

QUÁ TẢI DU LỊCH VÀ PHẢN ỨNG TÂM LÝ CỦA KHÁCH DU LỊCH: NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH TẠI HỘI AN

Phùng Thị Mỹ Hậu*, Cao Phi Kiệt**

*Công ty TNHH Dịch vụ Lữ hành Saigontourist tại Đà Nẵng

**Trường Đại học FPT

Email: ptmyhau99@gmail.com, kietcao682@gmail.com

Tóm tắt: Nghiên cứu khám phá phản ứng tâm lý của khách du lịch trước tình trạng quá tải tại Phố cổ Hội An bằng phỏng vấn bán cấu trúc 20 khách, gồm 10 khách nội địa và 10 khách quốc tế. Phân tích chủ đề cho thấy Hội An vẫn hấp dẫn về kiến trúc, ẩm thực và cảnh quan ban đêm, nhưng sự đông đúc làm cản trở di chuyển, quan sát và khả năng tận hưởng không gian. Có 16/20 người tham gia đánh giá tiêu cực rõ về tình trạng đông đúc. Phản ứng này chủ yếu xuất hiện khi du khách cảm thấy mục tiêu trải nghiệm bị cản trở và khả năng kiểm soát giảm. Kết quả gợi ý một quá trình từ cảm nhận quá tải, cản trở mục tiêu và cảm xúc tiêu cực đến thích nghi hoặc né tránh có chọn lọc. Quản lý điểm đến vì vậy cần kết hợp điều tiết dòng khách với bảo đảm chất lượng trải nghiệm và môi trường.

Từ khóa: quá tải du lịch; cảm nhận quá tải; tâm lý khách du lịch; cản trở mục tiêu; hành vi né tránh; Hội An.

TOURISM OVERCROWDING AND TOURISTS' PSYCHOLOGICAL RESPONSES: A QUALITATIVE STUDY IN HOI AN

Abstract: This study examines tourists' psychological responses to overcrowding in Hoi An Ancient Town through semi-structured interviews with 20 visitors, including 10 domestic and 10 international tourists. Thematic analysis shows that architecture, local cuisine, and nighttime scenery remain attractive, but high visitor density restricts movement, observation, and enjoyment of the heritage setting. Sixteen of the 20 participants expressed clearly negative views of crowding. These reactions emerged mainly when crowding interfered with experience goals and reduced perceived control. The findings suggest a sequence in which perceived crowding leads to goal interference and negative emotions, followed by adaptation or selective avoidance. Destination management should therefore combine visitor-flow regulation with measures to protect experience quality and the local environment.

Keywords: tourism overcrowding; perceived crowding; tourist psychology; goal interference; avoidance behavior; Hoi An.

Nhận bài: 15/08/2026

Phản biện: 15/09/2026

Duyệt đăng: 18/09/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Quá tải du lịch đang trở thành thách thức đáng kể tại các điểm đến nổi tiếng, đặc biệt là đô thị lịch sử và khu di sản có giới hạn không gian. Tuy nhiên, số lượng khách chỉ phản ánh một phần vấn đề. Từ góc nhìn tâm lý học môi trường, cần phân biệt mật độ vật lý với cảm nhận quá tải, bởi cùng một mật độ khách có thể tạo ra những phản ứng khác nhau tùy thuộc vào kỳ vọng, mục tiêu, khả năng kiểm soát và đặc điểm cá nhân của du khách (Stokols, 1972). Trong du lịch, cảm nhận quá tải có thể liên quan đến cảm xúc và ý định hành vi; phân tích tổng hợp của Luo et al. (2025) cho thấy tác động nhìn chung bất lợi nhưng thay đổi theo loại điểm đến và đặc điểm du khách. Các nghiên cứu gần đây chuyển trọng tâm từ việc chỉ xác định hệ quả tiêu cực sang giải thích cơ chế tâm lý phía sau. Nỗi sợ đông đúc có thể gia tăng trong bối cảnh quá tải (Gajić et al., 2026), trong khi một môi trường tâm lý và suy giảm cảm nhận kiểm soát cũng được xem là những yếu tố liên quan đến sự suy giảm trải nghiệm (Zhang et al., 2026). Điều này cho thấy cần xem xét các cơ chế trung gian thay vì

chỉ tập trung vào mối quan hệ trực tiếp giữa cảm nhận quá tải và sự bất mãn. Phố cổ Hội An là bối cảnh phù hợp để nghiên cứu vấn đề này do không gian lõi nhỏ, cấu trúc phố hẹp và lượng khách lớn. Nghiên cứu trước cho thấy lượng khách từng vượt ngưỡng sức chứa của khu phố cổ (Vo, 2021). Khoảng trống nghiên cứu vì vậy không chỉ nằm ở mức độ đông đúc, mà còn ở cách du khách diễn giải và phản ứng với cảm nhận quá tải. Một điểm đến có thể vẫn hấp dẫn nhưng trải nghiệm của du khách bị suy giảm khi họ khó di chuyển, quan sát hoặc tận hưởng không gian theo kỳ vọng. Điều này gợi ý một chuỗi cơ chế tâm lý trong đó kích thích môi trường được đánh giá theo mục tiêu cá nhân, hình thành phản ứng cảm xúc và sau đó dẫn đến thích nghi hoặc né tránh.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Cảm nhận quá tải dưới góc độ tâm lý học

Nghiên cứu về tình trạng đông đúc phân biệt giữa mật độ khách quan và cảm nhận quá tải do đông đúc. Mật độ khách quan phản ánh số lượng

người trong một không gian nhất định, trong khi cảm nhận quá tải là trạng thái tâm lý xuất hiện khi cá nhân cho rằng không gian hoặc các nguồn lực sẵn có không đáp ứng nhu cầu của mình (Stokols, 1972). Vì vậy, cùng một mức độ đông người có thể tạo cảm giác sôi động và hấp dẫn trong bối cảnh này nhưng lại gây khó chịu hoặc mất kiểm soát trong bối cảnh khác. Trong du lịch, phản ứng của du khách trước sự đông đúc phụ thuộc vào kỳ vọng, mục tiêu trải nghiệm và đặc điểm của điểm đến. Luo et al. (2025) cho thấy tác động của cảm nhận quá tải nhìn chung là bất lợi nhưng thay đổi tùy bối cảnh. Das et al. (2026) còn ghi nhận mối quan hệ phi tuyến: mức độ đông vừa phải có thể tạo bầu không khí tích cực, nhưng khi vượt quá ngưỡng chấp nhận, nó có thể làm giảm hình ảnh và sự gắn kết với điểm đến. Như vậy, vấn đề cốt lõi không chỉ nằm ở số lượng người mà ở cách du khách đánh giá sự đông đúc trong hoàn cảnh trải nghiệm cụ thể.

2.2. Đánh giá nhận thức, cảm nhận kiểm soát và phản ứng cảm xúc

Theo lý thuyết đánh giá nhận thức, một điều kiện môi trường chỉ trở thành nguồn gây căng thẳng khi cá nhân cho rằng nó cản trở mục tiêu và vượt quá khả năng điều chỉnh hoặc kiểm soát của mình (Lazarus & Folkman, 1984). Cách tiếp cận này phù hợp với mô hình Kích thích – Chủ thể – Phản ứng, theo đó các tác động từ môi trường ảnh hưởng đến trạng thái nhận thức và cảm xúc trước khi dẫn đến phản ứng hành vi (Mehrabian & Russell, 1974). Trong điều kiện đông đúc, du khách có thể cảm thấy bị cản trở, mất kiểm soát, mệt mỏi hoặc khó chịu, từ đó thay đổi thời gian tham quan, rời khỏi khu vực đông người hoặc giảm ý định quay lại. Các nghiên cứu gần đây cho

thấy trạng thái tâm lý và phản ứng điều chỉnh hành vi giữ vai trò quan trọng trong quá trình phản ứng với quá tải (Yin et al., 2024; Zhang et al., 2026). Vì vậy, cảm giác bị cản trở trong việc đạt được mục tiêu trải nghiệm là một mắt xích quan trọng khi phân tích phản ứng của du khách tại Hội An.

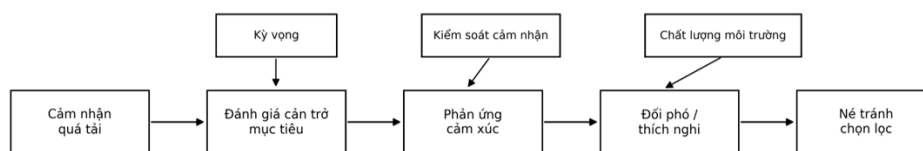
2.3. Từ thích nghi đến né tránh

Khi sự đông đúc được đánh giá là bất lợi, du khách không nhất thiết rời bỏ điểm đến mà có thể điều chỉnh hành vi để thích nghi, chẳng hạn thay đổi thời gian tham quan, lựa chọn tuyến đường khác, chuyển sang khu vực ít đông hơn hoặc bỏ qua một số hoạt động. Yin et al. (2024) cho thấy cảm nhận quá tải có thể dẫn đến các hành vi thích nghi nhằm duy trì trải nghiệm và mong muốn quay lại. Hành vi né tránh cũng có nhiều mức độ, từ tránh thời điểm đông khách, tránh khu vực hoặc hoạt động nhất định đến giảm ý định quay lại điểm đến. Gajić et al. (2026) cho thấy nỗi lo ngại về sự đông đúc có thể thúc đẩy du khách chuyển sang mùa thấp điểm. Vì vậy, cần phân biệt giữa né tránh thời điểm, né tránh khu vực, né tránh hoạt động và né tránh điểm đến.

2.4. Khung phân tích định hướng

Từ các lập luận trên, nghiên cứu sử dụng một khung phân tích gồm năm mắt xích: cảm nhận quá tải, cảm nhận bị cản trở mục tiêu, phản ứng cảm xúc, thích nghi/đổi phó, né tránh có chọn lọc. Kỳ vọng, cảm nhận kiểm soát và chất lượng môi trường được xem là những yếu tố giúp giải thích vì sao cùng một điều kiện đông đúc lại có thể tạo ra những phản ứng khác nhau giữa các du khách. Khung này được sử dụng để tổ chức và diễn giải dữ liệu định tính, chứ không được xem là một mô hình nhân quả đã được kiểm định.

Hình 1. Khung phân tích tâm lý của phản ứng trước tình trạng quá tải



III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính nhằm khám phá trải nghiệm chủ quan và cơ chế tâm lý của khách du lịch trước tình trạng quá tải tại Phố cổ Hội An. Phỏng vấn bán cấu trúc được lựa chọn để người tham gia có thể mô tả trải nghiệm bằng ngôn ngữ của chính họ, đồng thời dữ liệu vẫn tập trung vào các vấn đề nghiên cứu gồm cảm

nhận quá tải, cản trở trải nghiệm, cảm xúc, chất lượng môi trường và hành vi ứng phó. Thiết kế khám phá phù hợp với mục tiêu nhận diện chuỗi diễn giải tâm lý trước khi mô hình được kiểm định bằng các nghiên cứu định lượng trong tương lai.

3.2. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu gồm 20 khách du lịch đã trải nghiệm Phố cổ Hội An, trong đó 10 khách nội địa và 10 khách quốc tế. Về số lần đến Hội An, 15 người

đến lần đầu, 2 người đến lần thứ hai, 2 người đến lần thứ ba và 1 người đến lần thứ tư. Về độ tuổi, mẫu gồm 1 người 15 tuổi, 3 người từ 18-25 tuổi, 10 người từ 30-40 tuổi và 6 người từ 50 tuổi trở

lên. Sự hiện diện của cả khách nội địa và quốc tế tạo ra độ đa dạng nhất định về trải nghiệm, nhưng nghiên cứu không đặt mục tiêu kiểm định khác biệt thống kê giữa hai nhóm.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Phân loại	Số lượng	Tỷ lệ
Quốc tịch	Nội địa	10	50%
	Quốc tế	10	50%
Số lần đến Hội An	Lần đầu	15	75%
	Lần 2	2	10%
	Lần 3	2	10%
	Lần 4	1	5%
Độ tuổi	15 tuổi	1	5%
	18-25 tuổi	3	15%
	30-40 tuổi	10	50%
	≥ 50 tuổi	6	30%
Tổng		20	100%

3.3. Nội dung phỏng vấn

Nội dung phỏng vấn tập trung vào năm nhóm vấn đề chính:

- Ấn tượng và giá trị hấp dẫn của Hội An;
- Cảm nhận về số lượng và mật độ khách;
- Cảm xúc khi trải nghiệm trong điều kiện đông đúc;
- Ảnh hưởng của sự đông đúc đến khả năng di chuyển, quan sát và tận hưởng;
- Phản ứng thích nghi, né tránh và ý định quay lại.

Ngoài các nhóm câu hỏi trên, người tham gia được khuyến khích mô tả những tín hiệu môi trường mà họ chú ý trong quá trình tham quan, bao gồm rác thải, mùi hôi và các hoạt động có thể tạo thêm áp lực lên môi trường điểm đến.

3.4. Phân tích dữ liệu

Dữ liệu được xử lý theo hướng phân tích chủ đề. Quy trình phân tích được tổ chức theo logic quen thuộc của thematic analysis: làm quen với dữ liệu; xác định mã ban đầu; nhóm các mã có ý nghĩa tương đồng; hình thành chủ đề; kiểm tra sự phù hợp giữa chủ đề và dữ liệu; và cuối cùng xây dựng mối quan hệ giữa các chủ đề (Braun & Clarke, 2006). Các mã tập trung ban đầu gồm: hấp dẫn kiến trúc, ẩm thực địa phương, cảnh đêm, đông đúc, khó di chuyển, chen lấn, khó quan sát, khó chịu, mệt mỏi, suy giảm trải nghiệm, rác thải, mùi hôi, lo ngại ô nhiễm, điều chỉnh hành trình và né tránh.

Bảng 2. Ma trận phân tích dữ liệu phỏng vấn

Chủ đề chính	Mã tập trung	Biểu hiện tổng hợp trong dữ liệu
1. Giá trị hấp dẫn của Hội An	Kiến trúc	Ấn tượng tích cực với kiến trúc phố cổ và không gian di sản.
	Ẩm thực	Yêu thích và mong muốn trải nghiệm ẩm thực địa phương.
	Cảnh đêm	Mong muốn ngắm cảnh và trải nghiệm Hội An về đêm.
2. Cảm nhận quá tải du lịch	Mật độ khách	Nhận thấy lượng khách quá đông tại các khu vực hấp dẫn.
	Hạn chế di chuyển	Di chuyển chậm, khó tiếp cận khu vực mong muốn.
	Chen lấn	Giảm thoải mái và thu hẹp không gian cá nhân.

3. Cản trở mục tiêu trải nghiệm	Hạn chế quan sát	Khó quan sát cảnh quan hoặc tiếp cận điểm muốn xem.
	Giảm khả năng tận hưởng	Trải nghiệm bị gián đoạn hoặc không đạt như mong muốn.
4. Phản ứng tâm lý tiêu cực	Khó chịu	Bực bội hoặc không thoải mái trước điều kiện đông đúc.
	Mệt mỏi	Mệt do chen lấn, di chuyển khó khăn và phải liên tục thích ứng.
	Suy giảm trải nghiệm	Đánh giá trải nghiệm thấp hơn kỳ vọng.
5. Áp lực môi trường	Rác thải	Nhận thức về rác và chất lượng vệ sinh môi trường.
	Mùi hôi	Khó chịu với mùi tại khu vực sông Hoài.
	Hoa đăng	Lo ngại về tác động môi trường của hoạt động thả hoa đăng.
6. Thích nghi và né tránh	Điều chỉnh	Thay đổi thời gian, không gian hoặc cách thức trải nghiệm.
	Né tránh	Tránh khu vực hoặc thời điểm quá đông.
	Giảm hoạt động	Bỏ qua hoặc hạn chế một số hoạt động vì điều kiện quá tải.

3.5. Phạm vi diễn giải

Vì nghiên cứu có mục tiêu khám phá với cỡ mẫu nhỏ, các con số như 16/20 người tham gia chỉ được sử dụng để mô tả mức độ xuất hiện của một nhận định trong chính mẫu phỏng vấn, không được diễn giải như tỷ lệ đại diện cho toàn bộ khách du lịch Hội An. Tương tự, mô hình được rút ra từ phân tích chủ đề phản ánh chuỗi cơ chế có tính giải thích và tạo giả thuyết, chưa phải là quan hệ nhân quả đã được kiểm định.

IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Hội An hấp dẫn nhưng điều kiện trải nghiệm tạo ra nghịch lý tâm lý

Khách du lịch không đánh giá Hội An hoàn toàn tiêu cực. Kiến trúc, ẩm thực và cảnh quan ban đêm vẫn là những điểm hấp dẫn, nhưng sự đông đúc có thể làm giảm khả năng tận hưởng các giá trị này. Khi lượng khách vượt quá mức chấp nhận, việc di chuyển, quan sát và trải nghiệm trở nên khó khăn, khiến du khách không hài lòng với điều kiện tham quan hơn là với bản thân điểm đến. Kết quả này cho thấy cảm nhận quá tải phụ thuộc vào bối cảnh, kỳ vọng và mức độ đông đúc cụ thể.

Hình 2. Nghịch lý giữa sức hấp dẫn điểm đến và điều kiện trải nghiệm



4.2. Sự đông đúc cản trở mục tiêu trải nghiệm

Có 16/20 người tham gia đánh giá tiêu cực về tình trạng đông đúc, chủ yếu do khó di chuyển, chen lấn, thiếu không gian cá nhân và khó quan sát cảnh quan. Điều này cho thấy sự đông đúc trở thành vấn đề khi cản trở mục tiêu tham quan và làm du khách giảm cảm giác kiểm soát trải nghiệm. Cách giải thích này phù hợp với lý thuyết đánh giá nhận thức (Lazarus & Folkman, 1984).

4.3. Cảm xúc tiêu cực khi trải nghiệm bị cản trở

Khó chịu, mệt mỏi và thất vọng xuất hiện rõ hơn khi du khách không thể di chuyển, quan sát

hoặc tận hưởng điểm đến như mong muốn. Như vậy, cảm xúc tiêu cực không đơn thuần bắt nguồn từ số lượng người mà từ việc sự đông đúc làm gián đoạn trải nghiệm. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu về vai trò của mệt mỏi và cảm xúc tiêu cực trong phản ứng với quá tải (Yin et al., 2024).

4.4. Cảnh đêm: hấp dẫn nhưng dễ quá tải

Cảnh quan ban đêm vẫn được đánh giá cao, kể cả ở những người ít phàn nàn về Hội An. Tuy nhiên, đây cũng là thời điểm lượng khách tập trung lớn. Điều này cho thấy du khách có thể vẫn yêu thích điểm đến nhưng muốn tránh những thời

điểm quá đông. Thay vì từ bỏ Hội An, họ có thể chọn giờ ít khách hoặc mùa thấp điểm (Gajić et al., 2026).

4.5. Môi trường làm tăng cảm giác quá tải

Rác thải, mùi hôi quanh sông Hoài và lo ngại về hoạt động thả hoa đăng cũng ảnh hưởng đến đánh giá của du khách. Khi sự đông đúc đi kèm môi trường kém sạch sẽ, trải nghiệm tiêu cực có thể tăng lên. Vì vậy, cảm nhận quá tải tại Hội An cần được xem xét cùng với điều kiện không gian và chất lượng môi trường.

4.6. Từ thích nghi đến né tránh có chọn lọc

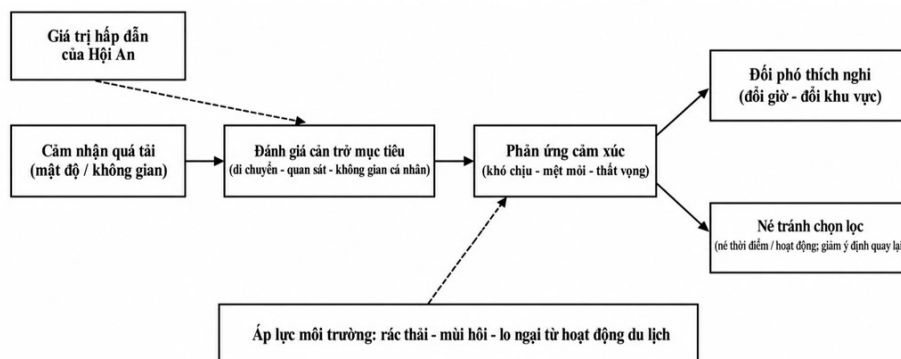
Trước tình trạng đông đúc, du khách có thể chấp nhận, thay đổi thời gian hoặc tuyến tham quan, tránh một số khu vực và hoạt động, hoặc giảm ý định quay lại. Dữ liệu cho thấy né tránh

thường mang tính chọn lọc: khách tránh những điều kiện bất lợi nhưng vẫn đánh giá tích cực về Hội An. Điều này phù hợp với nghiên cứu về hành vi thích nghi trong điều kiện quá tải (Yin et al., 2024).

4.7. Mô hình tâm lý được đề xuất

Kết quả cho thấy sức hấp dẫn của Hội An tạo ra kỳ vọng trải nghiệm, trong khi sự đông đúc có thể cản trở việc đáp ứng kỳ vọng đó. Khi cảm nhận quá tải làm cản trở mục tiêu, du khách dễ xuất hiện cảm xúc tiêu cực và chuyển sang thích nghi hoặc né tránh có chọn lọc. Chất lượng môi trường có thể làm mức độ khó chịu tăng thêm. Vì vậy, phản ứng với quá tải có thể được hiểu như một quá trình gồm nhận thức về sự cản trở, phản ứng cảm xúc và điều chỉnh hành vi, thay vì chỉ là sự không hài lòng trực tiếp với điểm đến.

Hình 3. Mô hình cơ chế tâm lý của phản ứng trước quá tải tại Hội An



V. HÀM Ý

5.1. Hàm ý lý luận

Thứ nhất, nghiên cứu cho thấy quá tải du lịch nên được nhìn nhận như một trải nghiệm tâm lý, không chỉ dựa trên số lượng khách. Tại Hội An, sự đông đúc trở nên bất lợi khi du khách cảm thấy việc tham quan bị cản trở và khả năng kiểm soát trải nghiệm giảm xuống. Kết quả này phù hợp với lý thuyết đánh giá nhận thức và mô hình Kích thích – Chủ thể – Phản ứng.

Thứ hai, phản ứng của du khách diễn ra theo một quá trình liên tiếp, bắt đầu từ cảm nhận quá tải, dẫn đến cảm giác bị cản trở mục tiêu trải nghiệm, hình thành cảm xúc tiêu cực và sau đó thúc đẩy hành vi thích nghi hoặc né tránh có chọn lọc. Cách giải thích này phù hợp với các nghiên cứu gần đây về phản ứng tâm lý và hành vi trước tình trạng quá tải (Zhang et al., 2026).

Thứ ba, du khách có thể vẫn đánh giá cao giá trị của Hội An nhưng không hài lòng với điều kiện trải nghiệm khi quá đông. Điều này giải thích vì sao họ có thể chọn tránh một số thời điểm hoặc khu vực thay vì từ bỏ hoàn toàn điểm đến.

5.2. Hàm ý đối với quản lý điểm đến Hội An

Trước hết, quản lý quá tải cần chú ý đến mật độ khách theo từng khu vực và thời điểm, thay vì chỉ kiểm soát tổng lượng khách. Các khu vực và khung giờ đông, đặc biệt vào buổi tối, cần được theo dõi và điều tiết phù hợp. Bên cạnh việc giảm mật độ, cần hạn chế những cản trở đối với các hoạt động chính của du khách như đi bộ, quan sát, chụp ảnh và tiếp cận điểm tham quan. Phân luồng khách, bố trí điểm dừng hợp lý và cung cấp thông tin về mức độ đông có thể giúp du khách chủ động hơn trong hành trình (Shen, 2025).

Điểm đến cũng nên khuyến khích khách chuyển sang khung giờ, tuyến tham quan và khu vực thay thế, như các làng nghề, vùng đệm và điểm tham quan lân cận. Cách làm này giúp chuyển từ né tránh điểm đến sang điều chỉnh thời gian và không gian tham quan (Yin et al., 2024). Quản lý môi trường cần được thực hiện song song với điều tiết dòng khách. Rác thải, mùi hôi và các vấn đề liên quan đến hoạt động thả hoa đăng có thể làm tăng cảm giác khó chịu khi điểm đến đông đúc. Vì vậy, cần tăng cường vệ sinh, kiểm soát chất thải

và khuyến khích thực hành du lịch có trách nhiệm.

Cuối cùng, thông tin về mức độ đông nên được sử dụng như một công cụ hỗ trợ quyết định. Bảng thông tin, bản đồ số hoặc ứng dụng có thể cảnh báo khu vực đông và gợi ý thời gian, tuyến tham quan thay thế, qua đó vừa phân tán dòng khách vừa tăng khả năng chủ động của du khách.

VI. KẾT LUẬN

Nghiên cứu khảo sát phản ứng tâm lý của 20 khách du lịch tại Phố cổ Hội An, gồm 10 khách nội địa và 10 khách quốc tế. Kết quả cho thấy Hội An vẫn hấp dẫn về kiến trúc, ẩm thực và cảnh quan ban đêm, nhưng sự đông đúc làm giảm chất lượng trải nghiệm do cản trở di chuyển, quan sát, không gian cá nhân và sự thoải mái.

Nghiên cứu đề xuất một chuỗi phản ứng tâm lý, trong đó cảm nhận quá tải làm cản trở mục tiêu

trải nghiệm, từ đó tạo ra phản ứng cảm xúc, thúc đẩy hành vi thích nghi và cuối cùng có thể dẫn đến né tránh có chọn lọc. Du khách vẫn có thể yêu thích Hội An nhưng lựa chọn tránh những thời điểm hoặc khu vực quá đông. Vì vậy, quản lý quá tải cần kết hợp phân bổ dòng khách, bảo đảm chất lượng trải nghiệm và duy trì môi trường điểm đến.

Nghiên cứu còn hạn chế về quy mô mẫu, dữ liệu tự thuật và khả năng khái quát hóa; đồng thời, mô hình định tính đề xuất cần được kiểm định thêm.

Trong tương lai, có thể phát triển thang đo về cản trở mục tiêu và né tránh có chọn lọc, sau đó kiểm định mô hình bằng SEM/PLS-SEM với mẫu lớn hơn. Các nghiên cứu theo thời gian thực, dữ liệu vị trí hoặc cảm biến sinh lý, cùng việc so sánh các nhóm khách và thời điểm tham quan, sẽ giúp làm rõ hơn cơ chế tâm lý của cảm nhận quá tải.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Das, A., Kondasani, R. K. R., & Vilcekova, L. (2026). Packed or perfect? Impact of crowding on place identity and destination image. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 31(4), 715-738. <https://doi.org/10.1080/10941665.2025.2545377>
- Gajić, T., Vukolić, D., & Ranjbaran, A. R. (2026). Fear of crowding and overtourism: Scale development and validation. *Tourism and Hospitality Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/14673584261435064>
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. Springer.
- Luo, L., Zhao, X. R., Zhang, Y., So, K. K. F., & Hua, N. (2025). Crowding paradoxes in tourism: A meta-analysis of behavioral intentions, emotional responses, and boundary conditions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 65, 101346. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2025.101346>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Shen, C. (2025). Social media marketing and digital influence for visitor flow management in sustainable heritage tourism. *Scientific Reports*, 15, 45767. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-28555-9>
- Stokols, D. (1972). On the distinction between density and crowding: Some implications for future research. *Psychological Review*, 79(3), 275-277. <https://doi.org/10.1037/h0032706>
- Vo, H. M. (2021). Researching the capacity of Hoi An ancient town in the policy-making for sustainable tourism development. *VNUHCM Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(2), 983-990. <https://doi.org/10.32508/stdjssh.v5i2.624>
- Yin, J., Cheng, Y., & Ni, Y. (2024). Staging a comeback? The influencing mechanism of tourist crowding perception on adaptive behavior. *Tourism Management*, 100, 104827. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104827>
- Zhang, S., Wu, J., & Li, L. (2026). From crowding to diminished tourism experience: The moderating role of psychological resilience. *International Journal of Tourism Research*, 28(4), e70364. <https://doi.org/10.1002/jtr.70364>