

QUÀ LƯU NIỆM TRONG DU LỊCH: TỔNG QUAN TÀI LIỆU CÓ HỆ THỐNG VÀ XU HƯỚNG NGHIÊN CỨU TRONG TƯƠNG LAI

PHAN THỊ THÚY PHƯƠNG*

Tóm tắt: Nghiên cứu về quà lưu niệm trong lĩnh vực du lịch đã trở thành chủ đề quan trọng và được sự quan tâm ngày càng nhiều trong nghiên cứu học thuật. Tuy nhiên, các công trình hiện có vẫn còn phân mảnh và thiếu cái nhìn tổng quan có hệ thống để định hướng cho các nghiên cứu trong tương lai. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục để đánh giá sự phát triển và xu hướng nghiên cứu về quà lưu niệm trong hơn bốn thập kỷ qua. Bằng cách phân tích 574 ấn phẩm từ cơ sở dữ liệu Scopus và Web of Science qua Biblioshiny và VOSviewer để cung cấp bức tranh toàn cảnh về các xu hướng nghiên cứu trong lĩnh vực quà lưu niệm. Kết quả nghiên cứu đã phân tích toàn diện về các xu hướng nghiên cứu hiện tại và định hướng cho các nghiên cứu trong tương lai.

Từ khóa: quà lưu niệm, quà tặng du lịch, sản phẩm địa phương, hàng thủ công mỹ nghệ, vật gọi nhớ.

Abstract: Research on souvenirs in tourism has increased significantly, becoming a key academic topic. However, existing works remain fragmented and lack a systematic overview to guide future research trends concerning souvenirs over more than four decades. By analyzing 574 publications from the Scopus and Web of science databases using Biblioshiny and VOSviewer, this research provides a comprehensive overview of research trends in the souvenir field. This study offers a comprehensive analysis of current research trends and proposes directions for future research.

Keywords: souvenir, tourism gift, local product, handicraft, memento.

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, ngành Du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn đóng góp vào sự phát triển kinh tế, xã hội tại các địa phương và tăng trưởng của Việt Nam. Song song với sự phát triển đó, nhu cầu mua sắm quà lưu niệm của khách du lịch cũng gia tăng, trở thành một phần không thể thiếu trong trải nghiệm du lịch. Quà lưu niệm đóng vai trò trung tâm, không chỉ là vật phẩm mang về mà còn là biểu tượng của chuyến đi, thể hiện văn hóa địa phương và là công cụ ghi nhớ trải nghiệm. Trên nền thực tiễn đó, sự quan tâm học thuật đối với lĩnh vực quà lưu niệm gia tăng rõ rệt, từ các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua sắm, đến động cơ đằng sau việc lựa chọn quà và tác động của chúng đến trải nghiệm du lịch tổng thể. Tuy nhiên, các

nghiên cứu trước đây còn phân mảnh, thiếu một cái nhìn tổng quan có hệ thống và mang tính cập nhật. Do đó, một tổng quan tài liệu có hệ thống là cần thiết vì nó có thể cung cấp sự hiểu biết chính xác và toàn diện hơn về các kiến thức đã có, xác định các xu hướng nổi bật và đưa ra các hướng nghiên cứu tương lai đầy hứa hẹn.

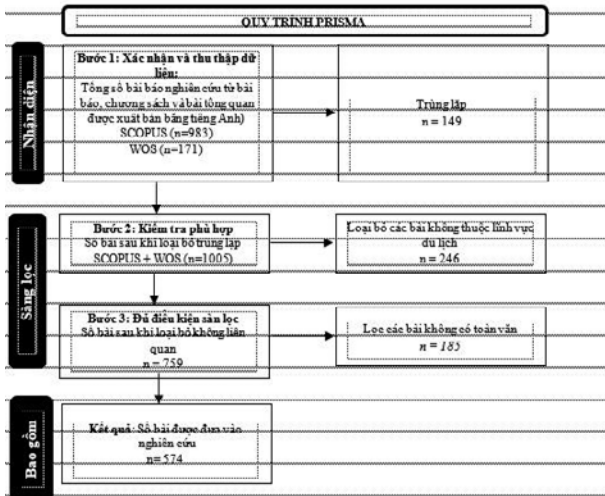
Mục tiêu của nghiên cứu này là thực hiện tổng quan tài liệu có hệ thống về quà lưu niệm trong hơn bốn thập kỷ qua, làm rõ tiến trình phát triển, xác định các cụm chủ đề chính và đề xuất chương trình thảo luận cho những nghiên cứu tương lai. Dữ liệu được trực quan hóa và phân tích bằng Biblioshiny và VOSviewer thông qua phân tích thống kê mô tả, mạng lưới hợp tác và cụm từ khóa. Sau đó, thảo luận về các hướng nghiên cứu tiềm năng và tổng kết công việc đã hoàn thành.

Khác với các tổng quan trước đây về quà lưu niệm của các tác giả Shen và Lai, Bernardo và cộng sự tập trung đến 2020 và chủ yếu sử dụng nguồn dữ liệu từ Scopus, nghiên cứu này mở rộng phạm vi dữ liệu đến năm 2025, kết hợp dữ liệu từ hai nguồn Scopus và Web of Science, thêm vào đó là phân tích đối chiếu giữa VOSviewer và Bibliometrix để củng cố kết quả, tăng độ tin cậy cho các đề xuất nghiên cứu tương lai.

2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu có hệ thống (Systematic Literature Review_SLR), kết hợp với kỹ thuật phân tích trắc lượng thư mục (Bibliometric analysis) nhằm xác định, tổ chức và tổng hợp về tiến trình, xu hướng nghiên cứu trong lĩnh vực quà lưu niệm. Dựa trên bộ câu hỏi nghiên cứu để tìm kiếm các bài báo có tiêu đề hay từ khóa liên quan đến lĩnh vực quà lưu niệm, nghiên cứu đã sử dụng chuỗi tìm kiếm theo toán tử Boolean sau: (TITLE-ABS-KEY (“souvenir*“OR”gift*“OR”handicraft*” OR “local product*“OR “mementos*”) AND TITLE-ABS-KEY (“tour*“OR “travel*”).

Quy trình SLR của nghiên cứu được thực hiện qua các bước: xác định câu hỏi nghiên cứu và tiêu chí tìm kiếm; thu thập tài liệu từ các nguồn (Scopus, WoS) từ chuỗi tìm kiếm đã nêu; sàng lọc tài liệu qua các bước (loại trùng lặp, ngoài lĩnh vực du lịch, không có toàn văn... theo quy trình PRISMA; phân tích trắc lượng thư mục bằng công cụ Biblioshiny và VOSviewer; phân tích nội dung và tổng hợp kết quả.



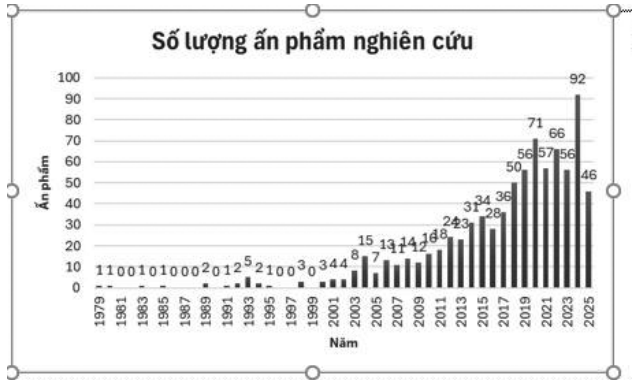
Hình 1: Sơ đồ quy trình PRISMA mô tả chi tiết các bước trong quá trình nhận diện và sàng lọc tài liệu

3. Kết quả và thảo luận

Số lượng ấn phẩm qua các năm và các nghiên cứu được trích dẫn nhiều nhất

Hình 2 mô tả xu hướng xuất bản các công trình

nghiên cứu liên quan đến quà lưu niệm trong du lịch từ năm 1979 đến năm 2025.



Hình 2 : Số lượng ấn phẩm nghiên cứu về quà lưu niệm qua các năm

Nguồn: Kết quả tác giả thu được từ Biblioshiny, 8-2025

Giai đoạn trước năm 2000, số lượng ấn phẩm rất hạn chế. Từ năm 2000, đặc biệt 2015-2019, số lượng ấn phẩm tăng nhanh, đạt đỉnh 71 công trình vào năm 2019. Năm 2024 dẫn đầu với 92 công bố và 2025 ghi nhận 46 bài báo tính đến tháng 8-2025. Xu hướng này phản ánh sự tăng trưởng của chủ đề quà lưu niệm trong nghiên cứu du lịch.

Thêm vào đó, việc phân tích tài liệu được trích dẫn nhiều nhất góp phần củng cố thêm cho xu hướng phát triển mạnh mẽ của nghiên cứu về quà lưu niệm. Nếu như biểu đồ thời gian phản ánh sự gia tăng về số lượng ấn phẩm, thì danh sách các công trình trên tạp chí có trích dẫn toàn cầu cao cho thấy chiều sâu và mức độ ảnh hưởng học thuật của lĩnh vực này. Dẫn đầu là nghiên cứu của Mosberg với 430 lượt trích dẫn, tiếp theo là Bigné và cộng sự, Swanson và Timothy với khoảng 300 trích dẫn mỗi bài. Các công trình này cùng với Lu và cộng sự, Littrell M. và Morgan đã đặt nền móng cho các khái niệm về tính xác thực, giá trị biểu tượng, hành vi mua và hình ảnh điểm đến.

Bên cạnh đó, việc xác định các ấn phẩm có số lượng trích dẫn toàn cầu nhiều nhất để phản ánh tầm ảnh hưởng học thuật của từng công trình, thì bảng thống kê tác giả có số lượng bài công bố nhiều nhất và có chỉ số quy đổi (Articles fractionalized) lại cung cấp một góc nhìn bổ sung, làm rõ vai trò của mỗi cá nhân trong mạng lưới tri thức. Trong bảng thống kê tác giả có nhiều công bố nhất thu được từ phân tích Biblioshiny dễ dàng nhìn thấy Swanson K. là một trong những tác giả vừa có bài báo nằm trong danh sách trích dẫn toàn cầu cao, vừa có vị trí cao trong danh sách tác giả có số lượng bài báo nhiều và chỉ số quy đổi cao (4.00). Điều này khẳng định không chỉ mức độ ảnh hưởng của từng công trình mà còn là sự

đóng góp liên tục và nhất quán của cá nhân Swanson trong lĩnh vực này. Tương tự, Littrell M., tuy có số bài không quá vượt trội (5 bài), nhưng lại là tác giả có công trình được trích dẫn nhiều từ những năm 1993, cho thấy vai trò nền móng của tác giả trong các nghiên cứu đầu tiên về quà lưu niệm và hành vi khách du lịch. Bên cạnh đó, sự nổi lên của các tác giả đến từ Trung Quốc hay châu Á nói chung cũng cung cấp cho chúng ta thêm thông tin về xu hướng mở rộng không gian học thuật sang các vùng du lịch mới nổi, đặc biệt trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự gia tăng du lịch nội địa tại châu Á sau đại dịch COVID-19.

Xu hướng chủ đề nghiên cứu chính về quà lưu niệm trong du lịch

Phân tích chủ đề xu hướng (*Trend topic*) từ 574 ấn phẩm cho thấy sự phát triển và mở rộng đa dạng chủ đề trong lĩnh vực quà lưu niệm. Các chủ đề nổi bật bao gồm ý định mua, hành vi du khách, quà lưu niệm, hình ảnh điểm đến, những chủ đề gắn liền với hành vi mua sắm và trải nghiệm của khách du lịch. Xu hướng nghiên cứu đang chuyển mạnh từ phân tích đối tượng quà lưu niệm sang tìm hiểu động lực và cơ chế hành vi du khách, mở rộng sang các yếu tố tâm lý - xã hội.

Phân tích bản đồ chủ đề (*Thematic map*) đã một lần nữa khẳng định quà lưu niệm trong du lịch ngày càng đóng vai trò trung tâm và bền vững. Biểu đồ giúp phân loại và định vị các nhóm chủ đề nghiên cứu liên quan đến quà lưu niệm trong du lịch theo hai trục: mức độ phát triển (*density*) và mức độ liên kết trung tâm (*centrality*), cụm chủ đề “tourism-souvenirs-souvenir” nằm ở góc phần tư trên bên phải, thuộc nhóm “motor themes”, tức là các chủ đề vừa có mức độ phát triển cao, vừa có tính kết nối trọng tâm mạnh mẽ, đóng vai trò trụ cột trong mạng lưới tri thức.

Cụm “tourism development-tourist destination-perception” thuộc nhóm chủ đề cơ bản (*basic themes*), đóng vai trò nền tảng và có thể tiếp tục mở rộng kết nối với nghiên cứu quà lưu niệm. Ngược lại, cụm “product design-tourist souvenir-tourism industry” thuộc nhóm chủ đề mới nổi hoặc đang thoái trào, đây có thể là mảng nghiên cứu mới nổi hoặc còn thiếu liên kết, đồng thời gợi mở khoảng trống tiềm năng cho các nghiên cứu sâu hơn trong tương lai.

Phân tích thêm mạng lưới đồng trích dẫn từ khóa (*Keyword co-occurrence network*) bằng VOSviewer cho thấy các từ khóa kết nối và nhóm lại với nhau.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng tiếp tục tiến hành phân tích mạng lưới đồng xuất hiện từ khóa (*co-occurrence network*) trên Bibliometrix để cho thấy sự đồng thuận rõ nét trong việc nhận diện cấu trúc chủ đề chính của lĩnh vực nghiên cứu về quà lưu niệm trong du lịch.

Nghiên cứu củng cố thêm việc nhận diện cấu trúc chủ đề bằng việc thể hiện các liên kết học thuật đa chiều giữa các từ khóa như tính xác thực (*authenticity*), tiêu dùng (*consumption*), hành vi của khách du lịch (*tourist behavior*) và văn hóa vật chất (*material culture*), cho thấy quà lưu niệm là trung tâm ý nghĩa, kết nối các khái niệm từ marketing, văn hóa đến trải nghiệm cá nhân mối liên hệ giữa quà lưu niệm và phát triển bền vững của điểm đến...

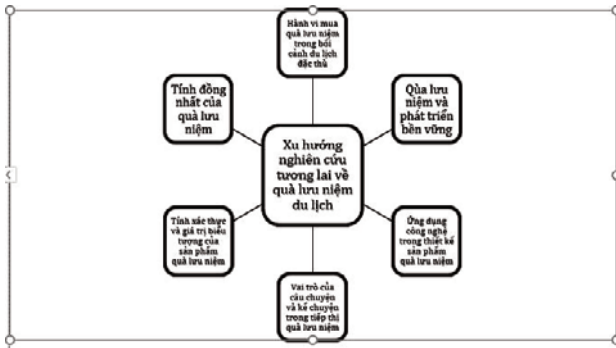
4. Đề xuất hướng nghiên cứu tương lai

Nhận thức về định hướng nghiên cứu trong tương lai là nền tảng quan trọng để định hướng và thúc đẩy các nhà nghiên cứu cho ra những công trình nghiên cứu mang tính đổi mới và sáng tạo, vì nó làm nổi bật những hướng tiếp cận tiềm năng và có sức ảnh hưởng lớn đối với sự phát triển khoa học trong lĩnh vực. Nắm rõ các định hướng này là điều kiện thiết yếu đối với các nhà nghiên cứu để xây dựng một chương trình nghiên cứu có tính phân biệt, toàn diện và mạch lạc. Trong khuôn khổ đó, nghiên cứu này đã tiến hành phân tích nội dung chuyên sâu đối với các bài báo liên quan được công bố trên các cơ sở dữ liệu Scopus và Web of Science nhằm thiết lập một mục tiêu nghiên cứu dựa trên nền tảng tài liệu mang tính học thuật và có độ tin cậy cao.

Quy trình phân tích bao gồm việc đọc toàn văn các bài báo, tập trung làm nổi bật các luận điểm kết luận của tác giả, từ đó, đối chiếu nội dung và rút ra bốn trụ cột nghiên cứu được đề cập nhiều nhất, đóng vai trò định hướng cho các nghiên cứu tương lai. Trên cơ sở các khoảng trống và đề xuất được nêu ra trong tài liệu, một vấn đề mới cho nghiên cứu về quà lưu niệm trong du lịch được hình thành. Việc phân tích nội dung đã cho phép tổ chức lại cấu trúc nghiên cứu tương lai thành 6 xu hướng chính, được xác lập từ mẫu gồm 574 bài báo, bao gồm: hành vi mua quà lưu niệm trong bối cảnh văn hóa đặc thù; tính xác thực và giá trị biểu tượng của sản phẩm quà lưu niệm; quà lưu niệm và phát triển bền vững; ứng dụng công nghệ trong thiết kế sản phẩm quà lưu niệm; vai trò của câu chuyện và kể chuyện trong tiếp thị quà lưu niệm; tính đồng nhất của quà lưu niệm.

Hành vi mua quà lưu niệm trong bối cảnh văn hóa đặc thù: các phân tích cho thấy cụm từ khóa như behavior, satisfaction, perceived value, experiences, destination image đang là trung tâm trong mạng lưới nghiên cứu, đặc biệt gắn với quà lưu niệm và du lịch. Tuy nhiên, vẫn còn thiếu các nghiên cứu chuyên sâu trong ngữ cảnh văn hóa cụ thể, đặc biệt là những khu vực giàu bản sắc văn hóa dân tộc hay tài nguyên thiên nhiên đặc thù.

Tính xác thực và giá trị biểu tượng sản phẩm quà lưu niệm: cụm *authenticity-place-identity* thể hiện mối quan tâm ngày càng lớn của giới nghiên cứu đối với giá trị văn hóa của quà lưu niệm tại điểm đến. Các nghiên cứu tương lai có thể đi sâu vào việc đo lường mức độ cảm nhận tính xác thực và tác động của nó đến ý định mua, đặc biệt khi xét đến sản phẩm có yếu tố truyền thống (âm thực, thủ công mỹ nghệ, biểu tượng địa phương, đặc thù địa lý).



Hình 3: Xu hướng nghiên cứu tương lai về quà lưu niệm du lịch - Nguồn: Tác giả tổng hợp

Quà lưu niệm và phát triển bền vững: cụm *sustainability-impact-segmentation* cho thấy xu hướng kết nối quà lưu niệm với du lịch bền vững. Tuy nhiên, khía cạnh này vẫn nằm ngoài các cụm chủ đề trung tâm và cần được đào sâu. Tương lai có thể nghiên cứu sâu về những vấn đề như nhận thức của khách du lịch về tác động xã hội - môi trường khi mua quà lưu niệm hay mức độ sẵn sàng chi trả cho quà lưu niệm có tính bền vững của khách du lịch.

Ứng dụng công nghệ trong thiết kế sản phẩm quà lưu niệm sáng tạo: chủ đề *product design-tourist souvenirs-tourism industry* thuộc nhóm chủ đề mới nổi trong bản đồ chiến lược, cho thấy tiềm năng phát triển nhưng còn thiếu liên kết học thuật. Đây là cơ hội để khai thác mối liên hệ giữa thiết kế, nhận diện điểm đến, hay ứng dụng công nghệ in 3D vào quá trình tạo ra sản phẩm quà lưu niệm. Mặc dù hiện tại, chủ đề này vẫn còn nằm rìa ngoài trong mạng lưới tri thức nghiên cứu, nhưng sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và xu hướng cá nhân hóa trải nghiệm du lịch đang mở ra nhiều cơ hội mới cho việc tích hợp công nghệ vào chuỗi giá trị của sản phẩm quà lưu niệm.

Vai trò của câu chuyện và kể chuyện trong tiếp thị quà lưu niệm: quà lưu niệm được coi là “người đưa tin của sự phi thường” và có khả năng chuyển tải thông tin văn hóa. Nghiên cứu trong tương lai có thể tập trung vào việc làm thế nào các câu chuyện về nguồn gốc, nghệ nhân, hoặc ý nghĩa văn hóa của

quà lưu niệm để có thể tăng cường độ chân thực cảm nhận, tạo ra giá trị cảm xúc và từ đó thúc đẩy ý định mua hàng và truyền miệng tích cực của du khách.

Tính đồng nhất của quà lưu niệm: hiện tượng quà lưu niệm có tính đồng nhất giữa các điểm đến đang trở thành một vấn đề đáng chú ý. Nghiên cứu trong tương lai có thể đào sâu vào việc tính đồng nhất này ảnh hưởng như thế nào đến giá trị cảm nhận của khách du lịch, hình ảnh điểm đến và ý định mua hàng. Cần khám phá các chiến lược để duy trì sự độc đáo và bản sắc của quà lưu niệm trong bối cảnh toàn cầu hóa và sản xuất hàng loạt.

5. Đóng góp của nghiên cứu

Về mặt lý thuyết

Nghiên cứu đã khám phá các chủ đề liên quan đến quà lưu niệm trong nghiên cứu du lịch điều này đóng góp quan trọng về mặt lý thuyết khi kết hợp hai công cụ *Bibliometrix* và *VOSviewer* để phân tích trắc lượng thư mục, qua đó hệ thống hóa và mở rộng cấu trúc tri thức về quà lưu niệm trong du lịch. Cụ thể, nghiên cứu không chỉ xác lập được cụm chủ đề quen thuộc như tính xác thực, hành vi mua sắm, giá trị biểu tượng hay trải nghiệm du khách, những chủ đề vốn đã được xác định trong các nghiên cứu trước đó mà còn làm nổi bật vai trò trung tâm của quà lưu niệm trong mối liên hệ đa chiều với điểm đến, bản sắc văn hóa và tính bền vững trong du lịch. Đặc biệt, các chủ đề như đổi mới sáng tạo, thiết kế sản phẩm và công nghệ được xác định là những hướng nghiên cứu mới nổi đầy tiềm năng trong tương lai.

Về mặt thực tiễn

Nghiên cứu cung cấp cái nhìn toàn cảnh và hệ thống hóa tiến trình nghiên cứu về quà lưu niệm trong những thập kỷ qua, từ đó gợi mở những vấn đề chiến lược cho các nhà nghiên cứu, các nhà quản lý về du lịch và doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực quà lưu niệm hiểu được xu hướng khách du lịch quan tâm điều gì về quà lưu niệm, tính xác thực, trải nghiệm, cảm xúc hay tính bền vững từ đó hỗ trợ định hướng tiếp thị, phát triển sản phẩm quà lưu niệm theo định hướng bản địa hóa, bền vững và đổi mới, điều đặc biệt quan trọng trong bối cảnh các địa phương đang tìm kiếm các hướng tiếp cận văn hóa và công nghệ để phát triển các sản phẩm quà lưu niệm đặc thù.

6. Kết luận

Việc nghiên cứu toàn diện các ấn phẩm trong lĩnh vực quà lưu niệm du lịch rất cần thiết nhằm xác định một số khía cạnh của vấn đề chưa được nghiên cứu hoặc có thể được khám phá sâu hơn. Với sự hỗ trợ của công cụ *Bibliometrix* và *VOSviewer*, bài báo đã trình bày một phân tích toàn diện và hệ thống về tài liệu liên quan đến quà lưu

niệm. Đồng thời, cũng tạo nền tảng cho các nghiên cứu trong tương lai bằng cách cung cấp một cái nhìn tổng quan có hệ thống và trực quan hóa bằng hình ảnh, cũng như thảo luận về các kết quả đã được công bố về quà lưu niệm. Việc hiểu rõ hơn về bối cảnh nghiên cứu trong quá khứ tạo tiền đề để xây dựng một định hướng nghiên cứu tương lai chặt chẽ, độc đáo và có tiềm năng, thông qua việc tránh lặp lại những chủ đề nghiên cứu đã bão hòa, đồng thời tích hợp thêm các biến số và khái niệm còn ít được quan tâm, nhằm mở rộng và kế thừa có chọn lọc các kết quả đã đạt được.

Mặc dù có những nỗ lực đáng kể để hoàn thành nghiên cứu này, nhưng vẫn không thể tránh khỏi những hạn chế liên quan đến việc thu thập dữ liệu và những thiếu sót trong phân tích. Dữ liệu này chỉ được trích xuất từ cơ sở dữ liệu khoa học Scopus, Web of Science và chỉ bao gồm các ấn phẩm bằng tiếng Anh, việc chỉ sử dụng hai nguồn cơ sở dữ liệu có thể dẫn đến những kết quả không mang tính đại diện cho toàn bộ lĩnh vực và việc tìm kiếm từ khóa có thể không tìm ra tất cả các bài báo liên quan bằng các ngôn ngữ khác. Các nghiên cứu trong tương lai có thể xem xét nhiều cơ sở dữ liệu khác như Google scholar và phân tích tất cả các tài liệu được thu thập. Vì vậy, kết quả nghiên cứu có thể vẫn chưa khái quát một cách toàn diện và có thể bị sai lệch. Việc thêm vào các dữ liệu khác để phân tích và đa dạng hóa ngôn ngữ có thể thay đổi mạng lưới đồng tác giả và đồng từ khóa. Sự thay đổi như vậy có thể dẫn đến những khám phá mới có ý nghĩa trong lĩnh vực nghiên cứu mà các nhà nghiên cứu nên nỗ lực thực hiện trong tương lai ■

P.T.T.P

Tài liệu tham khảo

- Bernardo, E., Sousa, N., & Kastenholz, E., *Souvenirs in tourism studies: A Bibliometric retrospective and future research agenda (Quà lưu niệm trong nghiên cứu du lịch: Một chương trình nghiên cứu trắc lượng thư mục và định hướng nghiên cứu tương lai)*, *Tourism and Hospitality Management*, 29(2), 2023, tr.249-264.
- Botos, A., Teodorescu, N., Părgaru, I., Stăncioiu, A. F., & Radu, A. C., *Souvenirs-Factor Influencing the Tourism Activity. Case study: Opinions of young people on souvenirs (Quà lưu niệm - Yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động du lịch. Nghiên cứu trường hợp: Quan điểm của giới trẻ về quà lưu niệm)*, *Annals of the University of Petrosani*, 13(1), 2013, tr.15-34.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M., *How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines (Cách thực hiện phân tích trắc lượng thư mục: Tổng quan và hướng dẫn)*, *Journal of Business Research*, 133, 2021, tr. 285-296.
- Kim, S., & Littrell, M. A., *Souvenir buying intentions for self versus others (Ý định mua quà lưu niệm cho bản thân và người khác)*, *Annals of Tourism Research*, 28(3), 2001.
- Li, X., Yang, F. X., & Lau, V. M. C., *Antecedents and consequences of souvenir authenticity (Các yếu tố tiền đề và hệ quả của tính xác thực trong quà lưu niệm)*, *Tourism Analysis*, 26(4), 2021, tr. 363-376.
- Lin, L., & Mao, P. C., *Food for memories and culture - A content analysis study of food specialties and souvenirs (Ấm thực cho ký ức và văn hóa - Nghiên cứu phân tích nội dung về đặc sản và quà lưu niệm)*, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 22, 2015, tr.19-29.
- Lu, J., Xiao, X., Xu, Z., Wang, C., Zhang, M., & Zhou, Y., *The potential of virtual tourism in the recovery of tourism industry during the COVID-19 pandemic (Tiềm năng của du lịch ảo trong quá trình phục hồi ngành du lịch trong đại dịch COVID-19)*, *Current Issues in Tourism*, 25(3), 2022, tr. 441-457.
- Minh Hiếu, *Năm 2024 - Một năm bút phá của ngành du lịch Việt Nam*, *nvsk.vnnet.vn*.
- Patra, S. K., Bhattacharya, P., & Verma, N., *Bibliometric study of literature on bibliometrics (Nghiên cứu trắc lượng thư mục về tài liệu tổng quan trắc lượng thư mục)*, *DESIDOC Bulletin of Information Technology*, 26(1), 2006, tr.27-32.
- Shen, H., & Lai, I. K. W., *Souvenirs: A systematic literature review (1981–2020) and research agenda (Quà lưu niệm: Tổng quan tài liệu có hệ thống (1981-2020) và chương trình nghiên cứu tương lai)*, *SAGE Open*, 12(2), 2022.
- Swanson, K. K., & Timothy, D. J., *Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization (Quà lưu niệm: Biểu tượng của ý nghĩa, thương mại hóa và vật hóa)*, *Tourism Management*, 33(3), 2012, tr. 489-499.
- Trifu, A., Smîdu, E., Badea, D. O., Bulboacă, E., & Haralambie, V., *Applying the PRISMA method for obtaining systematic reviews of occupational safety issues in literature search (Áp dụng phương pháp PRISMA để thực hiện tổng quan hệ thống các vấn đề an toàn nghề nghiệp trong tìm kiếm tài liệu)*, *MATEC Web of Conferences*, 354, 2022.
- Vogt, C., Nambu, T., & Vogt, C. A., *Investigating Japanese travelers' motives and gift buying on leisure travel to the United States (Khám phá động cơ và hành vi mua quà của khách du lịch Nhật Bản khi đi du lịch giải trí tới Hoa Kỳ)*, *Tourism Review International*, 9(3), 2005, tr.247-259.
- Wherry, F. F., *The social sources of authenticity in global handicraft markets: Evidence from northern Thailand (Nguồn gốc xã hội của tính xác thực trong thị trường hàng thủ công toàn cầu: Nghiên cứu tại miền Bắc Thái Lan)*, *Journal of Consumer Culture*, 6(1), 2006, tr.5-32.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 15-8-2025; Ngày phân biện, đánh giá, sửa chữa: 15-9-2025; Ngày duyệt bài: 29-9-2025.