

TỔNG QUAN TÀI LIỆU TRẢI NGHIỆM DU LỊCH ĐÁNG NHỚ VÀ Ý ĐỊNH QUAY TRỞ LẠI: PHÂN TÍCH TRẮC LƯỢNG THƯ MỤC VÀ NỘI DUNG

A bibliometric and content analysis of memorable tourism experiences and revisit intention

Nguyễn Ngọc Tâm

Trường Đại học Sài Gòn

TÓM TẮT

Trải nghiệm du lịch đáng nhớ (TNDN) đã trở thành một khái niệm quan trọng trong nghiên cứu du lịch, tác động mạnh mẽ đến ý định hành vi của du khách, đặc biệt là ý định quay trở lại điểm đến (YDQL). Nghiên cứu này thực hiện tổng quan tài liệu nghiên cứu một cách hệ thống, kết hợp phân tích trắc lượng thư mục và phân tích nội dung, để đánh giá hiện trạng và xu hướng phát triển kết quả nghiên cứu về TNDN và YDQL. Dựa trên dữ liệu từ cơ sở Scopus, 64 bài báo được xuất bản từ năm 2010 đến 2025 đã được phân tích. Phân tích trắc lượng thư mục làm nổi bật xu hướng xuất bản, từ khóa, trong khi phân tích nội dung tổng hợp các khung lý thuyết, phương pháp nghiên cứu và kết quả chính. Kết quả cho thấy TNDN là một khái niệm đa chiều, bao gồm các yếu tố như sự hưởng thụ, sự mới lạ, sự tham gia và văn hóa địa phương, có liên hệ chặt chẽ với ý định quay lại thông qua các trung gian như sự hài lòng, hình ảnh điểm đến và sự gắn bó với địa điểm. Các xu hướng mới bao gồm việc tích hợp công nghệ du lịch thông minh và xem xét các rủi ro nhận thức, chẳng hạn như liên quan đến COVID-19. Bài tổng quan này cung cấp một bản tổng hợp toàn diện cho các nhà nghiên cứu và thực hành, đưa ra những hiểu biết về tiến bộ lý thuyết và các hàm ý thực tiễn cho quản lý điểm đến.

Từ khóa: phân tích trắc lượng thư mục; phân tích nội dung; trải nghiệm du lịch đáng nhớ; ý định quay trở lại.

ABSTRACT

Memorable tourism experiences (MTEs) has emerged as a crucial concept in tourism research, significantly influencing tourists' behavioral intentions, particularly their revisit intention (RI) to a destination. This study conducts a systematic literature review, integrating bibliometric and content analysis, to assess the current status and developmental trends of research findings concerning MTEs and RI. Based on data from the Scopus database, 64 articles published from 2010-2025 were analyzed. The bibliometric analysis highlights publication trends and keywords, while the content analysis synthesizes theoretical frameworks, research methodologies, and key findings. The results indicate that MTEs is a multifaceted concept, encompassing elements such as hedonism, novelty, involvement, and local culture, and is closely linked to revisit intention through mediators like satisfaction, destination image, and place attachment. Emerging trends include the integration of smart tourism technologies and the consideration of perceived risks, such as those related to COVID-19. This review provides a comprehensive synthesis for researchers and practitioners, offering insights into theoretical advancements and practical implications for destination management.

Keywords: bibliometric analysis; content analysis; memorable tourism experience; revisit intention.

*Tác giả liên hệ: nntam@sgu.edu.vn

1. Đặt vấn đề

Ngành du lịch ngày càng khẳng định vị trí then chốt của mình, trở thành động lực quan trọng thúc đẩy phát triển kinh tế và xã hội ở nhiều quốc gia cũng như khu vực trên toàn cầu. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt, việc duy trì và thu hút khách du lịch quay trở lại điểm đến trở thành một ưu tiên hàng đầu đối với các nhà quản lý và hoạch định chính sách du lịch. Ý định quay trở lại điểm đến (YDQL) của du khách không chỉ là một chỉ báo quan trọng cho sự thành công của một điểm đến mà còn phản ánh mức độ hài lòng, lòng trung thành và tiềm năng truyền miệng tích cực của họ (Rasoolimanesh và cs, 2022; Seyfi và cs, 2024). Mặc dù vậy, việc thúc đẩy du khách quay trở lại điểm đến vẫn đối mặt với không ít khó khăn do sự tác động của nhiều biến số khác nhau.

Các nghiên cứu gần đây nhấn mạnh việc kiến tạo môi trường để du khách phát triển trải nghiệm du lịch đáng nhớ (TNDN) là một trong những yếu tố then chốt nhằm thúc đẩy lòng trung thành của du khách và nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến (Xiong và cs, 2023; Zhang và cs, 2018). TNDN được định nghĩa là những trải nghiệm tích cực, có tác động mạnh mẽ mà du khách có ý thức ghi nhớ, từ đó ảnh hưởng đến hành vi tương lai của họ, chẳng hạn như quay trở lại hoặc giới thiệu điểm đến (Kim và cs, 2012). Trong bối cảnh ngành du lịch toàn cầu đối mặt với các thách thức như cạnh tranh gay gắt và kỳ vọng thay đổi của du khách đối với điểm đến, việc hiểu tác động của TNDN định hình ý định quay đóng vai trò quan trọng.

Mặc dù, trong những năm gần đây TNDN đã thu hút được sự quan tâm của các học giả trên toàn thế giới (Hosany và cs, 2022). Tuy nhiên, thiếu vắng các nghiên cứu để xem xét hiện trạng và xu hướng phát triển

các kết quả nghiên cứu của tác động TNDN đến YDQL. Do đó, nghiên cứu này tiến hành tổng quan có hệ thống để khám phá mối liên hệ giữa TNDN và YDQL, sử dụng kết hợp phân tích trắc lượng thư mục và phân tích nội dung. Trong đó, phân tích trắc lượng thư mục định lượng xu hướng xuất bản các nghiên cứu có ảnh hưởng, phân tích nội dung nhằm tổng hợp các hiểu biết lý thuyết và thực nghiệm từ tài liệu. Tổng quan dựa trên 64 bài báo được truy xuất từ cơ sở dữ liệu Scopus, từ năm 2010 đến 2025. Các mục tiêu bao gồm (1) lập bản đồ cảnh quan nghiên cứu thông qua các chỉ số trắc lượng thư mục, nhằm xác định xu hướng xuất bản, tác giả nổi bật và mạng lưới trích dẫn; (2) tổng hợp các phát hiện chính về mối quan hệ giữa TNDN và YDQL, các khung lý thuyết, chiều hướng và yếu tố trung gian/điều tiết; và (3) xác định khoảng trống nghiên cứu hiện tại, đồng thời đề xuất định hướng tương lai để nâng cao hiểu biết lý thuyết và ứng dụng thực tiễn trong quản lý điểm đến du lịch.

So với các phương pháp nghiên cứu khác trong cùng lĩnh vực đơn cử như đánh giá tổng quan tài liệu thông thường và tổng quan phân tích nội dung, nghiên cứu của tác giả có ba ưu điểm. Thứ nhất, kết quả được trình bày trực quan dưới dạng bảng và hình để độc giả dễ quan sát. Thứ hai, sử dụng phần mềm VOSviewer không chỉ cung cấp thông tin tổng quan các từ khóa liên quan đến chủ đề mà còn giúp phân tích toàn diện về tiềm năng xu hướng nghiên cứu trong tương lai. Thứ ba, bài viết đi sâu tìm hiểu kết quả nghiên cứu tác động của TNDN đến YDQL của khách du lịch (Nguyễn Duy Khánh, 2023). Dựa trên kết quả này, xu hướng gia tăng về nghiên cứu, tác giả, quốc gia được thể hiện cùng với lịch sử phát triển của chủ đề.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Trải nghiệm du lịch đáng nhớ

Trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng cạnh tranh, việc kiến tạo môi trường để du khách phát triển TNDN được xem là yếu tố then chốt nhằm tạo sự khác biệt và xây dựng lòng trung thành của du khách (Kim, 2018). TNDN được định nghĩa là những trải nghiệm du lịch được hồi tưởng lại một cách tích cực, có ý nghĩa và khơi gợi cảm xúc trong ký ức của du khách sau chuyến đi (Kim và cs, 2012). Những trải nghiệm này không chỉ đơn thuần là sự hài lòng về chất lượng dịch vụ mà còn là những khoảnh khắc mang tính cá nhân sâu sắc, có tác động mạnh mẽ đến nhận thức và hành vi sau chuyến đi (Kim, 2018).

Về mặt cấu trúc, TNDN là một khái niệm đa chiều. Phần lớn các nghiên cứu áp dụng bảy chiều của Kim và cs (2012) phát triển để hiểu những TNDN trong nhiều bối cảnh khác nhau (Hosany và cs, 2022; Kim và cs, 2012; Vien, Hao, & Thu, 2024) bao gồm sự tận hưởng (hedonism), tính mới lạ (novelty), văn hóa địa phương (local culture), sự thư giãn (refreshment), ý nghĩa (meaningfulness), sự tham gia (involvement), và kiến thức (knowledge). Việc hiểu rõ các thành tố này là nền tảng để các nhà quản lý điểm đến có thể kiến tạo những trải nghiệm vượt trội, có khả năng khắc sâu vào tâm trí du khách.

2.2. Ý định quay trở lại

Ý định quay trở lại (YDQL) là một trong những chỉ báo quan trọng về sự thành công và bền vững của một điểm đến du lịch (Huang & Bu, 2022). Nó thể hiện khả năng một du khách sẽ lựa chọn quay lại một điểm đến mà họ đã từng ghé thăm trong tương lai. Trong nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng, ý định hành vi được xem là tiền đề trực tiếp của hành vi thực tế (Ajzen, 1991).

Do đó, YDQL không chỉ phản ánh mức độ hài lòng hay lòng trung thành của du khách mà còn là một yếu tố dự báo đáng tin cậy về doanh thu và sự phát triển lâu dài của điểm đến (Kim, 2018). Việc thu hút du khách quay trở lại thường hiệu quả hơn về mặt chi phí so với việc tìm kiếm khách hàng mới, đồng thời những du khách trung thành còn có xu hướng lan truyền thông tin tích cực (truyền miệng), góp phần củng cố hình ảnh và danh tiếng của điểm đến (Rasoolimanesh và cs, 2022; Zhang và cs, 2018).

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài tổng quan này áp dụng phương pháp tổng quan tài liệu hệ thống, kết hợp phân tích trắc lượng thư mục và phân tích nội dung để đảm bảo đánh giá toàn diện và nghiêm ngặt, tuân theo quy trình nghiên cứu khoa học thông thường, được chia thành bốn giai đoạn phân tích: (1) phát triển các câu hỏi nghiên cứu; (2) chọn cơ sở dữ liệu, từ khóa và phạm vi thời gian; (3) thu thập dữ liệu; và (4) hiển thị kết quả và phân tích các phát hiện, cụ thể:

Phân tích thư mục (Bibliometric Analysis) là một phương pháp nghiên cứu định lượng sử dụng các kỹ thuật toán học, ngôn ngữ và thống kê để phân tích dữ liệu ấn phẩm như trích dẫn, tác giả và từ khóa nhằm hiểu rõ cấu trúc và sự phát triển của một lĩnh vực nghiên cứu (Donthu và cs, 2021). Để thực hiện phân tích này, tác giả lựa chọn cơ sở dữ liệu Scopus (<https://www.scopus.com>) vì nó được đánh giá cao về độ phủ rộng, có nhiều phép đo thư mục và số lượng ấn phẩm đồ sộ (Archambault và cs, 2009). Ngoài ra, phần mềm VOSviewer (<https://www.vosviewer.com>) của Đại học Leiden, Hà Lan được sử dụng để lập bản đồ trực quan mạng từ khóa (van Eck & Waltman, 2010).

Tiếp theo, phương pháp phân tích nội dung (Systematic Content Analysis) được triển khai để tìm kiếm, xem xét và tổng hợp nội dung các tài liệu có liên quan đến chủ đề tác động của TNDN đến YDQL điểm đến.

Quy trình thu thập và lọc tài liệu được tiến hành qua hai giai đoạn chính:

Giai đoạn 1: Truy vấn và sàng lọc ban đầu. Vào ngày 06/07/2025, tác giả sử dụng câu lệnh TITLE-ABS-KEY (“revisit intention” OR “intention to revisit”) AND (“memorable tourism experience*”) trên Scopus. Từ tổng số N = 79 tài liệu ban đầu bao gồm chương sách, báo cáo hội nghị, bài báo, thư, tác giả lọc ra 68 bài báo khoa học viết bằng tiếng Anh, xuất bản từ năm 2010 đến 2025. Giới hạn thời gian bắt đầu từ năm 2010 nhằm bao gồm các nghiên cứu từ khi (Kim và cs, 2010) lần đầu tiên trình bày bằng chứng về ảnh hưởng của TNDN đến YDQL và tính đến thời điểm hiện tại là năm 2025. Sau khi đọc tiêu đề và tóm tắt, có 64 tài liệu có liên quan được chọn cho phân tích trắc lượng thư mục.

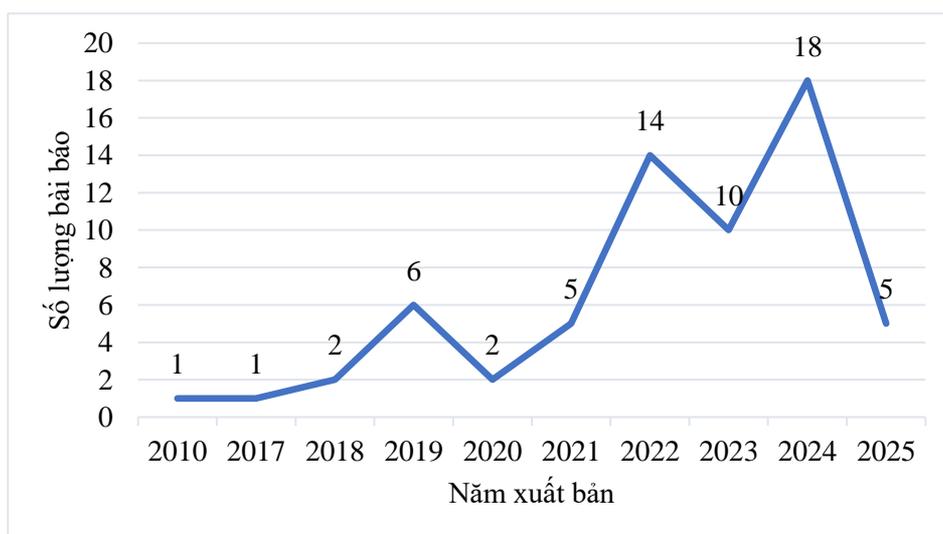
Giai đoạn 2: Đánh giá toàn văn và tổng hợp. Từ 64 bài báo trên, tác giả tiến hành rà soát kỹ lưỡng, đọc và xem xét nội

dung các bài viết để đưa vào phân tích nội dung, tập trung xác định những điểm chung về lý thuyết nền tảng, mô hình nghiên cứu, các mối quan hệ đã được kiểm chứng, phương pháp luận và bối cảnh của các nghiên cứu. Các bài báo được mã hóa dựa trên các chủ đề như chiều hướng tác động của TNDN, trung gian, điều tiết và yếu tố ngữ cảnh

4. Kết quả

4.1. Kết quả phân tích trắc lượng thư mục Xu hướng xuất bản

Việc phân tích các tài liệu dựa trên năm xuất bản giúp nhà nghiên cứu nhận diện được quy mô và mức độ phát triển của đối tượng nghiên cứu qua từng giai đoạn thời gian (Donthu và cs, 2021). Với 64 bài báo trải dài từ năm 2010 đến 2025 (chỉ tính đến ngày 06/07/2025), số lượng xuất bản tăng đáng kể sau năm 2018, phản ánh sự quan tâm ngày càng tăng của các học giả đối với chủ đề TNDN. Năm 2024 là năm có nhiều bài báo nhất (n = 18), tiếp theo là năm 2022 (n = 14). Xu hướng này phù hợp với sự nhấn mạnh ngày càng tăng vào du lịch trải nghiệm và lòng trung thành với điểm đến sau đại dịch COVID-19.



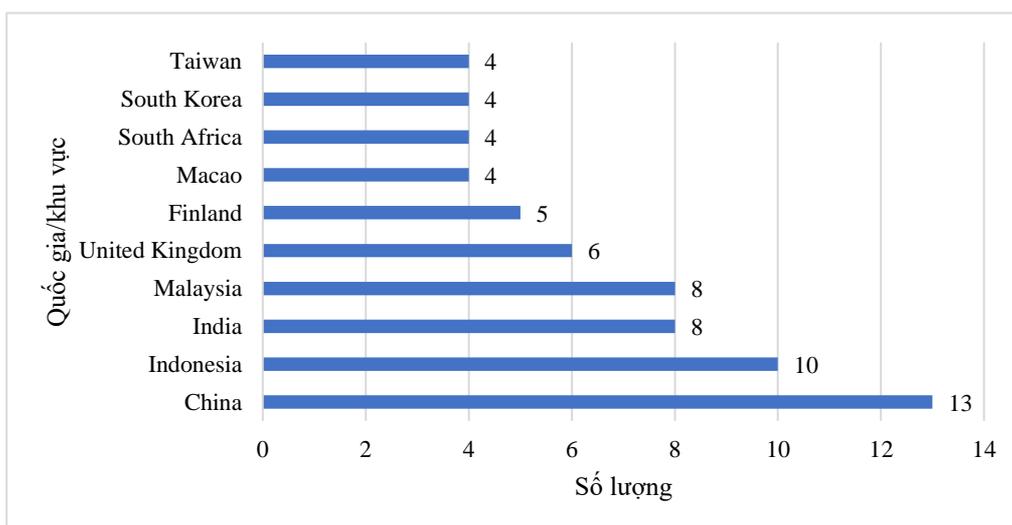
Hình 1: Số lượng bài báo xuất bản theo năm

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ nguồn dữ liệu Scopus

Phân bố bài viết theo quốc gia/khu vực

Để biết quốc gia, khu vực nào nổi bật nhất khi nghiên cứu về chủ đề, tác giả đã tiến hành phân tích sự phân bố bài viết theo quốc gia/khu vực. Kết quả Hình 2 cho thấy sự tập trung rõ rệt ở châu Á với hơn 70% tổng số tài liệu (45/64), trong khi châu Âu và châu Phi có sự hiện diện hạn chế hơn. Sự tập trung ở châu Á có thể liên quan đến sự

tăng trưởng nhanh chóng của ngành du lịch trong khu vực, cũng như các yếu tố văn hóa và kinh tế thúc đẩy nghiên cứu về TNDN và YDQL. Cụ thể dẫn đầu danh sách là Trung Quốc với 13 tài liệu (chiếm khoảng 20,3%), xếp thứ hai Indonesia 10 tài liệu (khoảng 15,6%), Ấn Độ và Malaysia mỗi quốc gia có 8 tài liệu, Vương quốc Anh 6 tài liệu (khoảng 9,4%), Phần Lan 5 tài liệu (khoảng 7,8%).



Hình 2: Top 10 quốc gia/khu vực có số lượng báo cáo cao nhất

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ nguồn dữ liệu Scopus

Phân tích Trích dẫn

Phân tích trích dẫn cho thấy 5 ấn phẩm với số lượng trích dẫn lớn nhất được thể hiện trong Bảng 1. Những bài báo này, xuất bản từ 2018-2022 trên các tạp chí Q1, tập trung vào mối quan hệ giữa TNDN và YDQL, với các yếu tố trung gian như hình ảnh điểm đến, sự hài lòng, và gắn bó với điểm đến. Các nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của TNDN trong việc thúc đẩy lòng trung thành với điểm đến, đặc biệt trong bối cảnh du lịch di sản. Dẫn đầu là nghiên cứu của Zhang và cs

(2018) có số lượng trích dẫn lần lượt là 531, tiếp theo nghiên cứu của Kim (2018) với 433 lượt trích dẫn, đây là những nghiên cứu đặt nền tảng lý thuyết vững chắc về TNDN. Trong khi các nghiên cứu gần đây năm 2021-2022 mở rộng bằng cách tích hợp các yếu tố như tương tác của du khách và eWOM (Rasoolimanesh và cs, 2021; Rasoolimanesh và cs, 2022; Vada và cs, 2019). Xu hướng này cho thấy sự quan tâm ngày càng tăng đối với trải nghiệm du lịch và cần nghiên cứu thêm trong các bối cảnh đa dạng.

Bảng 1: Top 5 bài báo có số lượng trích dẫn cao nhất

Tác giả	Năm	Tên bài báo	Số trích dẫn
Zhang và cs	2018	A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention	531
Kim	2018	The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction	433
Vada và cs	2019	The influence of tourism experience and well-being on place attachment	271
Rasoolimanesh và cs	2021	Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists	223
Rasoolimanesh và cs	2022	Investigating the mediating role of visitor satisfaction in the relationship between memorable tourism experiences and behavioral intentions in heritage tourism context	210

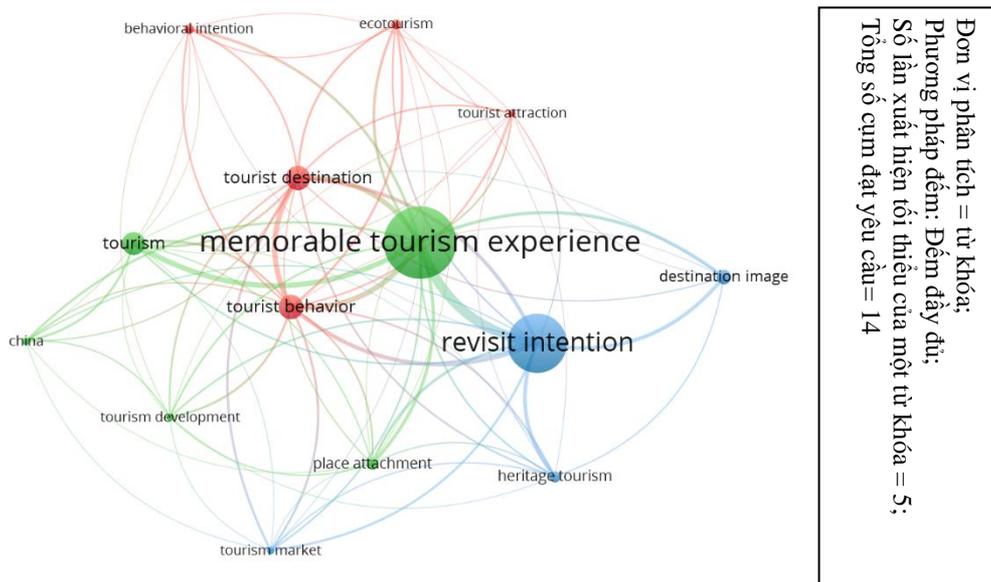
Nguồn: Thống kê từ Scopus (truy xuất ngày 06/07/2025)

Phân tích mạng từ khóa của tác giả

Theo Donthu và cs (2021), việc phân tích từ khóa dựa trên giả định rằng những từ khóa xuất hiện với tần suất cao thường phản ánh các chủ đề trọng tâm của lĩnh vực nghiên cứu, đồng thời các từ khóa cũng đóng vai trò như ranh giới mở rộng cho các khái niệm liên quan đến chủ đề đang được khảo sát. Mạng lưới từ khóa được xây dựng bởi phần mềm VOSviewer 1.6.20 dựa trên phân tích đồng xuất hiện của các từ khóa tác giả từ 64 bài báo khoa học liên quan đến TNDN (memorable tourism experience) và YDQL (revisit intention) cung cấp một cái nhìn tổng quan rõ nét về cấu trúc chủ đề nghiên cứu như Hình 3.

Nút trung tâm “memorable tourism experience” nổi bật với kích thước lớn nhất, màu xanh lá, đại diện cho tần suất xuất hiện cao và vai trò cốt lõi, kết nối chặt chẽ với

các từ khóa khác thông qua các đường liên kết. Mạng lưới được phân thành ba cụm chính: cụm hành vi và ý định du lịch (màu đỏ, bao gồm “behavioral intention”, “tourist behavior”, “ecotourism”, “tourist attraction” và “tourist destination”) nhấn mạnh mối quan hệ giữa TNDN và hành vi du khách, đặc biệt trong du lịch sinh thái; cụm phát triển và thị trường du lịch (màu xanh lá, với “tourism”, “tourism development”, “tourism market” và “China”) thể hiện sự tập trung vào khía cạnh kinh tế và phát triển, với Trung Quốc là ngữ cảnh địa lý nổi bật; cụm gắn bó và hình ảnh điểm đến (màu xanh dương, gồm “revisit intention”, “destination image”, “place attachment” và “heritage tourism”) làm rõ vai trò trung gian của hình ảnh điểm đến và sự gắn bó trong việc thúc đẩy ý định quay lại, đặc biệt trong du lịch di sản.



Hình 3: Trực quan hóa bản đồ mạng từ khóa của tác giả

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm VOSviewer

Các đường liên kết mạnh giữa các cụm cho thấy sự tích hợp chặt chẽ giữa TNDN với các yếu tố hành vi, văn hóa và kinh tế, phản ánh xu hướng nghiên cứu hướng tới mô hình nhân quả bền vững. Phân tích này không chỉ làm rõ sự thống trị của các chủ đề cốt lõi mà còn gợi ý các hướng nghiên cứu tương lai, như tích hợp công nghệ thông minh hoặc rủi ro nhận thức, nhằm nâng cao tính ứng dụng thực tiễn trong quản lý điểm đến du lịch.

4.2. Kết quả phân tích nội dung

Khung lý thuyết

Tổng quan tài liệu cho thấy, các nghiên cứu chủ yếu sử dụng mô hình kích thích – xử lý - phản ứng (mô hình S-O-R) đơn cử như nghiên cứu của Huang và Bu (2022), Sthapit và cs, (2023); và lý thuyết đánh giá nhận thức (Zhou và cs, 2022) để giải thích cách các kích thích bên ngoài như đặc điểm điểm đến, công nghệ du lịch thông minh ảnh hưởng đến trạng thái nội tại của du khách (ví dụ: cảm xúc, ký ức) và kết quả hành vi (ví dụ: ý định quay lại). Các khung lý thuyết

khác bao gồm lý thuyết kịch bản (Hamid và cs, 2023), lý thuyết gắn bó với địa điểm (Vada và cs, 2019) và lý thuyết tự phù hợp (Cifci, 2022). Những lý thuyết này nhấn mạnh bản chất đa chiều của TNDN và cơ sở tâm lý của chúng.

Các thành phần của trải nghiệm du lịch đáng nhớ

Trong bối cảnh du lịch, du khách thường tiếp xúc với đa dạng các trải nghiệm trong suốt hành trình của mình. Tuy nhiên, không phải mọi trải nghiệm đều duy trì được trong ký ức lâu dài. Nhiều nghiên cứu học thuật đã được tiến hành nhằm làm rõ các yếu tố cấu thành nên những TNDN. Dựa trên phân tích dữ liệu từ các tài liệu liên quan, tác giả đã tổng hợp một số phát hiện chính để làm nổi bật các thành phần này. Cụ thể, TNDN được khái niệm hóa gồm các yếu tố: (1) sự hưởng thụ nhấn mạnh niềm vui và sự thích thú từ các hoạt động du lịch (Amir và cs, 2024; Kim và cs, 2012); (2) sự mới lạ tập trung vào những trải nghiệm độc đáo và mới mẻ (Kutlu & Ayyıldız, 2021; Tiwari và cs, 2024); (3) sự

tham gia nhân mạnh vai trò tích cực của du khách trải nghiệm các hoạt động tại điểm đến (Eck và cs, 2024; Vien và cs, 2024); (4) văn hóa địa phương nhân mạnh tương tác với các yếu tố văn hóa (Rasoolimanesh và cs, 2022; Wong và cs, 2020); (5) sự ý nghĩa đề cập đến những trải nghiệm mang lại giá trị cá nhân (Chen và cs, 2020; Eck và cs, 2024); (6) Sự tươi mới liên quan đến cảm giác thư giãn và hồi phục tinh thần (Yu và cs, 2019). Cuối cùng, kiến thức nhân mạnh việc học hỏi và kích thích trí tuệ (Amir và cs, 2024; Kim và cs, 2021). Các chiều này biến đổi tùy theo ngữ cảnh cụ thể, với du lịch văn hóa và di sản thường ưu tiên văn hóa địa phương và ý nghĩa cá nhân, trong khi du lịch dựa vào thiên nhiên lại nhân mạnh sự tươi mới và trải nghiệm mới lạ, từ đó góp phần hình thành ký ức lâu dài và ảnh hưởng đến hành vi tương lai của du khách.

Các yếu tố trung gian và điều tiết

Các yếu tố trung gian đóng vai trò then chốt trong việc giải thích cơ chế tác động của TNDN đến YDQL, làm rõ cách các khía cạnh nhận thức và cảm xúc truyền tải ảnh hưởng này. Cụ thể, hình ảnh điểm đến, bao gồm cả khía cạnh nhận thức và cảm xúc, không chỉ tăng cường TNDN mà còn thúc đẩy YDQL, như đã được chứng minh trong các nghiên cứu của Chang (2022) và Kim và cs (2018). Tương tự, sự hài lòng của du khách hoạt động như một yếu tố trung gian chính, liên kết TNDN với các ý định hành vi theo phân tích của Rasoolimanesh và cs (2022). Ngoài ra, sự gắn bó với địa điểm tạo nên liên kết cảm xúc, từ đó nâng cao YDQL như đã được ghi nhận bởi González-Reverté và cs (2025) và Vada và cs (2019). Đồng thời, kích thích tích cực và ký ức sống động khuếch đại tác động tổng thể của TNDN, theo Huang và Bu (2022) cũng như Zhao và cs (2023). Bên cạnh đó, các yếu tố điều tiết như rủi ro nhận thức liên quan đến COVID-

19 (Tiwari và cs, 2024), mức độ sẵn sàng công nghệ (Xiong và cs, 2023), và các đặc trưng nhân khẩu học như độ tuổi hay giới tính (Brochado và cs, 2022) có thể thay đổi cường độ mối quan hệ này; đặc biệt, rủi ro nhận thức sau đại dịch thường điều tiết tiêu cực, làm suy yếu tác động của TNDN đối với ý định quay trở lại.

Phương pháp nghiên cứu

Hầu hết các nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng, với mô hình phương trình cấu trúc (SEM) và SEM dựa trên phương pháp bình phương tối thiểu từng phần (PLS-SEM) đơn cử như (Balakrishnan và cs, 2024; Vien và cs, 2024). Kích thước mẫu dao động từ 134 đến 600 cỡ mẫu, với dữ liệu thường được thu thập qua khảo sát. Các phương pháp định tính, như lý thuyết cơ sở (Sthapit & Björk, 2019) và phương pháp hỗn hợp (Balakrishnan và cs, 2024) ít phổ biến hơn nhưng cung cấp những hiểu biết sâu sắc về các chiều của TNDN. Các ngữ cảnh nghiên cứu đa dạng, bao gồm du lịch di sản (Rasoolimanesh và cs, 2022), du lịch sinh thái (Tabaeian và cs, 2023) và du lịch thông minh (Yang & Zhang, 2022).

Kết quả chính

Mặc dù các nghiên cứu thừa nhận vai trò quan trọng của TNDN và chỉ ra việc hiểu rõ các chiều cạnh của TNDN là yếu tố then chốt để nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến (Stone và cs, 2017), tác động của TNDN đến YDQL vẫn còn nhiều điều cần bàn luận. TNDN không chỉ ảnh hưởng trực tiếp (Kim và cs, 2010; Vien và cs, 2024) mà còn tác động gián tiếp thông qua các yếu tố trung gian như sự hài lòng, hình ảnh điểm đến và sự gắn bó với địa điểm (Kim, 2018; González-Reverté và cs, 2025; Zhang và cs, 2018). Tuy vậy, vẫn tồn tại những quan điểm trái chiều, Chandralal và Valenzuela (2013) cho rằng mặc dù du khách có những

trải nghiệm đáng nhớ thường chia sẻ truyền miệng tích cực, họ lại không nhất thiết quay lại điểm đến cũ bởi mong muốn khám phá những trải nghiệm mới lạ ở những nơi khác. Ngoài ra, tác động của các chiều TNDN thay đổi tùy theo loại hình du lịch. Đơn cử như, sự hưởng thụ và sự tham gia là quan trọng trong du lịch tình nguyện (Eck và cs, 2024), trong khi văn hóa địa phương thúc đẩy trải nghiệm du lịch di sản (Rasoolimanesh và cs, 2022). Xu hướng các nghiên cứu gần đây khám phá vai trò của công nghệ du lịch thông minh trong việc nâng cao TNDN (Xiong và cs, 2023; Yang & Zhang, 2022) và tác động của ký ức tiêu cực hoặc rủi ro nhận thức (Tiwari và cs, 2024; Zhao và cs, 2023).

Tóm lại, phân tích nội dung chuyên sâu 64 bài báo cho thấy một bức tranh rõ nét về cấu trúc học thuật của chủ đề. Về mặt lý thuyết, mối quan hệ giữa TNDN và YDQL được củng cố vững chắc bởi các mô hình nền tảng như S-O-R. Về mặt khái niệm, TNDN đã được định hình là một cấu trúc đa chiều, với các thành tố cốt lõi như sự hưởng thụ, tính mới lạ và văn hóa địa phương được công nhận rộng rãi. Quan trọng hơn, cơ chế tác động của TNDN lên YDQL không chỉ là trực tiếp mà còn phức tạp và gián tiếp thông qua một chuỗi các yếu tố tâm lý trung gian quan trọng như sự hài lòng, hình ảnh điểm đến và sự gắn bó với địa điểm. Sự xuất hiện của các yếu tố điều tiết như rủi ro nhận thức và công nghệ thông minh cho thấy lĩnh vực này đang có sự chuyển dịch, nỗ lực lý giải hành vi du khách trong những bối cảnh mới và năng động hơn.

5. Thảo luận và kết luận

5.1. Thảo luận

Tổng quan hệ thống này đóng góp vào lĩnh vực nghiên cứu du lịch bằng cách củng cố và mở rộng bản chất đa chiều của TNDN, đồng thời làm rõ vai trò then chốt của chúng

trong việc định hình YDQL. Thông qua phân tích trắc lượng thư mục và nội dung từ 64 bài báo trên Scopus (2010–2025), nghiên cứu cung cấp một khung lý thuyết toàn diện hơn, vượt qua các tổng quan truyền thống chỉ tập trung vào phân tích định tính. Cụ thể, bài báo củng cố sự tích hợp các lý thuyết cốt lõi như mô hình Kích thích - Xử lý nhận thức - Phản ứng (S-O-R), lý thuyết đánh giá nhận thức, và lý thuyết gắn bó với địa điểm, giúp giải thích cơ chế mà các kích thích bên ngoài (như đặc điểm điểm đến và công nghệ du lịch thông minh) chuyển hóa thành trạng thái nội tại (cảm xúc và ký ức) và kết quả hành vi (YDQL). Việc nhấn mạnh các yếu tố trung gian như hình ảnh điểm đến, sự hài lòng, và gắn bó với địa điểm, cùng với các yếu tố điều tiết như rủi ro nhận thức (đặc biệt hậu COVID-19) và mức độ sẵn sàng công nghệ, làm phong phú thêm các mô hình lý thuyết hiện tại, đồng thời phản ánh sự phát triển động của lĩnh vực trước những thách thức toàn cầu. Hơn nữa, bằng cách xác định các chiều chính của TNDN bao gồm sự hưởng thụ, mới lạ, tham gia, văn hóa địa phương, ý nghĩa, tươi mới và kiến thức.

Về hàm ý thực tiễn, trước hết các nhà quản lý điểm đến nên ưu tiên thiết kế các hoạt động phù hợp với các chiều chính của TNDN, chẳng hạn như tăng cường sự hưởng thụ và mới lạ thông qua các chương trình tương tác văn hóa độc đáo hoặc khám phá thiên nhiên, như được chứng minh trong các nghiên cứu của Kim et al. (2012) và Tiwari et al. (2024). Việc tích hợp công nghệ du lịch thông minh (STTs), ví dụ như tour thực tế ảo hoặc ứng dụng hướng dẫn cá nhân hóa, có thể nâng cao tính tham gia và ký ức sống động, giúp giảm thiểu rủi ro nhận thức hậu COVID-19 (Xiong et al., 2023; Yang & Zhang, 2022). Đồng thời, cần chú trọng xây dựng hình ảnh điểm đến tích cực và sự gắn bó với địa điểm bằng cách thúc đẩy tương

tác giữa du khách và cộng đồng địa phương, đặc biệt trong du lịch di sản hoặc sinh thái, nhằm tăng cường sự hài lòng và lòng trung thành (Rasoolimanesh et al., 2022; Vada et al., 2019). Ngoài ra, doanh nghiệp nên tập trung vào các nhóm du khách đặc biệt, như người cao tuổi hoặc du lịch gia đình, bằng cách tùy chỉnh trải nghiệm mang tính ý nghĩa cá nhân và kiến thức, từ đó khuyến khích hành vi quay lại và truyền miệng (WOM) (Eck et al., 2024; González-Reverté et al., 2025). Cuối cùng, việc áp dụng các chiến lược giảm rủi ro, như các biện pháp an toàn sức khỏe minh bạch, không chỉ bảo vệ du khách mà còn củng cố YDQL bền vững, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến trong bối cảnh toàn cầu hóa (Tiwari et al., 2024). Tổng thể, các hàm ý này hỗ trợ xây dựng mô hình du lịch trải nghiệm, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và bảo tồn văn hóa địa phương

Tổng lược các nghiên cứu cho thấy, mặc dù các nghiên cứu về tác động của TNDN đến YDQL khá phong phú, vẫn còn một số khoảng trống. Hầu hết các nghiên cứu dựa vào phương pháp định lượng, hạn chế việc khám phá sâu sắc các trải nghiệm chủ quan của du khách. Các nghiên cứu tương lai có thể sử dụng phương pháp định tính hoặc hỗn hợp để ghi nhận các quan điểm chi tiết. Ngoài ra, trong khi du lịch di sản và sinh thái được nghiên cứu nhiều, các lĩnh vực mới như du lịch sức khỏe (Sthapit và cs, 2023), du lịch đô thị và bối cảnh du lịch khác cần được xem xét thêm. Hơn nữa, ảnh hưởng của nền văn hóa và các yếu tố nhân khẩu học (ví dụ: sự khác biệt thế hệ) đối với TNDN cần được khám phá thêm để điều chỉnh các chiến lược điểm đến.

Như vậy, việc nhận diện các khoảng trống nghiên cứu đã chỉ ra cho các hướng nghiên cứu trong tương lai. Các phân tích

cho thấy, trong khi các nghiên cứu hiện tại đã làm tốt việc xác nhận mối quan hệ giữa TNDN và YDQL bằng các phương pháp định lượng, lĩnh vực này cần một bước chuyển sang giai đoạn khám phá sâu hơn. Điều này đòi hỏi sự đa dạng hóa về phương pháp luận để nắm bắt trải nghiệm chủ quan của du khách, mở rộng bối cảnh nghiên cứu sang các loại hình du lịch ít được quan tâm hơn như du lịch sức khỏe hay đô thị, đặc biệt cần đi sâu vào các yếu tố cá nhân và văn hóa để hiểu rõ hơn sự khác biệt trong cách các nhóm du khách khác nhau hình thành trải nghiệm đáng nhớ. Việc lấp đầy những khoảng trống này không chỉ làm phong phú thêm lý thuyết mà còn cung cấp những hiểu biết sâu sắc, tinh tế và dễ ứng dụng hơn cho thực tiễn quản lý du lịch bền vững.

5.2. Kết luận

Bài viết này nhằm tổng quan tài liệu hiện có về tác động của TNDN đến YDQL. Thông qua phân tích trắc lượng thư mục và phân tích nội dung, dựa trên 64 bài báo được lập chỉ mục từ cơ sở dữ liệu Scopus, bài báo không chỉ lượng hóa được sự phát triển của chủ đề mà còn tổng hợp, phân tích các lý thuyết liên quan đến lĩnh vực. Kết quả khẳng định TNDN là một cấu trúc đa chiều bao gồm các thành phần như sự hưởng thụ, tính mới lạ, sự tham gia, sự ý nghĩa, kiến thức; TNDN cũng là một tiền tố quan trọng thúc đẩy YDQL. Quan trọng hơn, mối quan hệ này không chỉ mang tính trực tiếp mà còn được trung gian một cách phức tạp bởi các yếu tố tâm lý như sự hài lòng, hình ảnh điểm đến và sự gắn bó với địa điểm. Bằng việc củng cố các tri thức đã có và xác định những khoảng trống nghiên cứu, bài báo này cung cấp những hiểu biết cho các học giả quan tâm, đồng thời xác định các khoảng trống quan trọng cho nghiên cứu tương lai để nâng cao hiểu biết về TNDN trong các bối cảnh du lịch đa dạng.

Lời cảm ơn: Bài báo này là sản phẩm của đề tài nghiên cứu mã số CSB2024-55 được tài trợ bởi Trường Đại học Sài Gòn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Nguyễn Duy Khánh (2023). Tổng quan văn hoá tổ chức qua phân tích trắc lượng thư mục bằng VOSviewer. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 87-98. <https://doi.org/10.33301/jed.Vi.1206>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-t](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-t)
- Amir, S., Astuti, W., & Chandrarin, G. (2024). More Than Nature: Why Do Tourists Return to Ecotourism? Exploring the Dimensions of Memorable Tourist Experiences as a Determinant of Revisit and Recommend Intention. *Journal of Ecohumanism*, 3(8). <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4903>
- Archambault, É., Campbell, D., Gingras, Y., & Larivière, V. (2009). Comparing bibliometric statistics obtained from the Web of Science and Scopus. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(7), 1320-1326. <https://doi.org/10.1002/asi.21062>
- Balakrishnan, J., Dwivedi, Y. K., Mishra, A., Malik, F. T., & Giannakis, M. (2024). The role of embodiment and ergonomics in immersive VR tours in creating memorable tourism experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(11), 3794-3822. <https://doi.org/10.1108/ijchm-09-2023-1425>
- Brochado, A., Cristóvão Veríssimo, J. M., & de Oliveira, J. C. L. (2022). Memorable tourism experiences, perceived value dimensions and behavioral intentions: a demographic segmentation approach. *Tourism Review*, 77(6), 1472-1486. <https://doi.org/10.1108/tr-09-2021-0433>
- Cifci, I. (2022). Testing self-congruity theory in Bektashi faith destinations: The roles of memorable tourism experience and destination attachment. *Journal of Vacation Marketing*, 28(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/13567667211011758>
- Chandralal, L., & Valenzuela, F.-R. (2013). Exploring Memorable Tourism Experiences: Antecedents and Behavioural Outcomes. *Journal of Economics, Business and Management*, 177-181. <https://doi.org/10.7763/joebm.2013.V1.38>
- Chang, S. (2022). Can smart tourism technology enhance destination image? The case of the 2018 Taichung World Flora Exposition. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(4), 590-607. <https://doi.org/10.1108/jhtt-07-2020-0182>
- Chen, X., Cheng, Z.-f., & Kim, G.-B. (2020). Make It Memorable: Tourism Experience, Fun, Recommendation and Revisit Intentions of Chinese Outbound Tourists. *Sustainability*, 12(5). <https://doi.org/10.3390/su12051904>

- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Eck, T., An, S., Jiang, L., & Choe, Y. (2024). Enhancing memorable volunteer tourism experiences through mindfulness: A case of short-term volunteer tourists. *International Journal of Tourism Research*, 26(5). <https://doi.org/10.1002/jtr.2677>
- González-Reverté, F., Corrons, A., & Gomis-López, J. M. (2025). Exploring the role of memorable tourism experiences and place attachment in the revisit intention of tourists staying in short-term rentals. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 8(11), 79-99. <https://doi.org/10.1108/jhti-05-2024-0451>
- Hamid, M., Ng, S. I., Anna, H. J. A. J., & Rahmana, A. A. R. A. (2023). How Memorable is Halal Tourism in Japan and the United Kingdom? *Electronic Journal of Applied Statistical Analysis*, 16(01), 139-164. <https://doi.org/0.1285/i20705948v16n1p139>
- Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology & Marketing*, 39(8), 1467-1486. <https://doi.org/10.1002/mar.21665>
- Huang, R., & Bu, H. M. (2022). Destination Attributes of Memorable Chinese Rural Tourism Experiences: Impact on Positive Arousal, Memory and Behavioral Intention. *Psychol Res Behav Manag*, 15, 3639-3661. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S387241>
- Kim, J.-H. (2018). The Impact of Memorable Tourism Experiences on Loyalty Behaviors: The Mediating Effects of Destination Image and Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856-870. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & Tung, V. W. S. (2010). The Effect of Memorable Experience on Behavioral Intentions in Tourism: A Structural Equation Modeling Approach. *Tourism Analysis*, 15(6), 637-648. <https://doi.org/10.3727/108354210x12904412049776>
- Kim, Y., Ribeiro, M. A., & Li, G. (2021). Tourism Memory Characteristics Scale: Development and Validation. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1308-1326. <https://doi.org/10.1177/00472875211033355>
- Kutlu, D., & Ayyıldız, H. (2021). The Role of the Destination Image in Creating Memorable Tourism Experience. *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 199-216. <https://doi.org/10.29036/jots.v12i23.303>
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>

- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rather, R. A., & Hall, C. M. (2022). Investigating the mediating role of visitor satisfaction in the relationship between memorable tourism experiences and behavioral intentions in heritage tourism context. *Tourism Review*, 77(2), 687-709. <https://doi.org/10.1108/tr-02-2021-0086>
- Seyfi, S., Rasoolimanesh, S. M., Sthapit, E., & Hall, C. M. (2024). Antecedents of domestic visitor's memorable experiences and gender difference: a heritage tourism context. *Tourism Recreation Research*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/02508281.2024.2309761>
- Stone, M. J., Soulard, J., Migacz, S., & Wolf, E. (2017). Elements of Memorable Food, Drink, and Culinary Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1121-1132. <https://doi.org/10.1177/0047287517729758>
- Sthapit, E., & Björk, P. (2019). Relative contributions of souvenirs on memorability of a trip experience and revisit intention: a study of visitors to Rovaniemi, Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 1-26. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1354717>
- Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2023). Towards a better understanding of memorable wellness tourism experience. *International Journal of Spa and Wellness*, 6(1), 1-27. <https://doi.org/10.1080/24721735.2022.2136120>
- Tabaeian, R. A., Yazdi, A., Mokhtari, N., & Khoshfetrat, A. (2023). Host-tourist interaction, revisit intention and memorable tourism experience through relationship quality and perceived service quality in ecotourism. *Journal of Ecotourism*, 22(3), 406-429. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2046759>
- Tiwari, A. V., Bajpai, N., & Pandey, P. K. (2024). Understanding the influence of meaningfulness on memorable tourism experience (MTE) to invoke revisit intention in tourists with moderating effect of the perceived risk of COVID-19. *Leisure/Loisir*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/14927713.2024.2399603>
- Vada, S., Prentice, C., & Hsiao, A. (2019). The influence of tourism experience and well-being on place attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 322-330. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.12.007>
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Vien, V. V., Hao, H. V., & Huong, V. L. (2024). Investigating the Role of Memorable Tourism Experience towards Revisit Intention and Electronic Word of Mouth: A Study on Beach Tourists. *Journal of Distribution Science*, 22(2), 83-93. <https://doi.org/doi.org/10.15722/jds.22.02.202402.83>
- Vien, V. V., Hao, H. V., & Thu, N. H. (2024). MTEs and revisit intention: The mediating role of destination attachment and sharing experiences on social media. *Innovative Marketing*, 20(2), 78-88. [https://doi.org/10.21511/im.20\(2\).2024.07](https://doi.org/10.21511/im.20(2).2024.07)

- Wong, J. W. C., Lai, I. K. W., & Tao, Z. (2020). Memorable ethnic minority tourism experiences in China: a case study of Guangxi Zhuang Zu. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(4), 508-525. <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1600866>
- Xiong, Z., Luo, L., & Lu, X. (2023). Understanding the effect of smart tourism technologies on behavioral intention with the stimulus-organism-response model: a study in Guilin, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28(5), 449-466. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2246598>
- Yang, X., & Zhang, L. (2022). Smart tourism technologies towards memorable experiences for museum visitors. *Tourism Review*, 77(4), 1009-1023. <https://doi.org/10.1108/tr-02-2022-0060>
- Yu, C.-P., Chang, W.-C., & Ramanpong, J. (2019). Assessing Visitors' Memorable Tourism Experiences (MTEs) in Forest Recreation Destination: A Case Study in Xitou Nature Education Area. *Forests*, 10(8). <https://doi.org/10.3390/f10080636>
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 326-336. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>
- Zhao, Z., Shi, D., Huang, Z., & Liu, X. (2023). How does tourism memory affect revisit decisions? The mediating role of episodic future thinking. *Tourism Management Perspectives*, 49. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101199>
- Zhou, G., Chen, W., & Wu, Y. (2022). Research on the Effect of Authenticity on Revisit Intention in Heritage Tourism. *Front Psychol*, 13, 883380. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.883380>

Ngày nhận bài: 30/7/2025

Ngày chấp nhận đăng: 26/8/2025