



DOI: <https://doi.org/10.52714/dthu.sch.3130.1955>

TÂM LÝ HỌC TÍCH CỰC TRONG DU LỊCH: PHÂN TÍCH TRẮC LƯỢNG THƯ MỤC VÀ ĐỀ XUẤT KHUNG TRẢI NGHIỆM DU LỊCH KIẾN TẠO HẠNH PHÚC

Trần Tuyên

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn,
Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, Việt Nam

Email: bca.trantuyen@gmail.com

Lịch sử bài báo

Ngày nhận: 09/02/2026; Ngày nhận chỉnh sửa: 05/5/2026; Ngày duyệt đăng: 27/5/2026

Tóm tắt

Trong hai thập niên qua, tâm lý học tích cực đã ngày càng được tích hợp vào nghiên cứu du lịch nhằm lý giải vai trò của cảm xúc, trải nghiệm và hạnh phúc (well-being) của du khách. Tuy nhiên, sự phát triển nhanh chóng này cũng dẫn đến tình trạng phân mảnh khái niệm và thiên lệch phương pháp, khi nhiều nghiên cứu sử dụng tâm lý học tích cực chủ yếu như một tập hợp biến đo lường kết quả sau chuyến đi. Bài tổng quan này nhằm hệ thống hóa và tái cấu trúc lĩnh vực thông qua việc kết hợp phân tích trắc lượng thư mục và phân tích chủ đề trên 458 công bố quốc tế được thu thập từ cơ sở dữ liệu Scopus đến hết năm 2025. Kết quả cho thấy nghiên cứu tâm lý học tích cực trong du lịch tập trung vào bốn cụm chủ đề chính: cảm xúc và hành vi du khách; trải nghiệm du lịch và hạnh phúc; hạnh phúc khoái lạc và hạnh phúc dựa trên ý nghĩa; cùng các hệ quả như gắn bó điểm đến và hành vi bền vững. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một khung khái niệm tiên tiến, định vị tâm lý học tích cực như một nền tảng diễn giải trải nghiệm du lịch, trong đó hạnh phúc được hiểu là kết quả của các tiến trình tâm lý trong và sau trải nghiệm. Nghiên cứu này góp phần mở rộng cách tiếp cận của nghiên cứu trải nghiệm du lịch bằng cách chuyển trọng tâm từ đo lường hạnh phúc sang lý giải quá trình hạnh phúc được kiến tạo trong và sau trải nghiệm du lịch.

Từ khóa: Hạnh phúc khoái lạc, hạnh phúc dựa trên ý nghĩa, tâm lý học tích cực, trải nghiệm du lịch, trắc lượng thư mục.

Trích dẫn: Trần, T. (2026). Tâm lý học tích cực trong du lịch: Phân tích trắc lượng thư mục và đề xuất khung trải nghiệm du lịch kiến tạo hạnh phúc. *Tap chí Khoa học Đại học Đồng Tháp, Online First*, 1-16. <https://doi.org/10.52714/dthu.sch.3130.1955>

Copyright © 2026 The author(s). This work is licensed under a CC BY-NC 4.0 License.

POSITIVE PSYCHOLOGY IN TOURISM: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS AND A FRAMEWORK FOR WELL-BEING CONSTRUCTION

Tran Tuyen

*University of Social Sciences and Humanities,
Vietnam National University Ho Chi Minh City, Vietnam*

Email: bca.trantuyen@gmail.com

Article history

Received: 09/02/2026; Received in revised form: 05/5/2026; Accepted: 27/5/2026

Abstract

Over the past two decades, positive psychology has increasingly been integrated into tourism research to explain the roles of emotions, experiences, and tourist well-being. However, this rapid development has also led to conceptual fragmentation and methodological concerns, as many studies have treated positive psychology primarily as a set of variables for measuring post-trip outcomes. This review study systematizes and reconceptualizes the field through a combination of bibliometric analysis and thematic analysis of 458 international publications retrieved from the Scopus database up to the end of 2025. The findings indicate that research on positive psychology in tourism is organized around four major thematic clusters: tourists' emotions and behavioral responses; tourism experiences and well-being; hedonic and eudaimonic well-being; and related outcomes such as place attachment and sustainable behavior. Thereby, the study proposes a process-oriented conceptual framework that positions positive psychology as an interpretive foundation for understanding tourism experiences. Within this framework, well-being is understood not merely as an outcome, but as the result of psychological processes operating during and after the tourism experience. By shifting the analytical focus from the measurement of happiness to the processes through which well-being is constructed, this study contributes to expanding tourism experience research and offers a more integrative perspective for future studies.

Keywords: *Bibliometric analysis, eudaimonic well-being, hedonic well-being, positive psychology, tourism experience.*

1. Giới thiệu

Trong hai thập niên qua, nghiên cứu du lịch đã chứng kiến một sự dịch chuyển rõ rệt từ việc tập trung vào hành vi tiêu dùng và hiệu quả kinh tế sang mối quan tâm ngày càng lớn đối với chất lượng sống và hạnh phúc con người (Lv & cs., 2024; Song & cs., 2024; Supanti & cs., 2025). Sự dịch chuyển này thường được gọi là góc nhìn hạnh phúc (well-being) trong nghiên cứu du lịch, phản ánh nhận thức rằng du lịch không chỉ là hoạt động tiêu dùng trải nghiệm mà còn là một không gian có khả năng tác động sâu sắc đến đời sống tâm lý và sự phát triển con người (Filep & Laing, 2019; Pearce, 2009; Vada & cs., 2025). Trong bối cảnh đó, tâm lý học tích cực (positive psychology) đã nổi lên như một nền tảng lý thuyết quan trọng, cung cấp khung khái niệm và công cụ phân tích để nghiên cứu các trạng thái tích cực, ý nghĩa sống và khả năng sống tốt, phát triển lành mạnh của con người trong trải nghiệm du lịch (Filep & Laing, 2019; Pearce, 2009).

Tâm lý học tích cực, với trọng tâm vào cảm xúc tích cực, trải nghiệm dòng chảy (flow), điểm mạnh cá nhân và các loại hạnh phúc (Pearce, 2009; Vada & cs., 2020, 2025), đã được tích hợp ngày càng sâu vào nghiên cứu trải nghiệm du lịch. Các công trình ban đầu chủ yếu sử dụng tâm lý học tích cực để đo lường hạnh phúc và sự hài lòng của du khách, qua đó giải thích hành vi quay lại, truyền miệng tích cực và ý định trung thành với điểm đến (Y.-C. Huang & cs., 2020; Pearce, 2009). Dần dần, phạm vi ứng dụng được mở rộng sang các khía cạnh tinh tế hơn của trải nghiệm, như trải nghiệm có ý nghĩa, sự gắn kết sâu, phát triển bản thân và chuyển hóa nội tâm, vượt ra ngoài cách hiểu truyền thống về sự hài lòng hay khoái cảm ngắn hạn (Filep & Laing, 2019; Lv & cs., 2024; Vada & cs., 2020; Zhang & cs., 2023).

Tuy nhiên, mặc dù số lượng nghiên cứu liên quan đến tâm lý học tích cực trong du lịch gia tăng nhanh chóng, lĩnh vực này vẫn tồn tại tình trạng phân mảnh đáng kể. Một mặt, nhiều nghiên cứu sử dụng các khái niệm cốt lõi của tâm lý học tích cực như cảm xúc tích cực, hạnh phúc chủ quan, trải nghiệm dòng chảy hay ý nghĩa sống, nhưng lại đặt chúng vào các mô hình hành vi tuyến tính quen thuộc, trong đó các trạng thái tâm lý tích cực chủ yếu được xem như biến kết quả hoặc biến trung gian nhằm dự đoán ý định hành vi (Filep, 2012; Filep & Laing, 2019; Iacob & cs., 2025; Liu & cs., 2023). Mặt khác, một số nghiên cứu khác tiếp cận tâm lý học tích cực như một định hướng chuẩn tắc, nhấn mạnh vai trò của du lịch trong việc nuôi dưỡng hạnh phúc bản chất/hạnh phúc viên mãn/hạnh phúc dựa trên ý nghĩa (eudaimonic well-being, trong nghiên cứu này sẽ thống nhất dùng hạnh phúc dựa trên ý nghĩa) (Bagheri & cs., 2024; Vada & cs., 2025), sự tự hiện thực hóa và tăng trưởng cá nhân, nhưng thiếu sự kết nối hệ thống với dòng nghiên cứu thực nghiệm chiếm ưu thế (Cámara & cs., 2023; Iacob & cs., 2025; Lauring, 2013).

Sự phân mảnh này dẫn đến một nghịch lý học thuật. Tâm lý học tích cực được thừa nhận rộng rãi là có tiềm năng làm giàu nền tảng nhân bản của khoa học du lịch, song trong thực tiễn nghiên cứu, nó thường bị giản lược thành một tập hợp thang đo nhằm lượng hóa trạng thái tích cực tức thời của du khách. Điều này làm mờ đi câu hỏi cốt lõi mà tâm lý học tích cực đặt ra: bằng cơ chế nào trải nghiệm du lịch có thể góp phần xây dựng các cơ chế tâm lý bền vững, hỗ trợ trải nghiệm tối ưu và nâng cao chất lượng sống lâu dài của con người (Coghlan, 2015; Filep, 2012). Bối cảnh toàn cầu gần đây càng làm nổi bật tính cấp thiết của việc tái xem xét vai trò của tâm lý học tích cực trong du lịch (Tran, 2026a). Đại dịch COVID-19, cùng với gia tăng căng thẳng, lo âu và kiệt sức tinh thần trong đời sống hiện đại, đã thúc đẩy sự quan tâm mạnh mẽ đến du lịch như một không gian phục hồi tâm lý và tái cân bằng nội tâm (Asan & cs., 2024; Avcillas-Torres & cs., 2025; Tran, 2026a; Wen & cs., 2022).

Mặc dù vậy, cho đến nay vẫn thiếu một bài tổng quan hệ thống nhằm làm rõ cách thức tâm lý học tích cực đã và đang được vận dụng trong nghiên cứu du lịch, các cấu trúc khái niệm nào được ưu tiên, cũng như những giới hạn lý thuyết và phương pháp đang chi phối lĩnh vực

này. Xuất phát từ khoảng trống đó, bài viết này nhằm cung cấp một bức tranh tổng quan có cấu trúc về nghiên cứu tâm lý học tích cực trong du lịch dựa trên dữ liệu Scopus. Cụ thể, nghiên cứu hướng tới ba mục tiêu chính. Thứ nhất, nghiên cứu sự phát triển và ứng dụng của tâm lý học tích cực trong nghiên cứu trải nghiệm du lịch qua các chỉ số thống kê. Thứ hai, nhận diện các cụm chủ đề và khuynh hướng khái niệm chi phối, từ đó làm rõ logic lý thuyết đang định hình lĩnh vực này. Thứ ba, trên cơ sở tổng hợp phê phán, đề xuất một khung khái niệm tổng kết nhằm định hướng cho các nghiên cứu tương lai về trải nghiệm du lịch tích cực và hạnh phúc con người.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Tâm lý học tích cực và sự dịch chuyển trọng tâm trong nghiên cứu du lịch

Tâm lý học tích cực xuất hiện như một phản biện có hệ thống đối với khuynh hướng tập trung vào rối loạn và thiếu hụt trong tâm lý học truyền thống, bằng cách chuyển trọng tâm sang các trạng thái tích cực, điểm mạnh cá nhân và khả năng sống tốt, phát triển lành mạnh của con người (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Seligman, 2019). Khi được đưa vào nghiên cứu du lịch, tâm lý học tích cực nhanh chóng trở thành một nền tảng hấp dẫn vì tương thích với bản chất trải nghiệm của du lịch, một lĩnh vực vốn gắn liền với cảm xúc, ý nghĩa và sự thỏa mãn chủ quan (Filep, 2012; Filep & Laing, 2019; Pearce, 2009). Tuy nhiên, sự tích hợp này không đồng nhất, dẫn đến các cách hiểu và cách vận dụng khác nhau, thậm chí mâu thuẫn, về vai trò của tâm lý học tích cực trong khoa học du lịch.

2.2. Hạnh phúc: Từ hạnh phúc chủ quan đến hạnh phúc dựa trên ý nghĩa

Khái niệm hạnh phúc là điểm hội tụ trung tâm giữa tâm lý học tích cực và nghiên cứu du lịch. Trong nhiều nghiên cứu du lịch, hạnh phúc thường được tiếp cận dưới dạng hạnh phúc chủ quan (subjective well-being, SWB), nhấn mạnh sự cân bằng giữa cảm xúc tích cực, cảm xúc tiêu cực và sự hài lòng với cuộc sống (Huang & cs., 2020; Zheng & cs., 2022). Cách tiếp cận này cho phép đo lường thuận tiện và dễ tích hợp vào các mô hình hành vi, nhưng đồng thời có xu hướng giản lược trải nghiệm du lịch thành các trạng thái cảm xúc tức thời.

Ngược lại, các nghiên cứu gần đây nhấn mạnh sự phân biệt giữa hạnh phúc khoái lạc (hedonic well-being) và hạnh phúc dựa trên ý nghĩa (eudaimonic well-being). Hạnh phúc khoái lạc chỉ trạng thái dễ chịu mà con người cảm nhận khi trải nghiệm niềm vui, sự thư giãn, hài lòng và giảm căng thẳng. Trong du lịch, dạng hạnh phúc này thường xuất hiện qua cảm giác vui vẻ, thoải mái, được nghỉ ngơi, thoát khỏi áp lực thường nhật hoặc tận hưởng các hoạt động hấp dẫn tại điểm đến (Huang & cs., 2024; Ryan & Deci, 2000). Ngược lại, hạnh phúc dựa trên ý nghĩa không chỉ liên quan đến cảm giác dễ chịu, mà gắn với việc con người nhận ra giá trị của trải nghiệm đối với bản thân, tìm thấy ý nghĩa sống, phát triển năng lực, mở rộng nhận thức, củng cố bản sắc và hướng đến sự trưởng thành cá nhân (Bagheri & cs., 2024; Huta & Waterman, 2014; Ryan & Deci, 2000; Ryff & Singer, 1998).

Vì vậy, một chuyến đi có thể tạo ra hạnh phúc khoái lạc khi du khách cảm thấy vui và thư giãn, nhưng chỉ tạo ra hạnh phúc dựa trên ý nghĩa khi trải nghiệm đó giúp họ hiểu sâu hơn về bản thân, người khác hoặc thế giới (Filep & cs., 2024; Fu, 2023; Tran, 2026b). Trong bối cảnh du lịch, sự phân biệt này có ý nghĩa đặc biệt vì trải nghiệm du lịch vừa có thể mang lại khoái cảm ngắn hạn, vừa có thể mở ra những chuyển hóa sâu hơn về bản sắc, giá trị sống và thế giới quan (Cámara & cs., 2023; Chang & cs., 2022; Filep & Laing, 2019; Vada & cs., 2020). Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu vẫn sử dụng hai dạng hạnh phúc này một cách hoán đổi, thiếu phân định khái niệm rõ ràng, dẫn đến sự nhập nhằng trong diễn giải kết quả.

2.3. Cảm xúc tích cực, trải nghiệm dòng chảy và sự gắn kết trải nghiệm

Cảm xúc tích cực là một trong những cấu trúc được sử dụng phổ biến nhất khi áp dụng

tâm lý học tích cực trong du lịch. Theo lý thuyết mở rộng và xây dựng (broaden-and-build), cảm xúc tích cực không chỉ tạo cảm giác dễ chịu mà còn mở rộng tư duy và hành động, từ đó tích lũy các năng lực tâm lý lâu dài (Fredrickson, 2001; Lundin & cs., 2025). Trong nghiên cứu du lịch, cảm xúc tích cực thường được xem như cơ chế trung gian liên kết trải nghiệm với sự hài lòng và ý định hành vi (Huang & cs., 2024; Liu & cs., 2023; Wen & cs., 2022).

Liên quan chặt chẽ với cảm xúc tích cực là khái niệm dòng chảy (flow), mô tả trạng thái tập trung cao độ và hòa nhập hoàn toàn vào hoạt động đang diễn ra (Csikszentmihalyi, 1990). Filep (2008) và de Matos & cs. (2021) cho thấy trải nghiệm dòng chảy đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao mức độ gắn kết và chất lượng trải nghiệm du khách, đặc biệt trong các bối cảnh trải nghiệm nhập vai và sáng tạo (deMatos & cs., 2021; Filep, 2008). Tuy nhiên, cách tiếp cận trải nghiệm dòng chảy trong du lịch thường bị giới hạn ở vai trò dự báo sự hài lòng, thay vì được xem như một tiến trình trải nghiệm có khả năng tạo ra ý nghĩa và phát triển bản thân.

Tổng hợp các khái niệm trên cho thấy một vấn đề cốt lõi: tâm lý học tích cực trong du lịch hiện nay chủ yếu được vận dụng như một tập hợp công cụ khái niệm để đo lường trạng thái tích cực, hơn là một khuôn khổ lý thuyết nhằm giải thích quá trình hình thành và chuyển hóa trải nghiệm. Sự thiếu nhất quán trong việc phân biệt các dạng hạnh phúc, cùng với xu hướng tích hợp cơ học các khái niệm như cảm xúc tích cực hay trải nghiệm dòng chảy vào mô hình hành vi, đã hạn chế tiềm năng đóng góp lý thuyết của tâm lý học tích cực đối với khoa học du lịch (Chang & cs., 2022; Filep, 2012; Filep & Laing, 2019; Vada & cs., 2019). Do đó, việc tái cấu trúc các khái niệm này trong một khung tích hợp, nhấn mạnh cơ chế và tiến trình trải nghiệm, là điều kiện cần thiết để phát triển nghiên cứu du lịch tích cực theo hướng sâu sắc và bền vững hơn.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng thiết kế tổng quan hệ thống kết hợp, tích hợp phân tích trắc lượng thư mục (bibliometric analysis) và phân tích chủ đề (thematic synthesis) nhằm đạt được hai mục tiêu bổ trợ lẫn nhau. Cách tiếp cận kết hợp này đặc biệt phù hợp với mục tiêu nghiên cứu của bài viết. Nếu phân tích trắc lượng thư mục giúp trả lời câu hỏi “lĩnh vực này phát triển như thế nào và xoay quanh những chủ đề nào”, thì phân tích chủ đề cho phép trả lời câu hỏi “những chủ đề đó được xây dựng trên nền tảng khái niệm và logic lý thuyết nào”. Việc kết hợp hai phương pháp giúp tránh hạn chế phổ biến của các bài tổng quan chỉ dừng lại ở mô tả số lượng công bố, đồng thời tạo điều kiện cho việc đề xuất một khung khái niệm tích hợp có giá trị định hướng nghiên cứu tương lai.

3.2. Nguồn dữ liệu và chiến lược tìm kiếm

Cơ sở dữ liệu Scopus được lựa chọn làm nguồn dữ liệu chính cho nghiên cứu vì đây là một trong những cơ sở dữ liệu trích dẫn lớn và uy tín nhất trong khoa học xã hội, đặc biệt mạnh về các lĩnh vực du lịch, quản trị và tâm lý học (Martins & cs., 2025). Chiến lược tìm kiếm được xây dựng nhằm cân bằng giữa tính bao quát và tính đặc thù của chủ đề. Cú pháp tìm kiếm được sử dụng như sau: TITLE-ABS-KEY (“positive psychology”) AND TITLE-ABS-KEY (tourist OR tourism). Việc giới hạn từ khóa trong tiêu đề, tóm tắt và từ khóa của tác giả giúp bảo đảm rằng các công bố được chọn có mối liên hệ trực tiếp và rõ ràng với cả tâm lý học tích cực và bối cảnh du lịch. Thời gian tìm kiếm được thiết lập từ khi Scopus bắt đầu lập chỉ mục cho đến hết năm 2025, nhằm phản ánh đầy đủ quá trình hình thành và phát triển của lĩnh vực.

3.3. Quy trình sàng lọc

Quy trình lựa chọn tài liệu được thực hiện theo hướng dẫn của PRISMA nhằm bảo đảm tính minh bạch và khả năng tái lập (Page & cs., 2021).

Kết quả tìm kiếm ban đầu thu được 549 công bố. Ở bước sàng lọc thứ nhất, 23 công bố bị loại do không phải tiếng Anh hoặc không phải là bài nghiên cứu khoa học có kết quả nghiên cứu mới (ví dụ: editorial, book review, note). Sau bước này, 526 công bố được giữ lại để tiếp tục sàng lọc.

Tiếp theo, 41 công bố bị loại thông qua đọc nhanh tiêu đề do không liên quan trực tiếp đến chủ đề nghiên cứu, mặc dù có chứa từ khóa tìm kiếm. Các công bố này chủ yếu đề cập đến tâm lý học tích cực trong các bối cảnh khác (giáo dục, tổ chức, y tế) mà không gắn với du lịch hoặc trải nghiệm du khách. Sau bước này, tập dữ liệu còn lại 485 công bố.

Ở bước sàng lọc cuối cùng, 27 công bố bị loại do không thể truy xuất đầy đủ thông tin (toàn văn hoặc tóm tắt chi tiết), khiến việc phân tích nội dung và phân tích chủ đề không khả thi. Kết quả cuối cùng là 458 bài báo được đưa vào phân tích chính thức.

3.4. Phân tích dữ liệu

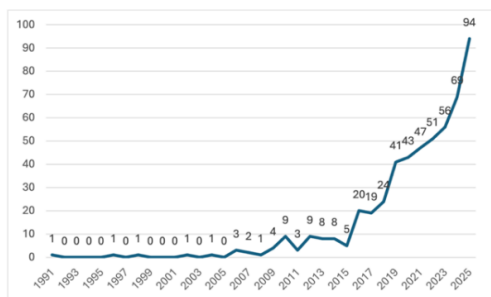
Dựa trên tập dữ liệu 458 bài báo, phân tích trắc lượng thư mục được thực hiện với phần mềm VOSviewer 1.6.20 và phân tích chủ đề được thực hiện thông qua việc đọc và mã hóa nội dung tóm tắt, từ khóa và, khi cần thiết, toàn văn của các công bố tiêu biểu. Quá trình này nhằm nhận diện các mẫu lặp lại trong cách sử dụng khái niệm, cấu trúc lý thuyết và cách tiếp cận phương pháp liên quan đến tâm lý học tích cực trong du lịch.

Khác với các cách tiếp cận mô tả đơn thuần, phân tích chủ đề trong nghiên cứu này được định hướng bởi câu hỏi nghiên cứu: tâm lý học tích cực đang được vận dụng như một biến kết quả, cơ chế trung gian, hay khung diễn giải trải nghiệm. Việc định hướng này cho phép chuyển từ liệt kê chủ đề sang phân tích logic khái niệm, từ đó tạo nền tảng cho việc xây dựng khung khái niệm tổng kết và đề xuất các hướng nghiên cứu tương lai.

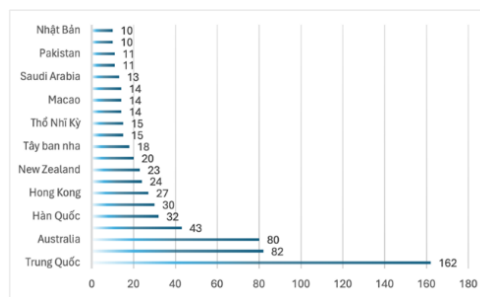
4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Xu hướng công bố theo thời gian và không gian

Dữ liệu cho thấy nghiên cứu về tâm lý học tích cực trong du lịch trải qua ba giai đoạn phát triển tương đối rõ rệt. Giai đoạn khởi phát (1991-2005) ghi nhận số lượng công bố rất hạn chế, chủ yếu mang tính thử nghiệm khái niệm và còn nằm ở rìa của khoa học du lịch. Trong giai đoạn này, tâm lý học tích cực chưa được định vị như một nền tảng lý thuyết riêng, mà chủ yếu được lồng ghép rải rác trong các nghiên cứu về cảm xúc và sự hài lòng của du khách.



Hình 1. Xu hướng công bố nghiên cứu về tâm lý học tích cực trong du lịch theo thời gian (1991-2025)



Hình 2. Xu hướng công bố nghiên cứu về tâm lý học tích cực trong du lịch theo quốc gia (1991-2025)

cảm xúc như biến dự báo hoặc biến trung gian trong các mô hình hành vi du lịch (Breitsohl & Garrod, 2016; Hosany & cs., 2017; Pearce, 2009; Prayag & cs., 2017; Ramkissoon & cs., 2013). So với các cụm khác, đây là nhóm có tính ổn định cao về phương pháp và logic nhân quả, song cũng là nhóm ít có sự đổi mới về khung khái niệm.

Gắn liền với cụm trên là trải nghiệm du lịch và hạnh phúc, nơi các khái niệm như sự hài lòng về cuộc sống, chất lượng cuộc sống và sức khỏe tâm thần (life satisfaction, quality of life và mental health) được sử dụng để mở rộng phạm vi phân tích từ hành vi trong chuyến đi sang tác động sau chuyến đi. Các nghiên cứu tiêu biểu cho thấy du lịch có thể đóng vai trò như một cơ chế phục hồi tâm lý, giúp tái tạo năng lực cá nhân và nâng cao sự hài lòng với cuộc sống (Chen & cs., 2016; Coghlan, 2015; Filep & Laing, 2019; Uysal & cs., 2016). So với cụm cảm xúc-hành vi, cụm này tiến thêm một bước khi đặt câu hỏi về hệ quả dài hạn của trải nghiệm, song vẫn chủ yếu tiếp cận hạnh phúc như kết quả hơn là tiến trình.

Bảng 1. Các cụm chủ đề chính, từ khóa trung tâm và công bố tiêu biểu

Cụm chủ đề	Từ khóa trung tâm	Nội dung trọng tâm	Công bố tiêu biểu
(1) Tâm lý học tích cực & nền tảng khái niệm	Psychology; Positive psychology; Well-being; Happiness; Eudaimonia; Psychological well-being	Đặt nền tảng khái niệm và nhận thức luận cho việc hiểu du lịch như một không gian thúc đẩy sự nuôi dưỡng cá nhân, vượt khỏi hài lòng thuần túy	Filep (2008); Filep & Laing (2019); Vada & cs. (2020); Hosany & cs. (2022); Câmara & cs. (2023)
(2) Cảm xúc, động cơ và hành vi du khách	Emotion(s); Motivation; Perception; Behavioral intention; Travel behavior; Decision making	Phân tích vai trò của cảm xúc tích cực/tiêu cực như cơ chế trung gian giữa trải nghiệm và hành vi hậu du lịch	Prayag & cs. (2017); Hosany & cs. (2017); Pestana & cs. (2020); Breitsohl & Garrod (2016); Pearce (2009)
(3) Trải nghiệm du lịch & hạnh phúc	Tourist experience; Tourism experience; Life satisfaction; Quality of life; Mental health	Du lịch như nguồn tạo khoái lạc, phục hồi tâm lý và nâng cao chất lượng sống sau chuyến đi	Chen & cs. (2016); Coghlan (2015); Asan & cs. (2024); Huang & cs. (2020); Uysal & cs. (2016)
(4) Hạnh phúc khoái lạc và hạnh phúc dựa trên ý nghĩa	Hedonic well-being; Eudaimonic well-being; Meaning; Purpose; Personal growth	Phân biệt hai chiều hạnh phúc và chứng minh vai trò trung gian của hạnh phúc trong các mô hình trải nghiệm - gắn bó - trung thành	Vada & cs. (2019); Filep (2017); Huta & Waterman (2014)
(5) Gắn bó điểm đến & hệ quả hành vi	Place attachment; Destination image; Destination loyalty; Tourist satisfaction	Gắn kết cảm xúc-nhận thức giữa du khách và điểm đến như kết quả của trải nghiệm tích cực	Ramkissoon & cs. (2013); Hosany & cs. (2017); Vada & cs. (2019); Prayag & cs. (2017)

Cụm chủ đề	Từ khóa trung tâm	Nội dung trọng tâm	Công bố tiêu biểu
(6) Du lịch bền vững & tâm lý môi trường	Sustainable tourism; Sustainability; Pro-environmental behavior; Ecotourism; Environmental psychology	Liên kết hạnh phúc, cảm xúc tích cực với hành vi bảo vệ môi trường và du lịch có trách nhiệm	Ramkissoon & cs. (2013); Filep & Laing (2019); Asan & cs. (2024)
(7) Phương pháp đo lường & mô hình hóa	Questionnaire; Surveys; Structural equation modeling; Factor analysis; Regression analysis	Thiên về định lượng, mô hình tuyến tính, đo lường trạng thái sau chuyến đi	Prayag & cs. (2017); Vada & cs. (2019); Pestana & cs. (2020); Hosany & cs. (2017)
(8) Bối cảnh mới & mở rộng	Covid-19; Medical Health; Virtual reality; Artificial intelligence	Mở rộng tâm lý học tích cực sang phục hồi hậu khủng hoảng, công nghệ và sức khỏe	Chen & cs. (2016); Coghlan (2015); Asan & cs. (2024); Zhao & Liu (2024)

Một điểm khác biệt quan trọng xuất hiện trong cụm hạnh phúc khoái lạc và hạnh phúc dựa trên ý nghĩa. Dù tần suất từ khóa thấp hơn, cụm này mang ý nghĩa lý thuyết nổi bật vì trực tiếp đưa các khái niệm cốt lõi của tâm lý học tích cực vào nghiên cứu du lịch. Các công trình của Vada & cs. (2019) và Filep và Laing (2019) cho thấy trải nghiệm du lịch không chỉ tạo khoái lạc tức thời, mà còn góp phần nuôi dưỡng ý nghĩa sống, mục đích và sự phát triển cá nhân. So với các cụm khác, đây là nhóm hiếm hoi đặt vấn đề về bản chất thực chất của trải nghiệm, thay vì chỉ đo lường mức độ hài lòng hay cảm xúc tích cực.

Mặc dù đa dạng về chủ đề, cấu trúc nghiên cứu hiện tại bộc lộ một số thiên lệch đáng chú ý. Trước hết là thiên lệch về khái niệm tích cực. Phần lớn nghiên cứu tập trung vào cảm xúc tích cực, sự hài lòng và hạnh phúc, trong khi các trải nghiệm tiêu cực, mâu thuẫn hoặc nước đôi về cảm xúc chỉ xuất hiện rải rác (Breitsohl & Garrod, 2016). Cách tiếp cận này vô tình làm nghèo hóa tinh thần của tâm lý học tích cực, vốn không đồng nhất với tích cực hóa trải nghiệm, mà hướng đến hiểu biết toàn diện về sự nuôi dưỡng (flourishing) con người.

Thứ hai, thiên lệch phương pháp thể hiện rõ qua mật độ cao của các từ khóa như bảng câu hỏi, mô hình phương trình cấu trúc và phân tích nhân tố (questionnaire, survey, structural equation modeling và factor analysis). Các nghiên cứu định lượng, cắt ngang và dựa trên tự báo cáo chiếm ưu thế tuyệt đối (Pestana & cs., 2020; Prayag & cs., 2017). Trong khi đó, các phương pháp định tính, diễn giải và hiện tượng học - vốn phù hợp để khám phá ý nghĩa, sự chuyển hóa và chiều sâu trải nghiệm - lại xuất hiện rất hạn chế. Điều này khiến nhiều nghiên cứu về hạnh phúc dựa trên ý nghĩa và ý nghĩa sống vẫn bị giản lược thành các thang đo tĩnh.

Thứ ba, có một độ lệch về vai trò lý thuyết của tâm lý học tích cực. Trong nhiều trường hợp, tâm lý học tích cực được sử dụng như một khái niệm, thang đo (ví dụ: positive emotion, well-being), thay vì một khung diễn giải giúp tái cấu trúc cách hiểu về trải nghiệm du lịch. Điều này lý giải vì sao các cụm chủ đề dù liên kết về mặt từ khóa, nhưng chưa hội tụ thành một dòng nghiên cứu thống nhất (Hosany & cs., 2022).

Tổng hợp các cụm chủ đề cho thấy một logic tiềm ẩn: trải nghiệm du lịch thường được nghiên cứu theo chuỗi kích thích - cảm xúc - đánh giá - hành vi, trong đó hạnh phúc đóng vai trò là điểm đến cuối cùng. Tuy nhiên, các nghiên cứu về hạnh phúc khoái lạc và hạnh phúc

dựa trên ý nghĩa gợi ý một cách nhìn khác: hạnh phúc không chỉ là kết quả, mà là tiến trình được kiến tạo trong và sau trải nghiệm (Coghlan & Weiler, 2018; Neuhofer, 2024; Y. Zhang & cs., 2024). Những điểm hạn chế này tạo tiền đề trực tiếp cho việc đề xuất khung khái niệm tích hợp, nơi tâm lý học tích cực sẽ được định vị không chỉ như một tập hợp khái niệm, mà như một nền tảng lý thuyết dẫn dắt nghiên cứu trải nghiệm du lịch trong bối cảnh đương đại.

4.3. Khung khái niệm tích hợp: Trải nghiệm du lịch như tiến trình kiến tạo hạnh phúc từ góc nhìn tâm lý học tích cực

4.3.1. Từ phân mảnh chủ đề đến cấu trúc khái niệm

Kết quả phân tích trắc lượng thư mục cho thấy nghiên cứu về tâm lý học tích cực trong du lịch chưa phát triển thành một dòng lý thuyết thống nhất, mà phân tán thành nhiều cụm chủ đề có liên hệ nhưng chưa được kết nối đầy đủ. Cụm về cảm xúc, động cơ và hành vi du khách phản ánh các yếu tố khơi mở và phản ứng tâm lý ban đầu. Cụm về trải nghiệm du lịch, trải nghiệm dòng chảy (flow), sự gắn kết và kiến tạo ý nghĩa cho thấy các tiến trình tâm lý diễn ra trong khi trải nghiệm. Trong khi đó, cụm về hạnh phúc khoái lạc (hedonic well-being), hạnh phúc dựa trên ý nghĩa (eudaimonic well-being), gắn bó điểm đến và hành vi bền vững thể hiện các kết quả mở rộng sau trải nghiệm. Vì vậy, khung khái niệm được đề xuất không tách rời khỏi kết quả phân tích, mà được xây dựng bằng cách sắp xếp lại các cụm chủ đề này theo một logic tiến trình. Khung này kết nối ba tầng: điều kiện trải nghiệm, tiến trình tâm lý tích cực và kết quả hạnh phúc.

4.3.2. Cấu trúc ba tầng của khung khái niệm

Khung khái niệm đề xuất gồm ba tầng liên kết, phản ánh sự vận động từ kích thích bên ngoài đến chuyển hóa bên trong.

Tầng 1: Điều kiện và kích hoạt trải nghiệm.

Tầng này bao gồm các yếu tố thường xuất hiện trong các cụm chủ đề như các đặc điểm của điểm đến, trải nghiệm du lịch, bối cảnh xã hội và môi trường, và các yếu tố gây căng thẳng trong tình huống cụ thể (ví dụ: COVID-19, áp lực công việc, khủng hoảng cá nhân). Các yếu tố này không trực tiếp tạo ra hạnh phúc, mà đóng vai trò kích hoạt các tiến trình tâm lý trong trải nghiệm du lịch.

Tầng 2: Tiến trình tâm lý tích cực.

Đây là lõi lý thuyết của khung khái niệm. Các tiến trình này bao gồm:

- (i) Cảm xúc và nhận thức (positive and negative emotions, perception, cognition);
- (ii) Sự gắn kết và nhập vai (engagement, flow, immersion);
- (iii) Kiến tạo ý nghĩa và phản tư (meaning-making, purpose, self-reflection).

Khác với các mô hình tuyến tính truyền thống, khung này nhấn mạnh rằng các tiến trình trên đồng thời và tương tác, chứ không diễn ra theo thứ tự cứng nhắc. Trải nghiệm du lịch vì vậy được hiểu như một không gian cho sự tái cấu trúc cảm xúc, nhận thức và tự hiểu bản thân.

Tầng 3: Kết quả hạnh phúc.

Kết quả của tiến trình trải nghiệm không chỉ là sự hài lòng hay ý định quay lại. Tiến trình này bao gồm hai chiều hạnh phúc: Hạnh phúc khoái lạc: khoái lạc, thư giãn, phục hồi, cảm xúc tích cực; Hạnh phúc dựa trên ý nghĩa: ý nghĩa sống, phát triển bản thân, cảm nhận về mục đích và sự gắn kết lâu dài. Hai chiều này không đối lập mà bổ trợ cho nhau, và có thể dẫn đến các hệ quả mở rộng như gắn bó điểm đến, hành vi bền vững và thay đổi lối sống sau chuyến đi.

4.3.3. Các đóng góp của khung khái niệm

Tính mới của khung khái niệm nằm ở việc tái tổ chức các mô hình hạnh phúc hiện có theo một logic tiến trình, thay vì chỉ kế thừa chúng như các tập hợp thành tố hoặc thang đo. Trước hết, so với mô hình PERMA của Seligman, vốn xác định năm thành tố của hạnh phúc gồm cảm xúc tích cực (positive emotions), sự gắn kết (engagement), mối quan hệ (relationships), ý nghĩa (meaning) và thành tựu (accomplishment), khung này không chỉ liệt kê các thành tố cấu thành hạnh phúc, mà sắp xếp chúng trong một tiến trình trải nghiệm. Nói cách khác, bài viết chuyển trọng tâm từ câu hỏi “hạnh phúc gồm những yếu tố nào” sang “hạnh phúc được hình thành như thế nào trong du lịch”.

Thứ hai, so với các mô hình DREAMA hoặc DRAMMA, vốn nhấn mạnh các năng lực phục hồi, tách khỏi đời sống thường nhật, sự gắn kết, ý nghĩa, thành tựu, quyền tự chủ, làm chủ và kết nối xã hội hoặc thiên nhiên, khung đề xuất mở rộng góc nhìn từ nhu cầu tâm lý sang cấu trúc diễn tiến của trải nghiệm du lịch. Các điều kiện điếm đến, hoạt động, bối cảnh xã hội và môi trường không được xem là yếu tố rời rạc, mà là tầng kích hoạt các tiến trình cảm xúc, nhận thức, nhập tâm và phản tư.

Thứ ba, so với lý thuyết dòng chảy (flow theory) và lý thuyết mở rộng và xây dựng (broaden-and-build theory), khung này không tách riêng trải nghiệm dòng chảy hay cảm xúc tích cực như một cơ chế đơn lẻ, mà đặt chúng cùng với kiến tạo ý nghĩa trong một tầng trung gian chung. Nhờ vậy, khung có thể giải thích cả hạnh phúc khoái lạc và hạnh phúc dựa trên ý nghĩa.

Cuối cùng, so với mô hình FASS, gồm tự do, thành tựu, xã hội và bất ngờ tích cực, khung này không chỉ đo các chiều cạnh của trải nghiệm hạnh phúc, mà chỉ ra quan hệ giữa điều kiện trải nghiệm, tiến trình tâm lý và kết quả dài hạn như gắn bó điếm đến, hành vi bền vững và thay đổi lối sống. Điếm mới cốt lõi vì thế nằm ở việc tái định vị tâm lý học tích cực từ bộ thang đo hạnh phúc sang một khung diễn giải tiến trình kiến tạo hạnh phúc trong du lịch.

4.4. Gợi ý các hướng nghiên cứu trong tương lai

Thứ nhất, dịch chuyển trọng tâm từ hạnh phúc như kết quả sang hạnh phúc như tiến trình là một hướng nghiên cứu then chốt. Phần lớn các nghiên cứu hiện tại đo lường hạnh phúc hoặc sự hài lòng sau chuyến đi, trong khi các cơ chế tâm lý diễn ra trong trải nghiệm vẫn chưa được khám phá đầy đủ. Các nghiên cứu tương lai nên tập trung vào cách cảm xúc, sự nhập vai, phản tư và kiến tạo ý nghĩa đồng sáng tạo trong suốt hành trình du lịch, đặc biệt thông qua thiết kế nghiên cứu theo chiều dọc (longitudinal) hoặc theo giai đoạn trải nghiệm (trước - trong - sau chuyến đi).

Thứ hai, cần kiểm định thực nghiệm khung khái niệm được đề xuất trong các bối cảnh du lịch cụ thể. Khung ba tầng trong nghiên cứu này mới dừng lại ở mức tổng hợp lý thuyết, do đó các nghiên cứu tương lai có thể chuyển hóa khung này thành mô hình thực nghiệm để kiểm tra mối liên hệ giữa điều kiện trải nghiệm, tiến trình tâm lý tích cực và kết quả hạnh phúc. Các nghiên cứu có thể sử dụng thiết kế khảo sát theo ba giai đoạn trước, trong và sau chuyến đi, hoặc kết hợp nhật ký trải nghiệm, phỏng vấn sâu và mô hình cấu trúc tuyến tính để làm rõ cách hạnh phúc được hình thành theo thời gian.

Thứ ba, cần mở rộng nghiên cứu về hạnh phúc dựa trên ý nghĩa vượt ra khỏi các thang đo tính. Mặc dù khái niệm này ngày càng được nhắc đến, các nghiên cứu vẫn chủ yếu tiếp cận hạnh phúc dựa trên ý nghĩa như một biến đo lường, thay vì một quá trình phát triển gắn với bối cảnh sống và tiêu sử cá nhân. Các hướng tiếp cận định tính, hiện tượng học, dân tộc học tự sự hoặc phương pháp hỗn hợp có tiềm năng làm rõ cách du lịch góp phần định hình ý nghĩa sống, bản sắc và định hướng dài hạn của con người.

Thứ tư, tích hợp trải nghiệm tiêu cực và trải nghiệm nước đôi về cảm xúc (ambivalent) là một khoảng trống quan trọng. Tâm lý học tích cực trong du lịch hiện vẫn thiên về cảm xúc tích cực, trong khi các trải nghiệm căng thẳng, thất vọng, đau khổ, khủng hoảng đạo đức hoặc xung đột giá trị lại đóng vai trò không nhỏ trong quá trình trưởng thành, kiến tạo hạnh phúc và chuyển hóa cá nhân. Nghiên cứu tương lai cần xem xét cách các trải nghiệm này tương tác với cảm xúc tích cực để tạo nên hạnh phúc bền vững, thay vì loại trừ chúng khỏi phân tích.

Cuối cùng, đa dạng hóa bối cảnh văn hóa và chủ thể nghiên cứu là yêu cầu cấp thiết. Phần lớn các công trình hiện nay tập trung vào du khách phương Tây hoặc Đông Á, trong khi cách hiểu về hạnh phúc, ý nghĩa và phát triển con người mang tính văn hóa sâu sắc. Các nghiên cứu so sánh liên văn hóa, cũng như nghiên cứu tập trung vào cộng đồng địa phương, người lao động du lịch và các nhóm dễ tổn thương, sẽ giúp mở rộng phạm vi và chiều sâu của tâm lý học tích cực trong du lịch.

5. Kết luận

Nghiên cứu tổng quan này đã hệ thống hóa và phân tích có so sánh các nghiên cứu về tâm lý học tích cực trong du lịch, dựa trên tập dữ liệu 458 công bố quốc tế. Thông qua việc kết hợp phân tích trắc lượng thư mục và phân tích chủ đề, nghiên cứu không chỉ mô tả sự phát triển của lĩnh vực theo thời gian và không gian, mà còn làm rõ cấu trúc tri thức và các logic khái niệm đang định hình nghiên cứu đương đại.

Kết quả cho thấy tâm lý học tích cực đã trở thành một dòng nghiên cứu quan trọng trong khoa học du lịch, đặc biệt trong việc lý giải vai trò của cảm xúc, trải nghiệm và hạnh phúc. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu hiện tại vẫn tiếp cận hạnh phúc như một kết quả đo lường, thiên về các mô hình tuyến tính và định lượng, trong khi các tiến trình tâm lý sâu hơn - nơi ý nghĩa, phân tư và chuyển hóa cá nhân được hình thành - vẫn chưa được khám phá tương xứng. Điều này dẫn đến một sự phân mảnh lý thuyết, khi các khái niệm của tâm lý học tích cực được sử dụng rộng rãi nhưng chưa được tích hợp trong một khung diễn giải thống nhất. Đóng góp trung tâm của nghiên cứu này nằm ở việc đề xuất một khung khái niệm tiến trình, định vị tâm lý học tích cực như một nền tảng diễn giải trải nghiệm du lịch, thay vì chỉ là nguồn cung cấp biến số. Khung này cho phép kết nối các chủ đề rời rạc - từ cảm xúc, trải nghiệm, hạnh phúc đến bền vững - vào một logic phát triển con người xuyên suốt hành trình du lịch.

Mặc dù đạt được một số đóng góp lý thuyết, nghiên cứu này vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, dữ liệu được thu thập duy nhất từ cơ sở dữ liệu Scopus nên có thể chưa bao quát đầy đủ các công bố liên quan trên các cơ sở dữ liệu khác hoặc các nghiên cứu không viết bằng tiếng Anh; các nghiên cứu tương lai có thể mở rộng sang nhiều nguồn dữ liệu và ngôn ngữ để tăng độ bao phủ. Thứ hai, việc kết hợp phân tích trắc lượng thư mục và phân tích chủ đề chủ yếu phản ánh các xu hướng nghiên cứu định lượng và hậu nghiệm, do đó chưa khai thác sâu chiều kích trải nghiệm và tiến trình hình thành hạnh phúc; các nghiên cứu tiếp theo nên sử dụng phương pháp định tính, hỗn hợp hoặc theo chiều dọc để khắc phục hạn chế này. Cuối cùng, khung khái niệm tiến trình được đề xuất trong nghiên cứu mang tính tổng hợp lý thuyết và cần được kiểm định thực nghiệm trong các bối cảnh văn hóa và loại hình du lịch khác nhau nhằm củng cố giá trị ứng dụng và khả năng khái quát hóa.

Bằng cách chuyển trọng tâm từ việc đo lường hạnh phúc sang lý giải cách hạnh phúc được kiến tạo, nghiên cứu này mở rộng cách hiểu về trải nghiệm du lịch như một tiến trình phát triển con người. Qua đó, bài viết đặt nền tảng cho các nghiên cứu tương lai tiếp cận du lịch không chỉ như một hoạt động tiêu dùng, mà như một thực hành nhân văn có khả năng nuôi dưỡng đời sống nội tâm trong bối cảnh xã hội đương đại đầy biến động.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu được tài trợ bởi Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ Đề tài mã số ĐPCS2026-08.

Tài liệu tham khảo

- Asan, K., Alrawadieh, Z., & Altinay, L. (2024). Connectedness to nature and life satisfaction of seniors: the mediating effects of tourist experience and tourist well-being. *Current Issues in Tourism*, 27(9), 1496–1512. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2213881>
- Avecillas-Torres, I., Herrera-Puente, S., Galarza-Cordero, M., Coello-Nieto, F., Farfán-Pacheco, K., Alvarado-Vanegas, B., Ordóñez-Ordóñez, S., & Espinoza-Figueroa, F. (2025). Nature Tourism and Mental Well-Being: Insights from a Controlled Context on Reducing Depression, Anxiety, and Stress. *Sustainability (Switzerland)*, 17(2). <https://doi.org/10.3390/su17020654>
- Bagheri, F., Guerreiro, M., Pinto, P., & Ghaderi, Z. (2024). The contribution of tourism experiences to eudaimonic well-being: insight from Generation Z. *Tourism Recreation Research*. <https://doi.org/10.1080/02508281.2024.2417333>
- Breitsohl, J., & Garrod, B. (2016). Assessing tourists' cognitive, emotional and behavioural reactions to an unethical destination incident. *Tourism Management*, 54, 209-220. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2015.11.004>
- Buckley, R. (2023). Tourism and Mental Health: Foundations, Frameworks, and Futures. *Journal of Travel Research*, 62(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/00472875221087669>
- Câmara, E., Pocinho, M., Agapito, D., & de Jesus, S. N. (2023). Meaningful experiences in tourism: A systematic review of psychological constructs. *European Journal of Tourism Research*, 34, 3403-3403. <https://doi.org/10.54055/EJTR.V34I.2964>
- Chang, L., Moyle, B. D., Dupre, K., Filep, S., & Vada, S. (2022). Progress in research on seniors' well-being in tourism: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 44, 101040. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2022.101040>
- Chen, C.-C., Huang, W.-J., & Petrick, J. F. (2016). Holiday recovery experiences, tourism satisfaction and life satisfaction - Is there a relationship? *Tourism Management*, 53, 140-147. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.016>
- Coghlan, A. (2015). Tourism and health: using positive psychology principles to maximise participants' wellbeing outcomes – a design concept for charity challenge tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 382-400. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.986489>
- Coghlan, A., & Weiler, B. (2018). Examining transformative processes in volunteer tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(5), 567-582. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1102209>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row. https://jazzietakesonamarathon.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/03/bf289-flow_the_psychology_of_optimal_experience-2-2.pdf
- deMatos, N. M. da S., Sá, E. S. de, & Duarte, P. A. de O. (2021). A review and extension of the flow experience concept. Insights and directions for Tourism research. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100802. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2021.100802>
- Filep, S. (2008). Applying the dimensions of flow to explore visitor engagement and satisfaction. *Visitor Studies*, 11(1), 90-108. <https://doi.org/10.1080/10645570801938491>
- Filep, S. (2012). Positive psychology and tourism. In M. Uysal, R. Perdue, & M. Sirgy (Eds.), *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and*

- Residents of Host Communities* (pp. 31-50). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0>
- Filep, S., & Laing, J. (2019). Trends and Directions in Tourism and Positive Psychology. *Journal of Travel Research*, 58(3), 343-354. <https://doi.org/10.1177/0047287518759227>
- Filep, S., Moyle, B. D., & Skavronskaya, L. (2024). Tourist Wellbeing: Re-Thinking Hedonic and Eudaimonic Dimensions. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 48(1), 184-193. <https://doi.org/10.1177/10963480221087964>
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Fu, X. (2023). In Solitude, I Seek a Better Me: How Solitude Affects Tourists' Eudaimonic, Hedonic, and Behavioral Outcomes. *Tourism Review International*, 27(3-4), 275-290. <https://doi.org/10.3727/154427223X16819417821769>
- Hosany, S., Prayag, G., Van Der Veen, R., Huang, S. (Sam), & Deesilatham, S. (2017). Mediating Effects of Place Attachment and Satisfaction on the Relationship between Tourists' Emotions and Intention to Recommend. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1079-1093. <https://doi.org/10.1177/0047287516678088>
- Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology and Marketing*, 39(8), 1467-1486. <https://doi.org/10.1002/MAR.21665>
- Huang, X., Wang, P., & Wu, L. (2024). Well-being Through Transformation: An Integrative Framework of Transformative Tourism Experiences and Hedonic Versus Eudaimonic Well-being. *Journal of Travel Research*, 63(4), 974-994. <https://doi.org/10.1177/00472875231171670>
- Huang, Y.-C., Cheng, J.-S., & Chang, L. L. (2020). Understanding Leisure Trip Experience and Subjective Well-Being: an Illustration of Creative Travel Experience. *Applied Research in Quality of Life*, 15(4), 1161-1182. <https://doi.org/10.1007/s11482-019-09727-y>
- Huta, V., & Waterman, A. S. (2014). Eudaimonia and Its Distinction from Hedonia: Developing a Classification and Terminology for Understanding Conceptual and Operational Definitions. *Journal of Happiness Studies*, 15(6), 1425-1456. <https://doi.org/10.1007/S10902-013-9485-0/TABLES/3>
- Iacob, V., de Jesus, S., Garcês, S., & Carmo, C. (2025). Travel motivation and well-being: Analysing the mediating role of mindfulness and memorable travel experiences of Portuguese travellers. *European Journal of Tourism Research*, 39. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v39i.3803>
- Lauring, J. (2013). Creating the Tourist Product in the Opposition Between Self-Actualization and Collective Consumption. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(2), 217-236. <https://doi.org/10.1177/1096348011425495>
- Liu, L., Zhou, Y., & Sun, X. (2023). The Impact of the Wellness Tourism Experience on Tourist Well-Being: The Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/su15031872>
- Lundin, E., Soulard, J., & Stewart, W. (2025). A Broaden-and-Build Theoretical Perspective on Dark Tourism Visitors' Transformative Emotional Journeys. *Leisure Sciences*, 47(6),

- 1153-1178. <https://doi.org/10.1080/01490400.2023.2196272>
- Lv, X., Shi, K., Xu, S., & Wu, A. (2024). Will tourists' pro-environmental behavior influence their well-being? An examination from the perspective of warm glow theory. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(8), 1453-1470. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2243058>
- Martins, P., de Jesus, S., Pocinho, M., & Pinto, P. (2025). Wellness tourism: a systematic literature review. *International Journal of Spa and Wellness*, 8(2), 215-245. <https://doi.org/10.1080/24721735.2025.2467608>
- Neuhofer, B. (2024). Transformative experiences: a conceptual analysis of the integration process. *The Service Industries Journal*, 44(7-8), 522-537. <https://doi.org/10.1080/02642069.2024.2342295>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372. <https://doi.org/10.1136/BMJ.N71>
- Pearce, P. L. (2009). The relationship between positive psychology and tourist behavior studies. *Tourism Analysis*, 14(1), 37-48. <https://doi.org/10.3727/108354209788970153>
- Pestana, M. H., Parreira, A., & Moutinho, L. (2020). Motivations, emotions and satisfaction: The keys to a tourism destination choice. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100332. <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2018.12.006>
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G. (2017). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41-54. <https://doi.org/10.1177/0047287515620567>
- Ramkissoon, H., Graham Smith, L. D., & Weiler, B. (2013). Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism Management*, 36, 552-566. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2012.09.003>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Ryff, C. D., & Singer, B. (1998). The Contours of Positive Human Health. *Psychological Inquiry*, 9(1), 1-28. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI0901_1
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology. An introduction. *The American Psychologist*, 55(1), 5-14. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5>
- Seligman, M. E. P. (2019). Positive Psychology: A Personal History. *Annual Review of Clinical Psychology*, 15, 1-23. <https://doi.org/10.1146/ANNUREV-CLINPSY-050718-095653/CITE/REFWORKS>
- Song, G., Edelman, J., & Johnson, J. (2024). Positive Tourist Experience: The PERMA Approach for Understanding the Well-Being of Young Tourists. *Tourism*, 72(4), 654-659. <https://doi.org/10.37741/t.72.4.11>
- Supanti, D., Bunlueng, P., & Butcher, K. (2025). Pleasure with purpose: how prosocial beliefs

- shape tourist well-being and boost loyalty in community-oriented cultural festivals. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1-19. <https://doi.org/10.1108/JHTI-06-2025-0688/1327392>
- Tran, T. (2026a). Reconfiguring moral and relational dimensions of transformative tourism: a Horizon 2050 paper. *Quality & Quantity* 2026, 1-19. <https://doi.org/10.1007/S11135-026-02732-Y>
- Tran, T. (2026b). Rethinking co-creation in sustainable tourism: a higher-order perspective on well-being and behavioral continuity. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1-18. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2025-0974>
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2015.07.013>
- Vada, S., Gardiner, S., Moyle, B., Filep, S., & Chang, L. (2025). Eudaimonic well-being outcomes from international study tourism experiences: The Lotus framework of well-being. *Tourism Management Perspectives*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101383>
- 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>
- Vada, S., Prentice, C., Scott, N., & Hsiao, A. (2020). Positive psychology and tourist well-being: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100631>
- Wen, J., Zheng, D., Hou, H., Phau, I., & Wang, W. (2022). Tourism as a dementia treatment based on positive psychology. *Tourism Management*, 92, 104556. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2022.104556>
- Zhang, H., Huang, K., Feng, W. Y., & Zhu, J. (Jason). (2023). Authentic well-being in the third space among Hanfu-wearing Chinese tourists: A PERMA analysis. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101106. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2023.101106>
- Zhang, Y., Guan, X., & Zhang, R. (2024). Research on the formation process and elements of the solo tourist's well-being based on the grounded theory. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 29(5), 592-605. <https://doi.org/10.1080/10941665.2024.2335274>
- Zhao, S., & Liu, Y. (2024). Mental health issues and revenge tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 41(3), 344-358. <https://doi.org/10.1080/10548408.2024.2318431>
- Zheng, J., Liang, S., Ma, J., Liu, G., & Wu, Y. (2022). Can tourism enhance Chinese subjective well-being? *Annals of Tourism Research*, 93, 103372. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2022.103372>