trúc. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng du lịch học tập nhiếp ảnh được tạo nên từ ba thành tố chính là tham quan du lịch, học tập nhiếp ảnh và du lịch nhiếp ảnh, tạo nên một tổ hợp trải nghiệm đáng nhớ, độc đáo cho du khách. Từ đó cho thấy đây là một loại hình du lịch nhiều tiềm năng, tuy không thu hút khách du lịch một cách đại trà nhưng góp phần quan trọng cho việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch cho thành phố và mở ra những hướng nghiên cứu liên quan đến chủ đề này.

**Từ khoá:** du lịch học tập, du lịch nhiếp ảnh, học tập nhiếp ảnh, tổ hợp trải nghiệm, du lịch thành phố Hồ Chí Minh

<sup>1</sup>Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

<sup>2</sup>Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

## Liên hệ

**Ngô Thanh Loan**, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam  
Email: ngothanhloan@iuh.edu.vn

## Lịch sử

- Ngày nhận: 24-01-2024
- Ngày sửa đổi: 20-6-2024
- Ngày chấp nhận: 16-8-2024
- Ngày đăng: 30-9-2024

## DOI:

<https://doi.org/10.32508/stdjssh.v8i3.978>



## Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



## ĐẶT VẤN ĐỀ

Trải nghiệm du lịch của du khách là hành trình thoát khỏi thói quen hàng ngày của một người<sup>1</sup>. Aho<sup>2</sup> khẳng định trải nghiệm du lịch liên quan đến cảm xúc, đến học tập, đến việc thực hiện và việc giải thích kết quả của những trải nghiệm. Bên cạnh đó, tính mới hay những trải nghiệm kỳ lạ và độc đáo làm hài lòng khách du lịch được coi là có ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định của khách du lịch<sup>3,4</sup>.

Giá trị trải nghiệm của khách hàng được định nghĩa là kết quả hoặc lợi ích mà khách hàng nhận được trong mối tương quan với tổng chi phí<sup>5-8</sup>. Các doanh nghiệp du lịch hiện nay đã và đang chuyển hướng tập trung mạnh vào những trải nghiệm đáng nhớ để tạo nên giá trị cho sản phẩm dịch vụ của mình. Qua đó tạo thành những ấn tượng kích thích du khách có nhu cầu lặp lại những trải nghiệm bằng cách quay lại các địa điểm du lịch hoặc tìm hiểu sản phẩm khác của đơn vị đã tổ chức chương trình du lịch đó để nhận được những trải nghiệm đáng nhớ một lần nữa. Do vậy, việc gia tăng trải nghiệm cho du khách là kim chỉ nam cho các cá nhân và đơn vị kinh doanh du lịch trong bối cảnh cạnh tranh hiện tại.

Trong ngành du lịch, sự đa dạng hóa giúp cung cấp các sản phẩm trải nghiệm khác nhau và tùy chỉnh

theo nhu cầu của khách hàng; tạo sự linh hoạt trong việc lập kế hoạch và thiết kế trải nghiệm tại điểm đến. Sự đa dạng của sản phẩm du lịch còn giúp tăng tính cạnh tranh thông qua việc tạo ra nhiều yếu tố bổ sung, tương hỗ và hiệu quả kinh tế theo phạm vi (economies of scope)<sup>9</sup>. Thực tế cho thấy nhu cầu của du khách hiện nay có nhiều thay đổi, từ đơn thuần là nghỉ ngơi, tham quan, giải trí chuyển sang được trải nghiệm, và được nâng lên thành tham gia một cách chủ động hơn trong các hoạt động du lịch. Tăng cường hoạt động trải nghiệm hoặc kết hợp nhiều dịch vụ để tạo nên trải nghiệm mới mẻ độc đáo là cách đa dạng hóa sản phẩm du lịch phù hợp với xu hướng du lịch mới này. Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) được chọn làm địa bàn điển cứu vì có lượng khách du lịch đông và đa dạng nhất nhì cả nước, có điều kiện về hạ tầng và nhân lực để có thể cung cấp được nhiều dịch vụ khác lạ cho du khách. Đồng thời, thành phố có các chính sách khuyến khích phù hợp để tạo động lực cho các nhà cung cấp dịch vụ du lịch sáng tạo, thiết kế ra các sản phẩm du lịch mới lạ. Theo ông Nguyễn Văn Dũng, Phó Chủ tịch Ủy ban nhân dân TP.HCM, để đạt các mục tiêu phát triển du lịch đến năm 2025 và 2030 do thành phố đề ra, TP.HCM sẽ tập trung “đa dạng hoá hình thức, sản phẩm du lịch cùng với việc ưu tiên phát

**Trích dẫn bài báo này:** Nga T H T, Loan N T, Mai N V H. Đa dạng hóa trải nghiệm trong mô hình du lịch học tập nhiếp ảnh tại thành phố Hồ Chí Minh. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.* 2024; 8(3):2563-2571.

triển sản phẩm du lịch đặc thù; xây dựng thương hiệu mang bản sắc riêng của Thành phố và nâng cao tính cạnh tranh của điểm đến, nhằm góp phần xây dựng thương hiệu TP.HCM, tạo điểm nhấn thu hút khách du lịch. Chú trọng chất lượng tăng trưởng và tính chuyên nghiệp. Chú trọng liên kết giữa du lịch với các ngành khác trong chuỗi giá trị, gắn với phát triển xanh, bền vững, ứng dụng khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin để nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, xây dựng điểm đến thông minh và phương châm “lấy trải nghiệm của khách du lịch làm trung tâm”.<sup>10</sup>

Du lịch học tập nhiếp ảnh là một trong những mô hình du lịch tại TP.HCM đang làm nhiệm vụ vừa tạo cho du khách cơ hội tham quan điểm đến, hiểu về lịch sử, văn hóa, cộng đồng địa phương; lại vừa mang đến cho du khách những kiến thức và kỹ năng sử dụng máy ảnh cổ, phù hợp với định hướng đa dạng hóa sản phẩm, tăng cường trải nghiệm cho du khách do thành phố đề ra. Máy ảnh phim trong chương trình du lịch này không chỉ là một công cụ mà còn là một trải nghiệm hiếm có; bởi trong sự phát triển của công nghệ hiện đại, con người thường sử dụng điện thoại thông minh, máy ảnh kỹ thuật số để chụp ảnh và quay phim trong các chuyến đi chơi của mình. Việc sử dụng máy phim mang lại cảm giác hồi hộp với từng cú bấm máy vì ảnh chụp lỗi không thể xóa đi chụp lại và số lượng phim cũng có hạn khiến người tham gia phải thật thận trọng trong mỗi lần chụp. Từ đó, khách du lịch sẽ hiểu sâu hơn giá trị mỗi bức ảnh được tạo ra.

Trong bài viết này, các khái niệm cơ bản liên qua đến loại hình du lịch học tập nhiếp ảnh sẽ được giới thiệu, để làm cơ sở cho việc mô tả và phân tích tổ hợp các trải nghiệm mà du lịch học tập nhiếp ảnh mang lại cho du khách. Qua đó, nhóm nghiên cứu mong muốn đóng góp một ví dụ cụ thể về việc đa dạng hóa trải nghiệm trong du lịch, cả về mặt lý luận và thực tiễn khai thác loại hình du lịch học tập nhiếp ảnh, đồng thời gợi mở các hướng nghiên cứu tiếp theo về chủ đề này.

## CƠ SỞ LÝ LUẬN

### Du lịch học tập

Du lịch học tập có thể được coi là một xu hướng du lịch trong tương lai do tính hấp dẫn của nó tập trung vào mục đích cụ thể, chẳng hạn như học tập trong khi đi du lịch, việc thỏa mãn những tò mò về ngôn ngữ, văn hóa và môi trường [11, tr.17]. Đó là khi người tham gia đi theo nhóm đến một địa điểm cụ thể, với mục tiêu chính là tích lũy kinh nghiệm và tham gia khóa đào tạo dành riêng cho điểm đến; chúng có thể là các chuyến tham quan học tập, tham gia các hội

thảo để học các kỹ năng<sup>12</sup>. Cũng có ý kiến cho rằng du lịch học tập là bất kỳ hình thức du lịch nào mà thông qua đó du khách học hỏi được những thứ mới lạ và có thêm trải nghiệm [13, tr.193].

Mục đích học tập của chuyến đi có thể là mục đích chính hoặc chỉ là một phần của chuyến đi du lịch học tập<sup>14,15</sup>. Nội dung của các chuyến đi này thiên về thu thập kiến thức và kinh nghiệm, do vậy đòi hỏi sự tham gia tích cực của khách du lịch<sup>16</sup> cũng như sự tư duy sáng tạo của nhà điều hành/lãnh đạo chương trình du lịch và cộng đồng địa phương.

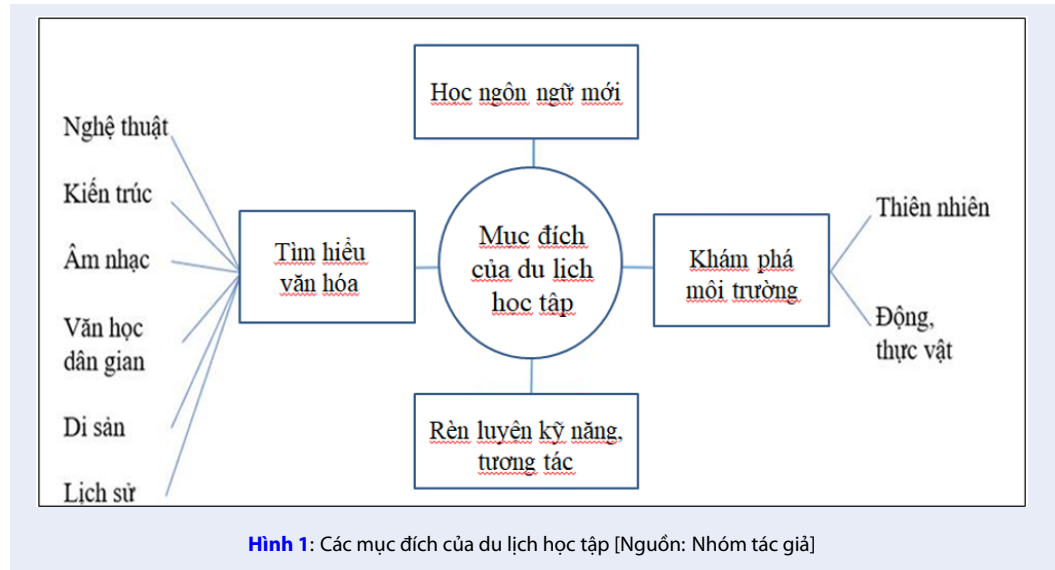
Tổ chức Du lịch Thế giới<sup>17</sup>, đã định nghĩa du lịch học tập là các sản phẩm và dịch vụ liên quan đến nghiên cứu học thuật, các kỳ nghỉ nâng cao kỹ năng, các chuyến đi học, huấn luyện thể thao, các khóa học phát triển nghề nghiệp và các khóa học ngôn ngữ, v.v. Du lịch học tập được công nhận rằng không chỉ làm phong phú thêm kiến thức của du khách mà còn nâng cấp sản phẩm du lịch cho ngành du lịch địa phương<sup>18</sup>. Ở hình thức du lịch học tập nhiếp ảnh, do đòi hỏi phải có nhân sự có chuyên môn về nhiếp ảnh và có cơ sở vật chất kỹ thuật nhất định để giúp khách trải nghiệm toàn bộ quá trình từ học đến chụp ảnh và in tráng ảnh nên hiện nay ở Việt Nam tập trung chủ yếu ở các thành phố lớn. Vì vậy, nội dung học tập, tìm hiểu của các chương trình này thường gắn liền với không gian du lịch đô thị. Cụ thể là đặc điểm kiến trúc, cảnh quan đô thị, chịu ảnh hưởng từ nhiều yếu tố khác nhau mà nổi bật nhất là đô thị hóa. Nhu cầu du lịch học tập thể hiện ở chỗ khách du lịch được trải nghiệm, tham quan các công trình kiến trúc, văn hóa gắn với quá trình phát triển đô thị hóa của thành phố. Bên cạnh đó, việc tìm hiểu lịch sử, giáo dục ý thức trong việc bảo tồn các công trình văn hóa chịu nhiều ảnh hưởng tiêu cực từ chính quá trình đô thị hóa ấy. Giá trị du lịch học tập còn thể hiện ở chỗ khách du lịch được tương tác với cộng đồng, chính người dân địa phương là người kể cho du khách những câu chuyện về lịch sử, về cách sử dụng những đồ dùng sinh hoạt địa phương, về những con người trầm lặng của khu vực họ sinh sống,... (xem Hình 1).

### Học tập nhiếp ảnh

Bên cạnh thành tố du lịch và du lịch học tập, học tập nhiếp ảnh được nghiên cứu này nhấn mạnh là yếu tố độc đáo, đóng góp rất lớn vào việc để lại trải nghiệm riêng biệt của hoạt động du lịch. Hoạt động học tập nhiếp ảnh trong chuyến đi được phân tích nghiên cứu dựa trên hai khía cạnh chính: học tập về thiết bị nhiếp ảnh và học tập về kỹ thuật nhiếp ảnh.

*- Học tập về thiết bị nhiếp ảnh*

Ở hoạt động du lịch nhiếp ảnh, máy ảnh phim được ưu tiên sử dụng hơn máy ảnh kỹ thuật số. Theo lý giải



từ đơn vị tổ chức, có ba lí do chính để máy ảnh phim được lựa chọn. Một là xuất phát từ năng lực và kinh nghiệm cá nhân của nguồn nhân lực, hai là việc đáp ứng thị hiếu “quay trở lại” với ảnh phim của tệp khách hàng mục tiêu hiện nay và ba là những trải nghiệm khác biệt mà máy ảnh phim mang lại cho người dùng. Máy ảnh phim được đánh giá là có cách sử dụng đơn giản, tuy vậy, kể cả đối với những người đã quen thuộc với máy ảnh kỹ thuật số hay thậm chí là máy phim, với từng dòng máy khác nhau cũng sẽ có các thao tác khác nhau khi sử dụng. Do đó, ở hoạt động du lịch nhiếp ảnh có sử dụng máy phim, trước mỗi chuyến đi, người tổ chức sẽ có hoạt động hướng dẫn chi tiết cách sử dụng máy. Hoạt động này tạo ra được sự hứng thú cho du khách, đặc biệt với các khách lần đầu tiếp xúc. Đây cũng là một trong những yếu tố quyết định đến mặt chất lượng của chuyến đi và nhận được nhiều sự phản hồi tích cực từ phía những người tham gia. Đơn vị tổ chức nhìn chung cung cấp kiến thức cho du khách về máy ảnh phim ở các nội dung sau: i) Lịch sử ra đời và quá trình phát triển của máy, ii) Kết cấu và chức năng của các bộ phận trên máy, iii) Cách thức và quy trình sử dụng máy.

*- Học tập về kỹ thuật nhiếp ảnh*

Bên cạnh thiết bị là máy ảnh và cuộn phim, kỹ thuật trong nhiếp ảnh cũng được đơn vị tổ chức trang bị ở mức độ nền tảng cho du khách. Kỹ thuật nhiếp ảnh là nội dung bổ trợ, đảm bảo du khách có thể ghi lại được những hình ảnh phù hợp với mong muốn của họ đồng thời thỏa mãn một số quy tắc nhất định mà những người sử dụng máy ảnh tương đối đồng thuận. Đơn vị tổ chức chỉ trang bị ở mức nền tảng với mục đích tạo không gian tự do cho du khách được sáng tạo

và lựa chọn cách thức chụp ảnh mà không bị gò bó bởi bất cứ quy tắc ràng buộc nào. Điều này vô hình trung tạo cảm giác trải nghiệm thoải mái cho du khách. Đơn vị tổ chức chỉ đóng vai trò cố vấn, hỗ trợ và gợi ý một số khía cạnh chủ yếu.

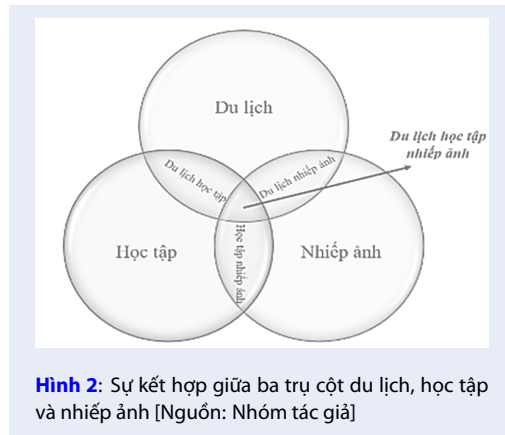
**Du lịch nhiếp ảnh**

Du lịch và nhiếp ảnh đã trở thành hai bộ phận song hành cùng nhau kể từ khi nhiếp ảnh được giới thiệu trên thế giới vào năm 1839 với mục đích thương mại<sup>19-21</sup>. Việc sử dụng máy ảnh cho các hoạt động nhiếp ảnh đã trở thành một phần không thể thiếu của thực tế đời sống<sup>22,23</sup>.

Gogoi<sup>24</sup> nhấn mạnh hai đặc điểm quan trọng, không thể thiếu của du lịch nhiếp ảnh chính là “mục tiêu phía sau việc tham quan một địa điểm” và “tính độc đáo của các đối tượng chụp ảnh”. Các đối tượng mà khách du lịch muốn chụp phải có một số nét độc đáo về phong cảnh, động vật, con người và văn hóa hoặc thói quen ăn uống và trang phục ở điểm đến du lịch. Chính điều này sẽ kích thích mong muốn khám phá và khách du lịch sẽ mong muốn chụp lại những bức ảnh. Yi và Le<sup>25</sup> cho rằng du lịch nhiếp ảnh là một sản phẩm du lịch đặc thù hay sản phẩm du lịch đặc biệt, mang nét đặc trưng riêng so với các loại hình du lịch khác. Thứ nhất, nó có tính tham gia cao và phù hợp với xu hướng phát triển của ngành du lịch. Mỗi khách du lịch chụp ảnh đều có thể tự mình trải nghiệm niềm vui khi chọn điểm, chọn góc, điều chỉnh thiết bị và chụp được bức ảnh trong quá trình du lịch. Thông qua ống kính, họ có thể quan sát những thay đổi xã hội, trải nghiệm phong tục dân gian. Thứ hai, tính chuyên nghiệp là rõ ràng. Khách du lịch cần phải có một trình độ hiểu

biết về nhiếp ảnh nhất định để có thể trải nghiệm du lịch nhiếp ảnh một cách trọn vẹn. Thứ ba, tính toàn diện là đặc điểm nổi bật. Du lịch nhiếp ảnh dễ kết hợp với giáo dục lòng yêu nước, giảng dạy nghiệp vụ du lịch và các phương pháp du lịch khác. Ngoài ra, du lịch nhiếp ảnh còn có đặc điểm không có mùa cao điểm, độ an toàn cao, chi phí thấp.

Như vậy, để phát huy tối đa tiềm năng của mô hình du lịch học tập nhiếp ảnh, cũng như nhằm mục đích xây dựng tổ hợp trải nghiệm đáng nhớ độc quyền cho du khách, chúng tôi đề xuất mô hình ba trụ cột chính là du lịch, học tập và nhiếp ảnh. Mỗi cặp trụ cột khi kết hợp với nhau lại cho ra đời một loại hình dịch vụ: du lịch học tập, du lịch nhiếp ảnh và học tập nhiếp ảnh. Sự giao thoa giữa ba loại hình dịch vụ này chính là mô hình du lịch học tập nhiếp ảnh (xem Hình 2).



## PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để nhận định rõ các thành tố tạo nên trải nghiệm trong mô hình du lịch học tập nhiếp ảnh, nhóm nghiên cứu đã tổng hợp và phân tích nhiều tài liệu có liên quan đến chủ đề này để xây dựng cơ sở lý luận cho nghiên cứu, chủ yếu là sách và các bài viết trên tạp chí khoa học, hầu hết đều bằng tiếng Anh. Ngoài ra, các thông tin liên quan đến các chương trình du lịch học tập nhiếp ảnh trên các website hoặc các trang mạng xã hội của các đơn vị tổ chức cũng được tham khảo, chủ yếu để thu thập thông tin về các chương trình được tổ chức và các nhận xét, đánh giá từ người tham dự.

Đối với dữ liệu sơ cấp, nhóm đã tiến hành phương pháp điển dã dân tộc học, với các kỹ thuật quan sát tham dự và phỏng vấn bán cấu trúc. Du lịch học tập nhiếp ảnh chỉ mới được triển khai ở phạm vi nhỏ, chủ yếu khai thác thị trường khách là những du khách có đam mê với máy ảnh cổ. Do đó, nhóm nghiên cứu lựa chọn phương pháp định tính để có thể tiếp cận với môi trường du lịch học tập nhiếp ảnh, từ vị thế

khách du lịch và người hỗ trợ, hướng dẫn du khách chụp và rửa phim. Phương pháp định lượng không thể hiện trọn vẹn được lý do du khách lựa chọn mô hình du lịch này, cũng như những trải nghiệm, cảm xúc và suy nghĩ của họ khi tham gia du lịch nhiếp ảnh. Nhóm tác giả xây dựng mô hình quan sát tham dự phát triển theo trình tự gồm ba giai đoạn chính. Ở giai đoạn đầu, nhóm tác giả trao đổi trực tiếp với đơn vị nghiên cứu hạt nhân (Saigon Film Photowalk), khai thác những thông tin sơ bộ, quy trình tổ chức, thuận lợi, khó khăn của hoạt động này. Sau khi xem xét về các sản phẩm hiện đang được giới thiệu, nhóm tác giả lựa chọn tham gia vào một chương trình du lịch đặc trưng nhất, để tìm hiểu về nội dung chương trình và phương thức tổ chức.

Ở giai đoạn hai, nhóm tác giả tham gia hỗ trợ các hoạt động liên quan của Saigon Film Photowalk, đặc biệt là hoạt động tráng – rửa phim. Cũng ở giai đoạn này, phỏng vấn du khách đã được thực hiện nhằm khai thác các thông tin liên quan đến động lực hành động, nhu cầu của du khách, bên cạnh đó, chúng tôi phỏng vấn đơn vị tổ chức về hiệu quả kinh tế thu được từ hoạt động và định hướng phát triển trong tương lai. Các mẫu phỏng vấn được chọn một cách thuận tiện và phỏng vấn trực tiếp từ khách du lịch tham gia hai đợt tổ chức chương trình của đơn vị này. Trong bài viết này, chủ yếu các phỏng vấn sâu du khách (09 người), kết hợp với các nhận xét, đánh giá (reviews) của du khách trên các trang mạng xã hội và website được sử dụng để tìm hiểu động cơ và trải nghiệm của khách du lịch đối với loại hình du lịch học tập nhiếp ảnh, bao gồm góc nhìn, mong đợi và thái độ của khách thể khi tham gia hoạt động du lịch học tập nhiếp ảnh. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn ghi nhận đánh giá của khách thể về những hiểu biết và sự hứng thú mà hình thức du lịch này mang lại, qua đó làm sáng tỏ các giá trị về du lịch, học tập và nhiếp ảnh của loại hình du lịch học tập nhiếp ảnh.

Ở giai đoạn ba, để có được góc nhìn đa chiều và tổng quát hơn về hoạt động du lịch học tập nhiếp ảnh, tác giả đã tiến hành liên lạc với 10 đơn vị khác hiện đang khai thác và tổ chức hoạt động du lịch học tập nhiếp ảnh trên địa bàn TP.HCM để khảo sát, phỏng vấn nhằm thu thập thêm thông tin, từ đó so sánh với đơn vị nghiên cứu ban đầu.

## KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Phần lớn các đơn vị hiện tổ chức các chương trình du lịch học tập nhiếp ảnh tại TP.HCM do người nước ngoài sáng lập, họ đã từng thực hiện chương trình du lịch này ở một số quốc gia trên thế giới và hiện tại đang chọn Việt Nam là điểm đến tiềm năng để phát triển mô hình này (xem Bảng 1).

**Bảng 1: Danh sách những đơn vị đang tổ chức mô hình du lịch kết hợp học tập và nhiếp ảnh tại TP.HCM**

STT	Đơn vị tổ chức	Người tổ chức	Thị trường khách	Điểm tham quan chụp ảnh chủ yếu
0	Saigon's Photography Walking Tour (đơn vị chọn để thực hiện quan sát tham dự)	Người Việt Nam	Khách nước ngoài, ít khách Việt và đa số từ 20 - 50	TP.HCM (Quận 5, Quận 1)
1	Anh T. (Saigon Film Photowalk)	Người Việt Nam	Khách Việt (đa số là giới trẻ từ 18 - 30 tuổi), khách nước ngoài tham quan Việt Nam	Quận 1, Quận 5, Quận 8, quận Bình Thạnh
2	Vietnam Photo Adventures	Người nước ngoài	Khách từ 14 - 84 tuổi, đa số là từ 30 - 50 tuổi và chủ yếu là khách nước ngoài, hoặc Việt kiều	TP.HCM (Quận 1, 3, 5); Đồng bằng sông Cửu Long, miền Bắc Việt Nam
3	Saigon Photography Tours	Người nước ngoài	Chỉ có khách nước ngoài từ 18 - 60 tuổi	TP.HCM (Quận 5, Quận 1)
4	Voyage	Người nước ngoài		TP.HCM
5	Anh Nam	Người Việt Nam	Khách nước ngoài nhiều hơn khách Việt, đa số là khách trung niên	TP.HCM
6	Anh Kha	Người Việt Nam	Khách từ trẻ đến trung niên chủ yếu là khách nước ngoài	Quận 1
7	An Bui Photography	Người Việt Nam	Khách nước ngoài, đa số là nhiếp ảnh gia	Các chuyến đi dài ngày tại TP.HCM và các tỉnh/thành khác
8	Vietnaminfocus (Paul Green)	Người nước ngoài	Nhiếp ảnh gia, nhà sản xuất phim tài liệu	Quận 8
9	Vietnaminfocus (Giang Phạm)	Người Việt Nam	Nhiếp ảnh báo chí, phim tài liệu và đường phố	
10	Viatnaminfocus (William Hamilton)	Người nước ngoài	Nhiếp ảnh gia	TP.HCM, Hà Nội

[Nguồn: Nhóm tác giả]

Về phương thức tổ chức, các đơn vị đều có hình thức triển khai chương trình khá tương đồng. Với hoạt động du lịch học tập nhiếp ảnh có sử dụng máy phim, trước mỗi chuyến đi, người tổ chức sẽ có hoạt động hướng dẫn chi tiết cách sử dụng máy. Hoạt động này tạo ra được sự hứng thú cho du khách, đặc biệt với các khách lần đầu tiếp xúc với dòng máy này.

Về dịch vụ vận chuyển, du khách nếu có xe máy sẽ dùng chính phương tiện của mình để di chuyển đến các điểm tham quan, đối với khách nước ngoài, ban tổ chức sẽ hỗ trợ sắp xếp xe máy và cộng tác viên chở du khách. Ngoài ra, ở những điểm đến trên sông, cả đoàn sẽ cùng lên một chiếc thuyền nhỏ do chính người dân chèo lái để đến với các điểm tham quan.

Chuyến đi được thực hiện trong ngày nên khía cạnh lưu trú không được đầu tư trong mô hình này.

Ngoài ra, khách du lịch sẽ được chia sẻ kiến thức về các chủ đề về văn hóa, đời sống, phong tục tập quán, lịch sử, địa lí,... của địa phương. Họ còn được trải nghiệm các hoạt động tương tác với dân cư sở tại để nâng cao tính hấp dẫn của chuyến đi cũng như có thêm kiến thức về nếp sống của người dân. Bên cạnh đó, các kiến thức về chụp ảnh và các hoạt động có liên quan đến máy ảnh cũng được các đơn vị truyền tải đến khách du lịch nhằm đảm bảo trải nghiệm của du khách được đầy đủ và tốt nhất. Sau mỗi chuyến đi, du khách được hướng dẫn và trực tiếp thực hiện các hoạt động tráng, rửa phim kết hợp với các hoạt động



có liên quan khác do đơn vị tổ chức.

Có thể thấy đa số các đánh giá của du khách tham dự chương trình du lịch học tập nhiếp ảnh đều mang tính tích cực. Đầu tiên là tính độc đáo, mới lạ của chương trình, được xác nhận qua các nhận xét của khách tham gia. Bên cạnh đó, sự nhiệt tình và kỹ năng của người hướng dẫn cũng là điểm cộng của chương trình.

“Cá nhân tôi thực sự yêu thích nó, cách tốt nhất để xem một địa điểm hay một thành phố là thông qua người dân địa phương. Tất cả những viên ngọc ẩn giấu đó có linh hồn, văn hóa, lịch sử. Không phải tour du lịch điển hình của bạn nhưng chắc chắn là sẽ có một điều đặc biệt mà bạn sẽ không hối tiếc!” (Từ trang web của đơn vị tổ chức Anh Nam – Tháng 01/2023).

“Đây là một trải nghiệm tuyệt vời và độc đáo. T. thực sự đã dành thời gian để giải thích mọi thứ - từ cách thức hoạt động của máy ảnh, đến lịch sử của khu vực, cũng như các khía cạnh khác nhau của văn hóa Việt Nam. Thật là một cách tuyệt vời để khám phá thành phố, và học hỏi hoặc phát triển một kỹ năng mới. Tôi chắc chắn sẽ giới thiệu chỗ này cho bất kỳ ai quan tâm đến nhiếp ảnh hoặc bất kỳ ai muốn ngắm nhìn thành phố từ một góc nhìn độc đáo. Tôi thích nó!” (Từ trang web của đơn vị tổ chức Saigon Film Photowalk – Tháng 03/2023) [T, hướng dẫn viên]

“Minh hứng thú với những cái công trình kiến trúc, tại vì mình khá là thích những cái về kiến trúc. Minh cũng có tìm hiểu nhưng mà kiểu như là nó sẽ không có cụ thể bằng việc là mình đi đến nơi đó, được nghe hướng dẫn viên thuyết minh về cái nơi đó. Nó sẽ khiến cho mình nhớ sâu hơn cái việc nào mình lên mạng mình tra nó sẽ dễ quên.” (BBPVS 4, ngày 23/3/2023).

Tiếp đến là việc có thêm những kiến thức mới về thành phố, khám phá các góc khuất mà khách du lịch thường hay bỏ lỡ. Tham quan và nhiếp ảnh là hai hoạt động gần như diễn ra song song trong tất cả các hoạt động du lịch. Tuy nhiên, được thoát khỏi những cung đường du lịch thông thường, với một công cụ họ chưa dùng tới, du khách đã có những kỷ niệm khó quên về chuyến đi.

“Minh học về marketing, mình chỉ vì cảm thấy hứng thú với loại hình du lịch này thì mình tham gia và mình cũng muốn tìm hiểu sâu hơn các kiến thức về bề dày lịch sử, địa lí nước nhà cũng như các công trình kiến trúc xưa qua các địa điểm mà trong chương trình du lịch sẽ đến, các địa danh cũng như địa điểm tại Sài Gòn.” (BBPVS 1, ngày 15/3/2023).

“...Minh cảm thấy Sài Gòn có những chỗ mà mọi người chưa biết nhiều hay là nó bị quên lãng đi. Khi mà mọi thứ nó hiện đại rồi mình lại thấy cảm thấy thiếu gì đó cổ điển trong sự hiện đại đó. Thì nó cũng khá là thú vị và nó khá thu hút mình. Cũng như là

việc mà mình chụp ảnh phim, sau đó mình được tráng phim rồi cầm cái phim trên tay, mình lưu giữ lại cho mình rất nhiều kỷ niệm về cái chuyến đi hôm đó...” (BBPVS 2, ngày 15/3/2023)

Cuối cùng, việc học sử dụng máy ảnh cơ để tạo ra những tác phẩm riêng của mình. Sự phấn khích từ việc lựa chọn một đối tượng mà họ quan tâm, chọn góc chụp, học điều chỉnh để có một tấm ảnh như ý và cả một chút hồi hộp lo lắng khi tự tay tráng rửa ảnh có lẽ là trải nghiệm mới mẻ nhất mà chương trình du lịch học tập nhiếp ảnh đem lại cho du khách.

“Trong quá trình tham gia tour, khi mình bắt đầu sử dụng máy ảnh phim thì mọi người sẽ có một buổi để chụp hình. Các cách sử dụng máy ảnh cũng như việc vận hành máy ảnh làm sao cho tốt nhất, nắm được cách tự chụp hình sẽ được trình bày trong buổi đó. Cũng như sau khi chụp hình xong, mình cũng sẽ có những cái buổi những workshop để thực hành tráng phim. Mình biết được sản phẩm của mình chụp ra và mình nghĩ rằng mình cũng sẽ có một số kiến thức cơ bản về máy ảnh phim.” (BBPVS 3, ngày 15/3/2023).

“Minh nghĩ là mọi người sẽ thấy thú vị về cái chuyện đó (ý nói hoạt động tráng phim) với lại là vì đặc thù của máy phim là không phải máy nào nó cũng giống nhau, đa phần là mỗi hãng họ làm cho mình dùng mỗi máy sẽ theo cái kiểu khác nhau. Lúc đó đa phần các khách sẽ hơi lúng túng nhưng cái quan trọng nhất, cái cảm xúc nhiều nhất sẽ là sự hồi hộp, tại vì không biết là sau khi chụp xong nó có ra ảnh hay không.” (BBPVS 6, ngày 10/4/2023)

## THẢO LUẬN

Có thể thấy trong hoạt động du lịch học tập nhiếp ảnh, điểm độc đáo và làm nên sự khác biệt cho chuyến đi là việc du khách được cung cấp ở mức cơ bản các kiến thức xoay quanh thiết bị và kỹ thuật trong nhiếp ảnh. Các kiến thức này được tiếp cận dưới góc độ nhập môn, mục đích nhằm gia tăng trải nghiệm trong chuyến đi, kết hợp hài hòa các yếu tố tham quan du lịch, tìm hiểu văn hóa và nhiếp ảnh. Tổ hợp trải nghiệm tạo nên các giá trị cho sản phẩm học tập nhiếp ảnh học như sau:

### Giá trị du lịch

Giá trị sử dụng của sản phẩm du lịch thể hiện ở chỗ nó làm thỏa mãn nhu cầu tổng hợp của khách du lịch bao gồm các nhu cầu cơ bản như: ăn uống, đi lại và các nhu cầu tinh thần như tham quan, nâng cao kiến thức, tăng cường giao lưu...

Về nhu cầu tham quan, du khách sẽ được đến những địa điểm sắp quy hoạch, đồng nghĩa với việc những bức ảnh trong chuyến đi có thể sẽ là những hình ảnh cuối cùng về điểm tham quan. Khách cũng được tiếp

cận với những địa điểm linh thiêng, gắn liền với các câu chuyện lịch sử cũng như tâm linh của địa phương, những địa điểm này thường không được đưa vào các chương trình du lịch đại trà bởi sức chứa nhỏ, hoặc vì người quản lý địa điểm không muốn có quá nhiều khách đến tham quan trong cùng một thời điểm. Du khách còn được tạo điều kiện để trao đổi với người dân, tiếp xúc với họ ở khoảng cách gần để cảm nhận được ý nghĩa của các hoạt động hàng ngày của họ. Qua đó, nhu cầu tham quan du lịch của khách được thỏa mãn ở cấp độ trải nghiệm, chứ không dừng lại chỉ biết thêm một địa điểm mới.

### Giá trị học tập

Du lịch học tập nhiếp ảnh gắn liền với không gian du lịch đô thị. Trực tiếp là đặc điểm kiến trúc, cảnh quan đô thị, chịu ảnh hưởng từ nhiều yếu tố khác nhau mà nổi bật nhất là đô thị hóa. Du lịch trong không gian đô thị mang đến nhiều lợi ích cho du khách. Dựa trên nghiên cứu của Thụy và Anh<sup>26</sup> cùng với việc trao đổi của nhóm nghiên cứu với các chuyên gia du lịch, nhóm nghiên cứu nhận thấy một số giá trị học tập trong chương trình du lịch này như giá trị về mặt lịch sử của địa điểm; đặc điểm và giá trị của các kiểu kiến trúc; văn hóa địa phương và học cách sử dụng máy ảnh phim.

Du lịch học tập nhiếp ảnh thỏa mãn nhu cầu được học tập, tiếp cận với tri thức và văn hóa mới mẻ của người tham gia. Sự hứng thú được học hỏi, lĩnh hội tri thức được người tham gia thể hiện rất rõ. Bên cạnh đó, những kiến thức mà khách du lịch có được thông qua chuyến đi phần nào giúp họ có cảm hứng về các bức ảnh họ chụp. “Nếu như mà bạn muốn trải nghiệm tốt, hãy đến một nơi nào đó để chụp ảnh mà có câu chuyện lịch sử ở đằng sau thì sẽ giúp cho tấm ảnh có hồn hơn, có câu chuyện hơn, nó sẽ tạo cho mình một cảm hứng sáng tác nhiều hơn.” (BBPVS 5, ngày 23/3/2023).

### Giá trị nhiếp ảnh

Đây cũng là một trong những yếu tố quyết định đến mặt chất lượng của chuyến đi và nhận được nhiều sự phản hồi tích cực từ phía những người tham gia. Thông qua chuyến đi, khách du lịch cũng đã phần nào biết thêm kiến thức về nhiếp ảnh:

Du lịch học tập nhiếp ảnh cũng tạo ra cơ hội để du khách được trao đổi, chia sẻ những sản phẩm nhiếp ảnh của mình. Giá trị này gia tăng sự tự tin và niềm đam mê nhiếp ảnh của người tham gia, cảm thấy tự hào hơn về khả năng của bản thân và tiếp tục phát triển đam mê nhiếp ảnh. Ngoài ra còn làm quen với những người bạn mới cùng chung đam mê nhiếp ảnh phim, xây dựng cộng đồng trên các nền tảng mạng

xã hội nhằm giữ và phát mối quan hệ vượt ra ngoài khuôn khổ của hoạt động du lịch.

Tựu trung lại, các giá trị du lịch, học tập và nhiếp ảnh bổ trợ nhau, cộng hưởng để tạo ra một tổ hợp trải nghiệm độc quyền, không tìm thấy được ở những loại hình du lịch khác bởi tính chuyên biệt liên quan đến học tập về nhiếp ảnh. Tuy nhiên, trên thực tế, không phải tất cả các đơn vị tổ chức đều tập trung vào yếu tố học tập, đa phần họ dùng máy ảnh phim như một công cụ để thu hút sự tò mò của du khách do đó các hoạt động tập huấn trước và sau chương trình tham quan không được nhấn mạnh. Cho nên, các chương trình du lịch này chỉ có thể được gọi tên là du lịch nhiếp ảnh, thay vì là du lịch học tập nhiếp ảnh.

### KẾT LUẬN

Việc nghiên cứu, sáng tạo các trải nghiệm du lịch sẽ giúp các doanh nghiệp du lịch xác định cách điều chỉnh hoạt động kinh doanh của họ hướng tới khách hàng và từ đó tăng cường sự quan tâm hoặc lòng trung thành của khách hàng. Các yếu tố của chiều kích trải nghiệm phải liên quan đến khách du lịch về mặt cảm xúc, thể chất, tinh thần và trí tuệ<sup>1</sup>.

Du lịch học tập nhiếp ảnh là một minh chứng cho việc khẳng định du lịch là một hiện tượng đa ngành vì nó có sự đan xen nhiều giá trị về du lịch, học tập và nhiếp ảnh. Tổ hợp trải nghiệm này giúp gia tăng cảm nhận tích cực của du khách đối với sản phẩm dịch vụ du lịch. Mô hình cho phép du khách là người đồng sáng tạo trong quá trình chương trình diễn ra vì chính họ có thể tạo ra các sản phẩm nhiếp ảnh, cho nên giá trị cảm nhận này sinh có khả năng cải thiện chất lượng trải nghiệm du lịch, từ đó góp phần mang lại sự hài lòng cho khách du lịch.

Bài viết cũng cho thấy tiềm năng của việc đưa tổ hợp trải nghiệm du lịch này vào các chương trình du lịch tại TP.HCM, thông qua các nhận xét tích cực từ những du khách đã tham gia. Các nhận định này sẽ được làm sáng tỏ hơn khi kết hợp với phân tích góc nhìn từ đơn vị tổ chức và của chuyên gia mà nhóm nghiên cứu sẽ thực hiện tiếp theo. Bên cạnh đó, các kết quả nghiên cứu bước đầu đã gợi mở ra những câu hỏi nghiên cứu mới như thị trường khách phù hợp cho loại hình du lịch này, vấn đề tổ chức và quản lý các hoạt động trải nghiệm có tính đặc thù, ý kiến từ cộng đồng dân cư...

Tóm lại, bài viết mới chỉ dừng lại ở việc nhìn nhận các giá trị trải nghiệm của du lịch học tập nhiếp ảnh, từ đó, cho thấy các tiềm năng của mô hình này. Trong tương lai, cần có những nghiên cứu đầy đủ hơn về các bên liên quan trong loại hình du lịch học tập nhiếp ảnh để có kế hoạch phát triển phù hợp.

## LỜI CẢM ƠN

Bài viết đã được thực hiện với sự hỗ trợ của các sinh viên Trần Chí Nguyên và Nguyễn Ngọc Thiện - khoa Du lịch, trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP.HCM.

Bài viết là sản phẩm của đề tài "Nghiên cứu đề xuất sản phẩm du lịch học tập dành cho học sinh các trường trung học cơ sở trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh" do TS. Nguyễn Võ Hoàng Mai làm chủ nhiệm, mã số đề tài: C2022-18b-03.

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

BBPVS: Biên bản phỏng vấn sâu  
TP.HCM: Thành phố Hồ Chí Minh

## XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bản thảo này không có xung đột lợi ích.

## ĐÓNG GÓP CỦA CÁC TÁC GIẢ

Trương Hoàng Tố Nga: Tác giả chính, lên ý tưởng cho bài viết, tham gia thực hiện khảo sát và viết các nội dung chính của bài báo.

Ngô Thanh Loan: Tác giả liên hệ, xây dựng đề cương cho bài viết, tham gia xử lý thông tin thu thập từ khảo sát, góp ý cho nội dung, chỉnh sửa và hoàn thiện bài viết.

Nguyễn Võ Hoàng Mai: góp ý cho kế hoạch khảo sát và nội dung bài viết, tham gia thu thập thông tin để thực hiện bài viết.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Mossberg L. A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*. 2007, 7(1): 59-74; Available from: <https://doi.org/10.1080/15022250701231915>.
2. Aho SK. Towards a general theory of touristic experiences: Modeling experience process in tourism. *Tourism Review*. 2001, 56(3/4): 33-37; Available from: <https://doi.org/10.1108/eb058368>.
3. Bello DC, Etzel MJ. The role of novelty in the pleasure travel experience. *Journal of Travel Research*. 1985, 24(1): 20-26; Available from: <https://doi.org/10.1177/004728758502400104>.
4. Petrick JF, Backman SJ. An examination of the determinants of golf travellers' satisfaction. *Journal of Travel Research*. 2002, 40(3): 252-258; Available from: <https://doi.org/10.1177/004728750204000303>.
5. Zeithaml VA. Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*. 1998, 52: 2-22; Available from: <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>.
6. Holbrook MB. The nature of consumer value: an axiology of services in the consumption experience. In: Rust, R.T. and Oliver, R.L. (eds) *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. California: Sage; 1994. pp. 21-71; Available from: <https://doi.org/10.4135/9781452229102.n2>.
7. Holbrook MB. Customer value: a framework for analysis and research. In: Corfman, K.P. and Lynch, J.G. Jr (eds) *Advances in*

- Consumer Research 23. Utah: Association for Consumer Research; 1996. pp. 138-142.
8. Woodruff BR. Customer value: the next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 1997, 25(2): 139-153; Available from: <https://doi.org/10.1007/BF02894350>.
9. Farmaki, A. A Supply-Side Evaluation of Coastal Tourism Diversification: The Case of Cyprus. *Tour. Plan. Dev.* 2012, 9, 183-203; Available from: <https://doi.org/10.1080/21568316.2011.634431>.
10. Trường Sơn. 2024. "Đưa TP.HCM thành trung tâm du lịch hàng đầu khu vực Đông Nam Á". Tạp chí Du lịch TP. Hồ Chí Minh, ngày 10/02/2024; Available from: <https://tcdulichtpcm.vn/chuyen-dong/dua-tphcm-tro-thanh-trung-tam-du-lich-hang-dau-khu-vuc-dong-nam-a-c2a68463.html>.
11. Kalinowski MK, Weiler B. REVIEW: Educational Travel. In "Special Interest Tourism" Edited by Betty Weiler and Colin Michael Hall. Great Britain; 1992. pp 15-26;.
12. Gibson H. The Educational Tourist. *J. Phys. Educ. Recreat. Danc.* 1998, 69: 32-34; Available from: <https://doi.org/10.1080/07303084.1998.10605533>.
13. Hasanah S, Ruhimat M. Edu-Tourism: An Alternative of Tourism Destination Based on Geography Literacy. In 3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018) (pp. 193-195). Atlantis Press; 2019; Available from: <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.42>.
14. Bodger D. Leisure, Learning and Travel. *Journal of Psychology Education, Recreation & Dance*. 1998, 69: 28-31; Available from: <https://doi.org/10.1080/07303084.1998.10605532>.
15. Ritchie B, Carr N, Cooper C. Managing Educational Tourism. 2003; Available from: <https://doi.org/10.21832/9781873150528>.
16. Packer J. Learning Fun: The Unique Contribution of Educational Leisure Experiences. *The Museum Journal*. 2006, 49(3): 329-344; Available from: <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2006.tb00227.x>.
17. World Tourism Organization. UNWTO tourism definitions. UNWTO, Madrid; 2019;.
18. Wang B, Li S. Education tourism market in China An explorative study in dalian. *International Journal of Business and Management*. 2008, 3(5): 44-49; Available from: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v3n5p44>.
19. Chalferm RM. Photographer's role in tourism: Some unexplored relationships. *Annals of tourism research*. 1979, 6(4): 435-447; Available from: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90006-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90006-9).
20. Garlick S. Revealing the unseen: Tourism, Art and Photography. *Cultural Studies*. 2002, 16(2): 289-305; Available from: <https://doi.org/10.1080/09502380110107599>.
21. Lo IS, Mc Kercher B, Lo A, Cheung C, Law R. Tourism and online photography. *Tourism Management*. 2011, 32(4): 725-731; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.001>.
22. Picard D, Robinson M. (Eds.). *The framed world: Tourism, tourists, and photography*. Routledge; 2016; Available from: <https://doi.org/10.4324/9781315239569>.
23. Suharyanto A, Barus RKI, Batubara BM. Photography and Tourism Potential of Denai Kuala Village. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BloHS) Journal*. 2020, 2(1): 100-108; Available from: <https://doi.org/10.33258/biohs.v2i1.153>.
24. Gogoi D. A conceptual framework of photographic tourism. *IMPACT: International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*. 2014, 2(8): 107-112;.
25. Yi H, Le Y. *Economic Research Guide*. School of Geography, Southwest University; 2009;.
26. Thuy BT, Anh NK. High-rank urban area - a convenient and attractive tourist destination. *Journal of Tourism*. 2018, 12: 59-61;.



# Multiplying experiences for tourists through the photography study tour model in Ho Chi Minh City

Truong Hoang To Nga<sup>1</sup>, Ngo Thanh Loan<sup>1,\*</sup>, Nguyen Vo Hoang Mai<sup>2</sup>

## ABSTRACT

Ho Chi Minh City is a dynamic tourist destination with the continuous emergence of new tourism business models to meet the needs of various customer segments. In this article, the authors are interested in the photography study tour model, a type of tourism for travelers who enjoy learning to use vintage cameras and film cameras while exploring various touristic attractions. The purpose is to describe and analyze the combination of experiences that photography tourism brings to tourists, which can serve as a specific example of diversifying experiences in tourism, in both theoretical and practical studies on this type of tourism. The research was conducted using the method of synthesizing and analyzing secondary data, combined with ethnographic fieldwork, through participatory observation techniques and semi-structured interviews. The research results show that the photography study tour is composed of the three main elements: tourism sightseeing, photography study, and photography tourism, which together create a memorable, unique experience for tourists. This indicates that this type of tourism has a great potential, albeit not attracting a large number of tourists, it significantly contributes to diversifying tourism products for the city and opens up avenues for related research topics.

**Key words:** educational tourism, photography tourism, photography study, combination of tourism experiences, Ho Chi Minh City's Tourism

<sup>1</sup>Industrial University of Ho Chi Minh City, Vietnam

<sup>2</sup>University of Social Sciences and Humanities, VNUHCM, Vietnam

## Correspondence

**Ngo Thanh Loan**, Industrial University of Ho Chi Minh City, Vietnam

Email: ngothanhloan@iuh.edu.vn

## History

- Received: 24-01-2024
- Revised: 20-6-2024
- Accepted: 16-8-2024
- Published Online: 30-9-2024

DOI : <https://doi.org/10.32508/stdjssh.v8i3.978>



## Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



**Cite this article :** Nga T H T, Loan N T, Mai N V H. **Multiplying experiences for tourists through the photography study tour model in Ho Chi Minh City** . *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.* 2024, 8(3):2563-2571.