



PHÁT TRIỂN ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỂ THU HÚT KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ

Phạm Xuân Hậu, Bùi Xuân Thắng

Khoa Du lịch – Trường Đại học Văn Hiến

Tác giả liên hệ: Email: haupx@vhu.edu.vn

Ngày nhận bài: 30-01-2019; ngày nhận bài sửa: 18-02-2019; ngày duyệt đăng: 27-02-2019

TÓM TẮT

Phát triển hoạt động ẩm thực đường phố là xu thế phù hợp với sự phát triển về du lịch (DL), đặc biệt với những thành phố lớn là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa... nhằm đáp ứng nhu cầu của khách DL trong và ngoài nước. Tuy nhiên, để hoạt động ẩm thực đường phố tạo được sức hút và độ tin cậy của du khách, đồng thời ổn định về môi trường, thì cần phải xây dựng kế hoạch phát triển ở mỗi tuyến đường, địa phương thuộc thành phố. Bài viết trình bày thực trạng, định hướng và giải pháp cho việc phát triển ẩm thực đường phố ở một số quận của Thành phố Hồ Chí Minh (TPHCM) nhằm thu hút khách DL, đặc biệt là du khách quốc tế.

Từ khóa: ẩm thực đường phố, du lịch Thành phố Hồ Chí Minh, du khách quốc tế.

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, ẩm thực đã trở thành một phần không thể thiếu được trong các hoạt động DL (DL). Ngoài việc đáp ứng nhu cầu ăn uống cho thực khách thì ẩm thực còn được coi là nhân tố quan trọng truyền bá văn hóa, phong tục tập quán của người dân địa phương tới các quốc gia trên thế giới thông qua khách DL. Theo nghiên cứu của tổ chức Liên Hiệp Quốc (2007) về lương thực và nông nghiệp, mỗi ngày thế giới có tới 2,5 tỉ người tiêu thụ ẩm thực đường phố. Một số quốc gia như Thái Lan, Trung Quốc, Philippines... đã khai thác giá trị ẩm thực đường phố với tư cách là sản phẩm độc đáo để thu hút khách DL quốc tế.

Thành phố Hồ Chí Minh là trung tâm văn hóa, kinh tế, khoa học kỹ thuật, đầu mối giao thông, một điểm đến hấp dẫn của khách DL trong nước và quốc tế. Trong nhiều năm qua, hoạt động ẩm thực đường phố không ngừng phát triển với những sản phẩm độc đáo ba miền và của nhiều quốc gia khác. Trường Ban quản lý ATTP của thành phố, bà Phạm Khánh Phong Lan cho biết, hiện trên địa bàn Thành phố có khoảng hơn 20.000 cơ sở kinh doanh ẩm thực đường phố với hơn 24.500 người tham gia. Thành phố có kế hoạch xây dựng 60 phường xã điểm và 20 khu ẩm thực đường phố. Tuy nhiên, hiện nay, các hoạt động ẩm thực chủ yếu phục vụ nhu cầu của cư dân Thành phố và khách DL nội địa với những loại sản phẩm chất lượng và dịch vụ chưa cao, đơn điệu, vệ sinh môi trường, an toàn, an ninh còn hạn chế, chưa thực sự đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách, chưa tạo được sức cuốn hút du khách quốc tế. Vì vậy, cần phải có những giải pháp hợp lý, khai thác hiệu quả hoạt động ẩm thực đường phố nhằm tăng sự hấp dẫn thu hút khách DL quốc tế, làm tăng sức cạnh tranh cho DL TPHCM.

2. Cơ sở lý luận và thực tiễn

Về cơ sở lý luận, tập trung nghiên cứu những khái niệm và vấn đề có liên quan đến ẩm thực và ẩm thực đường phố, như: Ẩm thực; ẩm thực đường phố; đặc điểm của ẩm thực đường phố, vai trò của ẩm thực đường phố trong đời sống và trong DL, các điều kiện phát triển ẩm thực đường phố (nền văn hóa ẩm thực, nguồn nhân lực, vệ sinh an toàn thực phẩm (VSATTP), nhu cầu thường thức ẩm thực đường phố của du khách) và các chính sách phát triển.

Về cơ sở thực tiễn, nghiên cứu kinh nghiệm hoạt động ẩm thực đường phố tại các thành phố ở một số nước: Ở Singapore, điển hình với những món ăn đường phố nổi tiếng và phong phú như cơm gà Hải Nam, cháo, các món mì hải sản bak Chor mee (mì thịt lợn), tulang sup (súp tủy xương); min chiang Kueh (bánh đậu phộng). Tại Bangkok - Thái Lan, được coi là thiên đường của ẩm thực đường phố, nổi tiếng là khu Yaowarat, chợ Ratchawat, đường Charoen Krung, Petchaburi Soi 5, Sukhumvit 38... Ở Penang - Malaysia, các khu ẩm thực nổi tiếng là Lorong Baru, Persiaran Gurney, Lebuh Presgrave, Jalan Batu Ferringhi. Tại Đài Bắc - Đài Loan, nơi nổi tiếng châu Á bởi văn hóa ẩm thực đường phố; các khu ẩm thực nổi tiếng là chợ đêm Shilin, chợ đêm Raohe, Tonghua, phố Huaxi... Ở Sydney - Úc có những địa điểm ẩm thực nổi tiếng là chợ đêm (Night Noodle Markets) trên đường Hyde Park, Cabramatta hoặc Marrickville, ở ngoại ô phía Tây Sydney. Ở Berlin - Đức có các khu ẩm thực đường phố nổi tiếng là Wochenmarkt, chợ Neue Heimat, chợ Bite Club, chợ Platoon Kunsthalle. Ở London - Anh có các khu ẩm thực đường phố nổi tiếng là chợ Wapping, Parliament Hill Farmers, London Bridge Farmers, Twickenham Farme...

3. Đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Khách DL quốc tế đến TPHCM. Một số loại ẩm thực đường phố chủ yếu phục vụ khách DL quốc tế đến TPHCM.

Phạm vi nghiên cứu: Một số đường phố chính tại khu vực Quận 1, Quận 3, Quận 5, TPHCM; khu vực có các hoạt động kinh doanh ẩm thực đường phố diễn ra khá mạnh và là nơi có lượng khách DL quốc tế tập trung đông. Số liệu nghiên cứu sơ cấp được thu thập từ tháng 01/2018 đến tháng 8/2018.

Phương pháp nghiên cứu:

(i) *Phương pháp thu thập tài liệu, tư liệu:* Thu thập tài liệu, tư liệu từ các báo cáo tổng kết của các đơn vị hoạt động DL về hoạt động kinh doanh ẩm thực đường phố; các nhận định, đánh giá của lãnh đạo Thành phố về định hướng phát triển kinh doanh ẩm thực đường phố.

(ii) *Phương pháp điều tra xã hội học:* Thực hiện khảo sát bằng bảng hỏi với 120 phiếu (bảng tiếng Anh) đối với khách DL quốc tế (Quận 1: 50 phiếu, Quận 3; 30 phiếu, Quận 5: 40 phiếu) tại các điểm sau:

- **Quận 1:** Đường Bùi Viện, Hai Bà Trưng (hẻm 76), Cô Giang; chợ ẩm thực Bến Thành, Tôn Đức Thắng (khu phố bán hàng rong Bạch Đằng), Nguyễn Thị Minh Khai và

Nguyễn Bình Khiêm (khu ẩm thực Rubik Zoo – Thảo Cầm Viên, Cocola – Bangkok Street food market), Lý Tự Trọng (hẻm 177).

- **Quận 3:** Đường Bàn Cờ (chợ Bàn Cờ), Cao Thắng (hẻm 51), Nguyễn Thiện Thuật (Hẻm 174), Phạm Ngọc Thạch và Võ Văn Tần (khu vực Hồ Con Rùa), Lê Văn Sỹ (hẻm 284).

- **Quận 5:** Đường Châu Văn Liêm, Lão Tử (khu chợ Thủ Đức); Bùi Hữu Nghĩa và Bạch Vân (khu chợ Hòa Bình); Trần Bình Trọng (hẻm 14)...

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Hoạt động ẩm thực đường phố ở một số thành phố của Việt Nam

Hoạt động ẩm thực đường phố ở Việt Nam phát triển khá sớm, rất đặc trưng và cũng rất phong phú, gắn với truyền thống sinh hoạt của các dân tộc cư ngụ trên địa bàn. Ẩm thực đường phố đã không ngừng tăng về số lượng, quy mô, để đáp ứng nhu cầu du khách trong và ngoài nước, điển hình ở một số địa phương: (i) Hà Nội có các món ẩm thực nổi tiếng gắn liền với tên phố như phở nộm Hồ Hoàn Kiếm, phở hải sản Cầu Gỗ, phở hoa quả dầm Tô Tịch, phở bia hơi Tạ Hiện, phở lòng nướng gặm Cầu, phở lẩu Phùng Hưng, phở chân gà nướng Lý Văn Phúc, phở bún tết Hồ Nai, phở ốc Hồ Tây; (ii) Tại Sapa (Lào Cai), du khách rất thích thú với các “phở đồ nướng” Cầu Mây, Nhà thờ đá với những món dân dã: trứng nướng, khoai nướng, sắn (mì) nướng, ngô (bắp) nướng, hay mía nướng, trứng vịt lộn nướng, bánh dày nướng, phèo nướng, dạ dày nướng, đậu phụ nướng...; (iii) Phố cổ Hội An (Quảng Nam) với các món ăn nổi tiếng ba miền và đặc biệt là các món đặc sản như: cơm gà, cao lầu, bánh bao, bánh vạc, bánh đập, hến xào, mì Quảng, chè bắp, bánh bèo, hoành thánh...; (iv) Tại Đà Nẵng có khu phố ẩm thực Huỳnh Thúc Kháng, chợ Cồn... với các món đặc sắc: mì Quảng, bún chả cá, bún cá thu/cá ngừ, bún mắm thịt heo, bún bò, xôi gà, cháo vịt, bánh tráng cuốn thịt heo, bánh tráng đập, bún thịt nướng, bánh xèo/nem nướng, bánh canh, bánh bèo, bánh bột lọc, bánh nậm, bánh đúc, bánh kẹp, lẩu hải sản, tôm hùm, các món mực hấp và nướng, các món cá biển, ốc biển, tôm hấp và nướng; ghe hấp/rang muối/rang me, bào ngư nướng hành, nghêu/sò nướng, gỏi cá (trích/com/chuồn), gỏi trứng cá chuồn, gỏi sứa, gỏi búp chuối, cá rô Xuân Thiều, mít trộn, mít non trộn sứa, ốc bươu xào/hấp, ốc hút, bê thui, bò lá lốt, các món chè, cháo ngọt, xôi đường, thạch rau câu...; (v) Nha Trang – Khánh Hòa có khu vực đường Hoàng Văn Thụ với các món ăn hấp dẫn như nem nướng, thịt bò nướng, bún chả cá, bánh căn, bánh đập thịt nướng, bánh ướt, cùng với các món hải sản tại Hải sản làng chài...; (vi) Quy Nhơn – Bình Định, có thể dạo chơi đường phố ở những khu chợ quê dân dã với những món ăn đặc sắc như bánh xèo tôm nhậy, nem nướng, mì Quảng, hến xúc bánh tráng, cao lầu xá xíu..., hải sản và xiên que thơm ngon hấp dẫn.

4.2. Hoạt động ẩm thực đường phố ở TPHCM

TPHCM là trung tâm DL lớn nhất nước, hàng năm thu hút khoảng 70% lượng khách quốc tế đến Việt Nam. Hiện toàn Thành phố có 1129 doanh nghiệp hoạt động lữ hành,

trong đó lữ hành quốc tế chiếm 49,15% (555/1129DN); 51 đại lý lữ hành; 8 văn phòng đại diện nước ngoài. Theo thống kê của Sở DL và Tổng cục DL, giai đoạn 2011-2015, lượng khách quốc tế đến TPHCM tăng khá nhanh: từ 3,5 triệu (năm 2011) lên 4,6 triệu (năm 2015). Đến năm 2016 là 5,2 triệu; năm 2017 là 6,4 triệu (xem Bảng 1).

Bảng 1. Lượng khách quốc tế đến TPHCM cả nước giai đoạn 2011-2017

Đơn vị: Người

Năm	2011	2013	2015	2017	2018
TPHCM	3.500.000	4.109.000	4.600.000	6.300.000	7.500.000
Cả nước	6.000.000	7.500.000	7.900.000	12.922.152	15.600.000
Tỉ lệ đến TPHCM so với cả nước (%)	58,3	54,7	58,2	45,25	48,07

Nguồn: Tổng cục DL, 01/2019

Doanh thu DL TPHCM giai đoạn 2011-2015 tăng đều và nhanh so với các năm trước đó. Năm 2012, tổng doanh thu tăng 125% so với 2011 (71.279 tỉ/56.842 tỉ VND); 2015 tăng 167% (94.600 tỉ/56.842 tỉ VND); năm 2016 tăng 11,95% so với 2015 (113.000 tỉ/94.600 tỉ VND), năm 2017 tăng 10,26% so với 2016 (115.978 tỉ/113.000 tỉ VND). Cơ cấu chi tiêu bình quân một lượt khách đến gồm thuê phòng lưu trú 30,5%, ăn uống 23,1%, mua hàng hóa, đồ lưu niệm 18,3%, chi phí tham quan, hướng dẫn 11,5%, vui chơi giải trí 13,2%, chi khác 3,4% (Sở DL TPHCM, 2017).

4.2.1. Kết quả khảo sát khách DL quốc tế sử dụng ẩm thực đường phố tại Quận 1

Các điểm ẩm thực đường phố điển hình: (i) Đường Bùi Viện (khu phố đi bộ Bùi Viện – Quận 1, TPHCM – thường gọi là khu phố Tây) là nơi tập trung nhiều du khách quốc tế về đêm (bắt đầu từ khoảng 20 giờ đến 0 giờ), chủ yếu là khách các nước Pháp, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và châu Phi... với những món ăn yêu thích là đồ nướng: tôm, ốc, mực, chân gà nướng, bánh mì, bắp xào, ngô luộc, bánh bao, tàu hũ nóng. Mặc dù ở đây có rất nhiều nhà hàng sang trọng, lịch sự, nhưng người du khách nước ngoài vẫn thích ngồi lề đường để vừa ăn vừa trò chuyện, ngắm sự náo nhiệt của đường phố (ý kiến của chủ quán Cold Beer – 71 Bùi Viện và chị Hạnh, nhân viên tiệm nướng BBQ Saigon Night – 135 Bùi Viện). (ii) Đường Thủ Khoa Huân, phải kể đến là Bến Thành Street food Market với các phân khu: khu tự phục vụ với những món ẩm thực truyền thống; khu ẩm thực sáng tạo; khu ẩm thực nước ngoài; khu giải trí với kiểu trang trí đẹp, trẻ trung, phù hợp với xu hướng mới với các món ăn đa dạng, phong phú (hơn 200 món ăn nhanh từ các nước trên thế giới) như burger, pasta, pizza; các món dân tộc như phở, hủ tiếu, cơm gà, bún bò Huế... có sức hút mạnh đối với du khách. (iii) Đường Nguyễn Huệ, có Coco5 – Bangkok Street food market (68 Nguyễn Huệ) là một điểm đến cho các tín đồ ẩm thực Thái Lan vì có tất cả những món ăn vật Thái Lan (mặn, cay, ngọt), các quầy được trang trí đẹp mắt theo phong cách truyền thống. Giá đồ ăn, thức uống ở đây vừa phải, hợp với du khách. (iv) Đường Tôn Đức Thắng, phố dành cho người bán hàng rong – Công viên Bạch Đằng bên sông Sài Gòn,

mở cửa vào hai ngày cuối tuần, có các món ăn đường phố với hơn 120 gian hàng ẩm thực, thời trang và các trò chơi dân gian. (v) *Đường Nguyễn Thị Minh Khai và Nguyễn Bình Khiêm*, có Rubik Zoo – Thảo Cầm Viên với hơn 300 gian hàng với các món ẩm thực đường phố là các món nướng Việt Nam, Thái Lan, Hồng Kông, đặc sản Nhật Bản, Hàn Quốc (lẩu bạch tuộc, mực hấp Thái, tobokki, akoyaki, sushi, chả cá Hàn Quốc, kem bơ Đà Lạt, trà sữa, trà kem phô mai...). (vi) *Đường Cô Giang* (phố ẩm thực Cô Giang) với những món ăn đường phố giá rẻ như cơm gà xối mỡ, bò nê, bò nướng lá lốt, mì xào giòn, bánh mì, ốc, bún, cháo lòng, các món chè, xôi, kem... được du khách nước ngoài ưa thích. (vii) *Đường Lý Tự Trọng* (tại hẻm 177) với “thương hiệu” trái cây tô nổi tiếng và nhiều món ăn thu hút khách như phá lấu, bột chiên, bánh mì, gỏi cuốn, bánh xèo, bánh khọt, bánh bèo, bắp xào, đồ nướng, xiên que, cơm tấm, trà sữa, bún thịt nướng, cơm tấm, ốc các loại, canh bún, bún riêu, cơm chiên hải sản, súp gà, súp cua, phá lấu. (viii) *Đường Hai Bà Trưng* (hẻm 76), được mệnh danh là “thiên đường ẩm thực” giá rẻ với mức giá từ 20.000-30.000 đồng một món. Các món ăn rất phong phú như bánh mì, cơm chiên, bánh bèo, bánh đúc, gỏi bò khô, bún Thái, bún bò, bún riêu cua, bánh khọt, bánh bột lọc, bò bía, bánh rán, bún thịt nướng, bún thái tôm mực, chân gà sả lá chanh, chân gà sả tắc, cháo lòng...).

Cơ cấu khách DL quốc tế đến Quận 1: Theo kết quả thu thập được từ sở DL, TPHCM, trung bình năm 2016-2017, khách DL từ các khu vực đến Quận 1 là: Từ khu vực châu Mỹ chiếm khoảng 34% (chủ yếu là Mỹ và Canada); châu Âu 30% (chủ yếu là Pháp, Đức...); châu Á 20% (chủ yếu là Thái Lan, Singapore...) và 16% từ các khu vực khác.

- *Về cảm nhận của khách DL quốc tế đối với ẩm thực đường phố Quận 1 (xem Bảng 1):*

Bảng 1. *Cảm nhận của du khách quốc tế về một số chỉ số liên quan đến ẩm thực đường phố*

M = 50, Đơn vị: Người

Đối tượng đánh giá	Rất hài lòng		Hài lòng		Không hài lòng	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Sur đa dạng của món ăn	45	90,0	04	8,0	01	2,0
Hương vị của món ăn	37	74,0	10	20,0	03	6,0
Chất lượng các món ăn	42	84,0	06	12,0	02	4,0
Giá cả các món ăn	40	80,0	10	20,0	00	0,0
Vệ sinh thực phẩm	20	40,0	18	36,0	12	24,0
Không gian bán hàng	19	38,0	21	42,0	10	20,0
Địa điểm bán hàng	15	30,0	18	36,0	17	34,0
Phương tiện và nhân viên phục vụ	15	30,0	25	50,0	10	20,0

Nguồn: Kết quả khảo sát 50 mẫu, thời gian từ 15/5 đến 30/10/2018

Bảng 1 cho thấy một số chỉ số liên quan đến ẩm thực đường phố được hầu hết du khách cảm nhận bằng sự hài lòng và rất hài lòng, đặc biệt là giá các món ăn, có 100% du

khách rất hài lòng và hài lòng. Những hạn chế chủ yếu là ở vị trí, không gian bán hàng, an toàn vệ sinh thực phẩm và phương tiện phục vụ khi sử dụng ẩm thực.

- Về sự ưa thích du khách quốc tế đối với ẩm thực đường phố Quận 1 (xem Bảng 2)

Bảng 2. Phản hồi từ du khách quốc tế đối với các món ăn đường phố đã sử dụng

M = 50, Đơn vị: Người

Đối tượng đánh giá	Rất thích		Thích		Không thích	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Bánh mì (chả cá, chả lụa, heo quay)	25	50,0	21	42,0	04	8,0
Cơm tấm bì heo	19	38,0	22	44,0	09	18,0
Bún thịt nướng	30	60,0	20	40,0	00	0,00
Bún riêu cua	23	46,0	17	34,0	10	20,0
Bún bò giò heo	21	42,0	24	48,0	05	10,0
Bánh bột lọc	17	34,0	25	50,0	08	16,0
Gỏi cuốn tôm thịt	15	30,0	23	46,0	12	24,0
Bánh xèo	27	54,0	22	44,0	01	2,0
Các món hải sản nướng	23	46,0	21	42,0	06	12,0
Gỏi, cháo vịt	11	22,0	25	50,0	14	28,0
Bánh ướt (bánh cuốn)	30	60,0	18	36,0	02	4,0
Bún chả nướng	27	54,0	22	44,0	01	2,0
Gỏi xoài, cóc non	27	54,0	10	20,0	13	26,0
Cà phê, kem trái cây, trà sữa	22	44,0	28	56,0	00	0,0
Sinh tố bơ, măng cầu, ổi	19	38,0	21	42,0	10	20,0
Ẩm thực nước ngoài: shushi, xúc xích, Hamburger, món ăn Thái...	05	10,0	32	64,0	13	26,0

Nguồn: Kết quả khảo sát 50 mẫu, thời gian từ 15/5 đến 30/10/2018

Bảng 2 cho thấy hầu hết các món ăn đường phố Quận 1 được du khách ưa chuộng rất cao và cao (các tỉ lệ đều từ 72%-98%), điển hình là đồ uống (cà phê, kem trái cây, sinh tố, trà sữa...) có 100% khách thích. Những loại ẩm thực có mức ít ưa thích chủ yếu những thức ăn đồ uống có liên quan đến vệ sinh, an toàn thực phẩm như: gỏi xoài/cóc, gỏi cháo vịt, gỏi cuốn tôm thịt, cơm tấm bì heo...

4.2.2. Kết quả khảo sát khách DL quốc tế sử dụng ẩm thực đường phố tại Quận 3

Khảo sát tại các điểm ẩm thực đường phố mà khách DL quốc tế thường tới: (i) Khu vực đường Bàn Cờ; đường Cao Thắng (hẻm 51); đường Nguyễn Thiện Thuật (hẻm 174), chủ yếu là các hoạt động buôn bán diễn ra ngoài trời với các món ốc, phá lấu, hột vịt lộn, trứng cút lộn, cá viên chiên, mì xào, há cảo, cháo tiêu, cơm chiên dương châu, cơm chiên gà xé, cơm chiên hải sản, súp gà, súp cua, phá lấu... Chủ quán Cháo Tiêu tại đây cho biết:

“các hoạt động ẩm thực ở đây diễn ra sôi nổi, nhất vào buổi chiều tối, khách nước ngoài khá nhiều, chủ yếu là khách Mĩ; khách châu Á cũng chủ yếu là Nhật Bản, Hàn Quốc”. (ii) Các tuyến đường Phạm Ngọc Thạch, Võ Văn Tần (vòng xoay Hồ Con Rùa) hoạt động chủ yếu là người bán hàng rong từ 16 giờ trở đi với nhiều món ăn như: bánh tráng trộn, bánh tráng nướng, bò bía, rặng mực, bắp xào, hột gà nướng, bắp nướng, gỏi bò khô, hồ lô nướng, xôi, chè, bánh ngọt... Khách người châu Á là chủ yếu; châu Âu, Mĩ không nhiều. (iii) Đường Lê Văn Sỹ (hẻm 284) với các món ăn miền Trung như bánh bèo, bánh nậm, bánh lọc, bún hến, bún bò, mì Quảng... Cô Hương (người Quảng Trị) chủ tiệm gỏi cuốn cho biết: “Khách hàng đến đây rất đông, chủ yếu là người Mĩ, Pháp, Úc, châu Á”. (iv) Đường Cao Thắng được mệnh danh con đường bánh tráng nướng, bắt đầu hoạt động từ lúc 17 giờ và thường kết thúc lúc 23 giờ, được du khách quốc tế ưa thích, thường xuyên lui tới.

Cơ cấu khách DL quốc tế đến Quận 3: Kết quả thu thập từ thống kê của Sở DL TPHCM, trung bình năm 2016-2017, khách DL từ các khu vực đến Quận 3: từ châu Á: 26,7%, châu Mĩ: 36,7%, châu Âu: 23,3%, châu lục khác: 13,3%.

Về sự cảm nhận của du khách quốc tế đối với ẩm thực đường phố Quận 3 (xem Bảng 3):

Bảng 3. Cảm nhận của du khách quốc tế về một số chỉ số liên quan đến ẩm thực đường phố $M=30$, Đơn vị: Người

Đối tượng đánh giá	Rất hài lòng		Hài lòng		Không hài lòng	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Sự đa dạng của món ăn	21	70,0	07	23,3	02	6,0
Hương vị của món ăn	10	33,3	11	36,7	09	30,0
Chất lượng các món ăn	12	40,0	14	46,7	04	13,3
Giá cả các món ăn	25	83,3	05	16,7	00	0,00
Vệ sinh thực phẩm	10	33,3	12	40,0	08	26,7
Không gian bán hàng	09	30,0	12	40,0	09	30,0
Địa điểm bán hàng	10	33,3	11	36,7	09	30,0
Phương tiện và nhân viên phục vụ	07	23,3	11	36,7	12	40,0

Nguồn: Kết quả khảo sát 30 mẫu, thời gian từ 15/5 đến 30/10/2018

Bảng 3 cho thấy các chỉ số liên quan đến ẩm thực đường phố tại Quận 3 cũng nhận được sự đánh giá cảm nhận của du khách là rất hài lòng và hài lòng cao, thấp nhất là 60%, cao nhất là 100%. Sự không hài lòng chủ yếu tập trung vào một số tiêu chí như phương tiện và cung cách phục vụ (40%), địa điểm và không gian bán hàng (40%, 30%) và các yếu tố có liên quan đến vệ sinh, an toàn thực phẩm.

Về sự ưa thích du khách quốc tế đối với ẩm thực đường phố ở Quận 3 (xem Bảng 4):

Bảng 4. Phản hồi từ du khách quốc tế về một số món ăn đường phố đã sử dụng

$M = 30$, Đơn vị: Người

Đối tượng đánh giá	Rất thích		Thích		Không thích	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Bột chiên cháo	09	30,0	13	43,3	08	26,7
Bánh tráng nướng	11	36,7	07	23,3	12	40,0
Các món ốc (luộc, xào...)	15	50,0	09	30,0	06	20,0
Phá lấu	11	36,7	11	36,7	08	26,6
Bánh tráng trộn	10	33,3	14	46,7	06	20,0
Bún riêu cua	12	40,0	15	50,0	03	10,0
Cháo Tiều	11	36,7	09	30,0	10	33,3
Há cảo, sủi cảo	10	33,3	12	40,0	08	26,7
Mì xào giòn	15	50,0	12	40,0	03	10,0
Bún thịt nướng	12	40,0	12	40,0	06	20,0
Cơm chiên	08	26,7	14	46,7	08	26,6
Bánh mì chảo	12	40,0	11	36,7	07	23,3
Bún mắm tôm	06	20,0	10	33,3	14	46,7
Các loại chè đỗ	16	53,3	11	36,7	03	10,0
Bún hến	11	36,7	13	43,3	06	20,0
Xôi đậu phộng	11	36,7	15	50,0	04	13,3

Nguồn: Kết quả khảo sát 30 mẫu, thời gian từ 15/5 đến 30/10/2018

Bảng 4 cho thấy đa phần các món ăn đường phố ở Quận 3 có những màu sắc và hương vị khác với Quận 1, nhưng hầu hết cũng được du khách nước ngoài ưa thích (thấp nhất là 53% – bún mắm tôm; cao nhất là 90% – các loại chè đỗ và bún riêu cua). Những món ăn ít nhận được sự hài lòng của khách phần lớn là do ảnh hưởng của hương vị và vệ sinh, hoặc chưa quen sử dụng (bún mắm tôm 47%, há cảo, sủi cảo 27%, phá lấu 26%; bánh tráng nướng 40%...).

4.2.3. Kết quả khảo sát khách DL quốc tế sử dụng ẩm thực đường phố tại Quận 5

Cơ cấu thị trường khách quốc tế đến Quận 5: Tỷ trọng lượng khách quốc tế đến Quận 5 theo kết quả thu thập được từ Sở DL TPHCM, trung bình năm 2016-2017, khách DL quốc tế ở các khu vực đến Quận 5 chủ yếu là khách châu Á (chiếm 42,5%), trong đó nhiều nhất là khách Trung Quốc; 30% từ châu Mỹ, 20% từ châu Âu, 7,5% đến từ các quốc gia khác.

Thực hiện khảo sát tại các đường phố lựa chọn là: (i) Đường Châu Văn Liêm, Đường Lão Tử (Chợ Thủ Đức) với các món ăn được đánh giá là ngon, lạ và giá lại rất bình dân là há cảo, sủi cảo được người Trung Quốc ưa chuộng; khách DL Anh, Pháp, Mỹ, Hàn Quốc,

Nhật Bản không nhiều. Theo bà Tám (chủ tiệm bánh xèo, 16 – Lão Tử): “khách nước ngoài chủ yếu là khách Trung Quốc, Đài Loan; khách Tây cũng có nhưng ít; họ thích vừa

ăn, vừa được xem làm bánh”. (ii) Đường Bùi Hữu Nghĩa, Đường Bạch Vân (Chợ Hòa Bình) có các món ăn chính là phá lấu, ốc luộc, bánh mì nướng, bánh rán doremon, bánh flan, bột chiên, há cảo, bánh hẹ...; khách chủ yếu là người Trung Quốc (Ông Lâm Ký – chủ nhà hàng 67 Bùi Hữu Nghĩa cho biết). (iii) Đường Trần Bình Trọng (hẻm 14) có các món ăn, đồ uống như chè đỗ, chè trứng, ca cao đá, bánh flan...; khách nước ngoài chủ yếu là của công ti DL đưa đến (Ông Hoàng Tùng – chủ quán 46 trong hẻm cho biết). (iv) Đường Nguyễn Kim, Nguyễn Cảnh Chân; An Dương Vương, Nguyễn Văn Cừ... có lượng khách đông đúc; các món hủ tiếu, bún bò, bún riêu, phở bò, gỏi cuốn, ngao, sò, ốc, súp cua, trái cây dĩa, bò bía...

Về các yếu tố liên quan đến hoạt động ẩm thực đường phố Quận 5 (xem Bảng 5)

Bảng 5. Cảm nhận của du khách QT về một số chỉ số liên quan đến ẩm thực đường phố $M = 40$, Đơn vị: Người

Đối tượng đánh giá	Rất hài lòng		Hài lòng		Không hài lòng	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Sự đa dạng của món ăn	21	52,5	17	42,5	02	5,0
Hương vị của món ăn	14	35,0	15	37,5	11	27,5
Chất lượng các món ăn	20	50,0	13	32,5	07	17,5
Giá cả các món ăn	25	62,5	10	25,0	05	12,5
Vệ sinh thực phẩm	10	25,0	11	27,5	19	47,5
Không gian bán hàng	08	20,0	14	35,0	18	45,0
Địa điểm bán hàng	15	37,5	16	40,0	09	22,5
Phương tiện và nhân viên phục vụ	09	22,5	13	32,5	18	45,0

Nguồn: Kết quả khảo sát 40 mẫu, thời gian từ 15/5 đến 30/10/2018

Bảng 5 cho thấy du khách quốc tế đánh giá tương đối cao về các yếu tố liên quan đến ẩm thực đường phố tại Quận 5 (thấp nhất là 52,5% – vệ sinh thực phẩm; cao nhất 95% – sự đa dạng của món ăn, đồ uống). Một số yếu tố có tỉ lệ đánh giá thấp là: phương tiện và nhân viên phục vụ (45%), không gian bán hàng (45%), vệ sinh thực phẩm (48%). Nguyên nhân chủ yếu là do vệ sinh thực phẩm, do nhiều món ăn có hương vị thiếu hấp dẫn; phương tiện thô sơ và không gian chật hẹp.

Về một số món ăn đường phố được khách DL quốc tế sử dụng tại Quận 5 (xem Bảng 6)

Bảng 6. Phản hồi từ du khách quốc tế về một số món ăn đường phố đã sử dụng $M = 40$, Đơn vị: Người

Đối tượng đánh giá	Rất thích		Thích		Không thích	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Phá lấu	18	45,0	13	32,5	09	22,5
Hủ tiếu hồ	15	37,5	15	37,5	10	25,0
Xôi cadé	18	45,0	09	22,5	13	32,5
Hủ tiếu sate Quảng Ký	21	52,5	10	25,0	09	22,5
Cháo Tiều	20	50,0	14	35,0	06	15,0
Há cảo, sủi cảo	12	30,0	15	37,5	13	32,5
Rau câu, bánh flan, cacao đá	11	27,5	19	47,5	10	25,0
Bánh hẹ	10	25,0	12	30,0	18	45,0
Chè trứng gà	12	30,0	15	37,5	13	32,5
Khô qua, cà, ớt	10	25,0	16	40,0	14	35,0
Hồ lô nướng	08	20,0	19	47,5	13	32,5
Mì vịt tiềm	18	45,0	21	52,5	01	2,5
Bánh bò thốt nốt	13	32,5	16	40,0	11	27,5
Bột chiên	16	40,0	11	27,5	13	32,5
Hủ tiếu bò kho	21	52,5	13	32,5	06	15,0
Trứng gà nướng	15	37,5	12	30,0	13	32,5

Nguồn: Kết quả khảo sát 40 mẫu, thời gian từ 15/5 đến 30/10/2018

Bảng 6 cho thấy các món ăn đồ uống đường phố ở Quận 5 có tỉ lệ du khách đánh giá không hài lòng tuy không quá nhiều nhưng đều ở hầu hết các món ăn được hỏi (có khác với ở Quận 1 và Quận 3). Nguyên nhân chính là do các món ăn, đồ uống mang đậm hương vị của người Hoa, du khách ở các nước châu Âu và châu lục khác do không hợp khẩu vị nên thường đánh giá thấp. Mĩ quan và ATVSTP nơi đây dễ làm cho du khách có cảm nhận không thích sử dụng.

4.3. Đánh giá chung về hoạt động ẩm thực đường phố ở TPHCM (kết quả khảo sát tại những địa điểm được chọn)

Về mức độ hoạt động ẩm thực đường phố: Hoạt động diễn ra sôi nổi, mạnh mẽ từ các đường phố lớn đến phố nhỏ (trong các hẻm), thời gian hoạt động thường xuyên từ sáng sớm đến tận đêm khuya (đặc biệt là từ 17 giờ đến 22 giờ). Các món ăn, đồ uống phong phú, đa dạng, mang đậm bản sắc văn hóa của các dân tộc đang sinh sống tại các địa phương. Đa phần các món ăn, đồ uống được du khách đánh giá cao. Tuy nhiên, việc tổ chức chưa đạt được sự thống nhất và chuẩn mực, gây sự thiếu yên tâm cho du khách.

Về địa điểm, không gian, đội ngũ phục vụ và vệ sinh an toàn thực phẩm: Đây là những vấn đề nổi cộm mà du khách đánh giá không cao, khó chấp nhận ở hầu hết các điểm kinh doanh tại các quận khảo sát (quán chật hẹp, các công trình hỗ trợ vệ sinh thiếu; nơi

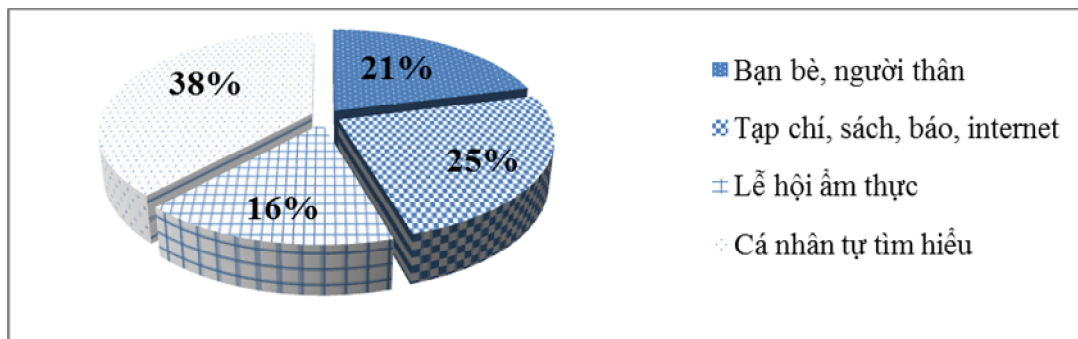
chế biến thực phẩm, nấu ăn chưa sạch sẽ; đội ngũ phục vụ thiếu nghiệp vụ, không chuyên nghiệp...); trong khi yêu cầu một món ăn ngon phải hội tụ tối thiểu các yếu tố, đó là: “ngon mắt” (được trang trí như tác phẩm nghệ thuật), “ngon mũi” (đảm bảo có mùi thơm, hương vị đặc trưng), “ngon miệng” (tạo ấn tượng và giữ chân khách) và “ngon tinh thần” (khách hàng cảm thấy vui khỏe, thoải mái về thể chất và tinh thần sau khi dùng món ăn).

Về việc tổ chức quản lý hoạt động ẩm thực đường phố: Chưa được sự quan tâm đúng mức của các cấp quản lý, chưa có sự sắp xếp, quy hoạch thống nhất (các quán bán hàng, xe hàng lấn chiếm lòng lề đường, thiếu trật tự). Một số quận có thực hiện quy hoạch, nhưng triển khai thực hiện và điều hành chưa hiệu quả (Quận 1); đặc biệt là vấn đề kiểm soát vệ sinh thực phẩm, an ninh an toàn cho du khách (*Bác sĩ Lê Văn Thế, Trung tâm Y tế dự phòng Quận 1 cho biết: Địa bàn Quận 1 chỉ hơn 7km² nhưng có hơn 2200 điểm bán thực phẩm đường phố, trong đó có nhiều người bán từ địa bàn khác đến, họ không chịu chấp hành thì chính quyền cũng “bó tay”*). Đặc biệt là ngành DL, chưa đề xuất được phương án khả thi để góp phần phát triển loại hình kinh doanh ẩm thực đường phố, mặc dù họ thường xuyên đưa khách đến thưởng thức ẩm thực đường phố.

Về ý thức trách nhiệm của các hộ kinh doanh ẩm thực đường phố: Vấn đề này còn nhiều hạn chế, các hộ kinh doanh chưa chủ động tạo sự liên kết chặt chẽ với nhau. Tình trạng cạnh tranh không lành mạnh vẫn còn diễn ra, người bán hàng rong chèo kéo, ép mua hàng làm cho khách DL không hài lòng; coi trọng lợi ích cá nhân “chỉ vì lợi nhuận”, ít chú ý đến đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm và vệ sinh môi trường chung (*Bà Nguyễn Thị Huỳnh Mai Chi, Cục phó Chi cục VSATTP TPHCM cho biết: Người bán còn chưa được trang bị kiến thức về VSATTP và chưa có ý thức trong việc thực hiện đúng quy định về VSATTP...; nguồn nguyên liệu thực phẩm chế biến được mua với giá rẻ không rõ nguồn gốc xuất xứ, không đảm bảo VSATTP nên việc quản lý, kiểm soát truy nguồn gốc cũng gặp nhiều khó khăn*).

Về hoạt động xúc tiến, quảng bá ẩm thực đường phố: Hiện nay, hoạt động này còn nhiều bất cập, ngành DL TPHCM chưa thực sự đầu tư nhân lực, vật lực. Các hoạt động quảng bá hầu như tự phát từ các hộ kinh doanh, nặng về tình thế, thiếu kế hoạch chiến lược lâu dài. Kết quả khảo sát về thông tin để du khách biết và đến với ẩm thực đường phố từ 120 du khách nước ngoài (ở Quận 1, Quận 3, Quận 5) đã phản ánh điều này (xem Biểu đồ).

Biểu đồ. Khách DL quốc tế đến với ẩm thực đường phố qua các kênh thông tin
(Ý kiến từ 120 du khách quốc tế)



5. Định hướng và giải pháp chủ yếu phát triển ẩm thực đường phố để thu hút khách DL quốc tế tại TPHCM

5.1. Định hướng

Trong chiến lược quy hoạch phát triển DL TPHCM giai đoạn 2015 – 2020 (nằm trong đề án Quy hoạch phát triển DL TPHCM đến năm 2020 và tầm nhìn 2030) đã đề ra: Tăng cường sự lãnh đạo của Đảng bộ Thành phố đối với ngành DL theo hướng đồng bộ, hiện đại, đi vào chiều sâu và nâng cao nhận thức của các cấp ủy, chính quyền, các ngành chức năng và nhân dân Thành phố về vai trò và hiệu quả kinh tế - xã hội của ngành DL. Nâng cao hình ảnh “TPHCM – Điểm đến thân thiện, hấp dẫn, an toàn”... tạo chuyển biến mạnh về chất lượng dịch vụ, sản phẩm DL... đảm bảo môi trường DL an toàn, thân thiện với du khách...

“Định hướng khai thác ẩm thực trong phát triển DL để khẳng định vai trò của ẩm thực nói chung và ẩm thực đường phố nói riêng, sắp tới, Thành phố sẽ xây dựng, phát triển sản phẩm DL đặc trưng và khai thác thế mạnh về DL, trong đó có việc phát triển sản phẩm DL ẩm thực với mục đích tập trung cho khách DL quốc tế kết hợp tham quan và học tập, chế biến ẩm thực vùng miền tại các làng DL, khu DL; tham quan và kết hợp tìm hiểu ẩm thực trong và ngoại thành Thành phố” (theo ông Bùi Tá Hoàng Vũ, Giám đốc Sở DL TPHCM). Sở DL Thành phố sẽ thường xuyên tổ chức các hoạt động liên hoan, lễ hội ẩm thực nhằm giới thiệu những món ăn, nét ẩm thực đặc sắc của Thành phố cho du khách trong và ngoài nước, đặc biệt là du khách nước ngoài.

Thực tiễn đã cho thấy, 100% du khách có nhu cầu và thích được thưởng thức ẩm tại điểm đến, 71,7% du khách thường xuyên sử dụng món ăn đường phố. Những ý kiến của du khách (tại các Quận 1, 3, 5) đã cho thấy thực trạng phát triển ẩm thực đường phố còn nhiều bất cập chưa tương xứng với tiềm năng. Vì vậy Thành phố cần phải có những giải pháp phù hợp để thu hút khách quốc tế, góp phần nâng cao vị thế của DL trong phát triển chung của Thành phố.

5.2. Các giải pháp

Từ kết quả nghiên cứu trên, chúng tôi đề xuất một số giải pháp sau đây:

- Cần xây dựng kế hoạch dài hạn phát triển ẩm thực đường phố gắn liền với hoạt động DL. Thực hiện quy hoạch tổng thể và chi tiết các điểm ẩm thực đường phố (từ kinh nghiệm của một số thành phố ở các quốc gia (Bangkok – Thái Lan, Seoul – Hàn Quốc, Manila – Philippines); tại các quận, huyện có nhiều điểm DL và điểm lưu trú, với các món ăn thức uống truyền thống địa phương nhưng phù hợp với thị trường khách quốc tế.

- Đầu tư nhân rộng mô hình ẩm thực đường phố sạch từ mô hình thí điểm về thức ăn đường phố an toàn tại Phường 12, Quận 4 và phường Tân Thành, quận Tân Phú (có 195 cơ sở và 286 người tham gia); đặc biệt là các khu vực trung tâm có lượng khách DL quốc tế tập trung đông như: phố ẩm thực Cô Giang (Quận 1), hẻm 51 Lý Tự Trọng, khu ăn uống chợ Bàn Cờ (Quận 3), khu vực Hồ Con Rùa (Quận 3), hẻm 284 Lê Văn Sỹ (Quận 3), hẻm 14 Trần Bình Trọng (Quận 5).

- Xây dựng kế hoạch liên kết giữa các cơ sở kinh doanh ẩm thực đường phố với các doanh nghiệp kinh doanh DL để họ đầu tư mở các tour khám phá ẩm thực đường phố (các công ti lữ hành như Saigontourist, Vietravel, TST, Fiditour đã thực hiện nhưng hiệu quả chưa như mong muốn, vì thiếu sự gắn kết chặt chẽ và ràng buộc trách nhiệm).

- Thiết lập mạng lưới kiểm tra, đánh giá về chất lượng ATVSTP tại các cơ sở kinh doanh ẩm thực, qua việc dán mác kiểm định, ghi nguồn gốc xuất xứ của từng loại ẩm thực và cả những dụng cụ sử dụng cho quá trình chế biến và sử dụng thức ăn, đồ uống. Đội ngũ chuyên thực hiện công tác giám sát, hướng dẫn, kiểm tra, xử lý cả các vấn đề liên quan tới an toàn vệ sinh thực phẩm phải là người có trình độ chuyên môn và chuyên nghiệp.

- Tăng cường công tác tuyên truyền phổ biến các chính sách pháp luật của Nhà nước về ATVSTP, nâng cao ý thức tự giác chấp hành các quy định về ATVSTP cho người lao động và chủ cơ sở kinh doanh ẩm thực đường phố. Thực hiện các cam kết trách nhiệm với các cơ sở trên nền tảng quy định của pháp luật.

- Xác định rõ vai trò và trách nhiệm trước chính quyền về sự hợp tác giữa Sở DL và Sở Y tế trong kiểm tra đánh giá mức độ ATVSTP của các hộ kinh doanh thức ăn đường phố. Các cấp chính quyền có định chế tuyên dương, khen thưởng kịp thời những cơ sở thực hiện tốt, nghiêm khắc xử lý các cơ sở vi phạm.

- Khi quy hoạch, sắp xếp các điểm bán hàng tại các hẻm, đường phố sát các khu vực công cộng (bến xe, bến tàu, nhà ga, khu DL, khu lễ hội, khu triển lãm) cần có bộ phận kiểm tra để đảm bảo nguồn thực phẩm sạch; vị trí bán hàng phải cách biệt các nguồn gây ô nhiễm. Các dụng cụ chế biến, bảo quản bảo đảm vệ sinh (bàn ghế, giá tủ để bày bán thức ăn, đồ uống...). Nguồn thực phẩm, phụ gia phải có xuất xứ nguồn gốc rõ ràng và dán nhãn công khai theo quy định.

- Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động bằng việc tổ chức thường xuyên các lớp (đợt) tập huấn về kỹ năng, nghiệp vụ (kỹ năng giao tiếp, phục vụ, ngoại ngữ, văn hóa ẩm thực...); ý thức tuân thủ các điều kiện vệ sinh, an toàn thực phẩm và các kỹ năng nấu, pha chế, trình bày món ăn.

- Thực hiện đều, thường xuyên việc khám sức khỏe và cấp giấy xác nhận đủ điều kiện sức khỏe cho nhân viên trực tiếp sản xuất, chế biến thực phẩm.
- Xây dựng nét văn hóa khi xúc tiến quảng bá ẩm thực đường phố qua các đợt tham gia hội chợ ẩm thực trong và ngoài nước, tạo cơ hội cho du khách tham gia vào công đoạn chế biến và thưởng thức món ăn... Phát hành rộng rãi tài liệu giới thiệu ấn phẩm bằng nhiều thứ tiếng đặt tại các địa điểm DL, các sân bay, cửa khẩu... Thông tin đúng trên các phương tiện thông tin về ẩm thực đường phố (các món ăn nổi tiếng, đặc trưng, các địa điểm cung cấp ẩm thực).
- Có kế hoạch chiến lược bảo tồn, phát triển các món ăn, thức uống mang đậm bản sắc văn hóa của cộng đồng dân cư thành phố. Tổ chức các cuộc thi nấu ăn và chế biến, tôn vinh tài năng trong chế biến ẩm thực đường phố.
- Hoàn thiện và ban hành hệ thống chính sách quản lý thống nhất, đầy đủ, hợp lý (ưu đãi, khen thưởng, xử phạt...) với hoạt động kinh doanh ẩm thực đường phố để thu hút đầu tư vào kinh doanh loại hình này.
- Tăng cường quản lý theo pháp luật với việc đảm bảo về ATVSTP, giữ gìn cảnh quan đô thị. Đảm bảo an ninh an toàn cho du khách quốc tế khi họ tham gia thưởng thức văn hóa ẩm thực tại các đường phố.

6. Kết luận

TPHCM có ưu thế tuyệt đối về vị trí địa lý, là đầu mối giao thông (hàng không, đường sắt, đường biển, đường bộ...); trung tâm chính trị, văn hóa (có đủ 54 dân tộc sinh sống); trung tâm kinh tế (đóng góp khoảng 40% GDP quốc gia). Với lịch sử hơn 300 năm phát triển, nơi đây đã trở thành điểm đến hấp dẫn, có sức thu hút du khách quốc tế. Ngành DL Thành phố đang được đầu tư lớn và đang trên đà phát triển để khẳng định vị thế của ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó ẩm thực đường phố là một bộ phận cấu thành hệ thống sản phẩm DL, nó không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống của con người mà còn chứa đựng bản sắc văn hóa của dân tộc mà du khách trong và ngoài nước luôn muốn tìm hiểu. Trong những năm qua, ẩm thực đường phố TPHCM đã phát huy được vai trò lớn góp sức cho DL phát triển. Tuy mức độ hoàn thiện và sự lan tỏa chưa rộng, hiệu quả còn khiêm tốn, song hi vọng tương lai, khi TPHCM thực hiện thành công các giải pháp đề ra, chắc chắn sự đóng góp của ẩm thực đường phố trong lĩnh vực thu hút du khách quốc tế sẽ đem lại nguồn lợi tích lũy lớn cho ngành DL nói riêng và kinh tế – xã hội Thành phố nói chung.

❖ **Tuyên bố về quyền lợi:** Các tác giả xác nhận hoàn toàn không có xung đột về quyền lợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Thượng Hồng. (1997). *Món ngon Sài Gòn*. Đồng Nai: NXB Đồng Nai.

- Cao Xuân Huy. (sưu tầm và giới thiệu) (2004). *Văn hóa ẩm thực và món ăn Việt Nam*. TPHCM: NXB Trẻ.
- Mai Khôi, Vũ Bằng, Thượng Hồng. (2006). *Văn hóa ẩm thực Việt Nam – Các món ăn miền Nam*. TPHCM: NXB Thanh niên.
- Nguyễn Thị Diệu Thảo. (2003). *Các món ăn miền Nam được ưa chuộng*. TPHCM: NXB Phụ nữ.
- Bùi Thị Minh Thu. (2007). *Tìm hiểu văn hóa ẩm thực Nam Bộ*. Khóa luận tốt nghiệp – Trường Đại học Công nghệ Sài Gòn.
-

**DEVELOPMENT OF STREET FOOD IN HO CHI MINH CITY
TO ATTRACT INTERNATIONAL TOURISTS**

Pham Xuan Hau, Bui Xuan Thang

Faculty of Tourism – Van Hien University

Corresponding author: Email: haupx@vhu.edu.vn

Received: 30/01/2019; Revised: 18/02/2019; Accepted: 27/02/2019

ABSTRACT

Developing street food activities is a tendency suitable with the development of tourism, especially in big cities which are political, economic, and cultural centers in order to meet the need of tourists, both domestic and international. However, in order for street food activities to be attractive and reliable to tourists, as well as creating environmental stability, it is necessary to develop improvement plans for each route and area of the city. The article presents the reality, orientation and solutions to street food development in some districts of Ho Chi Minh City in order to attract tourists, especially international tourists.

Keywords: street food, Ho Chi Minh City tourism, international tourist.