

ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ HÀ NỘI: ĐỘNG LỰC THU HÚT DU KHÁCH QUỐC TẾ VÀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG

Nguyễn Phương Thảo¹, Trần Lệ Khánh², Trịnh Đăng Khoa²

Tóm tắt: Ẩm thực đường phố đang trở thành một yếu tố quan trọng, góp phần nâng cao trải nghiệm và sức hấp dẫn của các điểm đến. Nghiên cứu này phân tích vai trò của ẩm thực đường phố Hà Nội trong việc thu hút du khách quốc tế và phát triển du lịch theo hướng bền vững. Bài viết hệ thống hoá cơ sở lý luận về du lịch ẩm thực, làm rõ đặc trưng và giá trị trải nghiệm của ẩm thực đường phố tại Thủ đô Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố góp phần nâng cao mức độ hài lòng, ý định quay lại điểm đến của du khách phụ thuộc vào sự đa dạng của món ăn, không gian ẩm thực mang tính bản địa và tính xác thực trong trải nghiệm. Nghiên cứu cũng đề xuất một số giải pháp nhằm khai thác hiệu quả giá trị ẩm thực đường phố góp phần phát triển du lịch Hà Nội theo hướng bền vững.

Từ khoá: Ẩm thực đường phố, trải nghiệm du lịch, du lịch ẩm thực, khách du lịch quốc tế, du lịch bền vững, Hà Nội.

1. MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch, nhu cầu của du khách đã có sự chuyển dịch rõ rệt từ các hoạt động tham quan truyền thống sang tìm kiếm những trải nghiệm mang tính văn hóa bản địa. Trong xu hướng đó, du lịch ẩm thực nổi lên như một trong những loại hình phát triển nhanh, đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh của các điểm đến. Nhiều nghiên cứu cho thấy trải nghiệm ẩm thực không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mà còn là phương tiện giúp du khách khám phá văn hóa, lịch sử và đời sống xã hội của cộng đồng địa phương. Do đó, ẩm thực đang trở thành một yếu tố quan trọng góp phần nâng cao sức hấp dẫn của các điểm đến du lịch, đặc biệt trong xu hướng du lịch ẩm thực ngày càng gia tăng trên toàn cầu [4], [6].

Trong hệ thống du lịch ẩm thực, ẩm thực đường phố được xem là một biểu hiện đặc trưng, đặc biệt phổ biến tại các quốc gia châu Á. Ẩm thực đường phố gắn liền với đời sống sinh hoạt thường nhật của cư dân địa phương, phản ánh rõ nét tính bản địa, sự đa dạng văn hóa và điều kiện tự nhiên – xã hội của từng vùng miền. Những quầy hàng rong, quán ăn vỉa hè không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống, mà còn tạo nên những không gian văn hóa đặc trưng và mang lại cho du khách những trải nghiệm chân thực, gắn gũi với đời sống địa phương. Ẩm thực không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mà còn đóng vai trò

¹ Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

² Sinh viên, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

quan trọng trong việc hình thành trải nghiệm du lịch, ảnh hưởng đến sự hài lòng và hành vi của du khách [9], [10].

Trên thế giới, nhiều điểm đến đã khai thác hiệu quả ẩm thực đường phố như một sản phẩm du lịch đặc sắc nhằm thu hút du khách quốc tế. Các nghiên cứu trước đây cho thấy trải nghiệm ẩm thực địa phương có ảnh hưởng đáng kể đến mức độ hài lòng, ý định quay lại và quyết định lựa chọn điểm đến của du khách. Đồng thời, du lịch ẩm thực còn đóng vai trò quan trọng trong việc tạo việc làm, gia tăng thu nhập cho cộng đồng địa phương và góp phần bảo tồn di sản văn hóa. Điều này cho thấy ẩm thực đường phố không chỉ là một yếu tố thu hút, mà còn là một động lực quan trọng góp phần thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng bền vững [2].

Tại Việt Nam, Hà Nội được xem là một trong những trung tâm văn hóa - lịch sử lâu đời với nền ẩm thực phong phú và đa dạng. Trong đó, ẩm thực đường phố giữ vai trò đặc biệt trong đời sống đô thị cũng như trong hoạt động du lịch của thành phố. Những món ăn như phở, bún chả, bánh cuốn hay bánh mì không chỉ phổ biến trong sinh hoạt hằng ngày mà còn trở thành những biểu tượng ẩm thực tiêu biểu, góp phần định hình hình ảnh Hà Nội trong mắt du khách quốc tế. Không gian ẩm thực vỉa hè với các quán ăn nhỏ, gánh hàng rong và khu phố ẩm thực sôi động đã tạo nên những trải nghiệm độc đáo, góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến, tạo nên những trải nghiệm mang tính bản địa và xác thực [1], [5].

Trong những năm gần đây, cùng với sự tăng trưởng của ngành du lịch Việt Nam, ẩm thực đường phố Hà Nội ngày càng nhận được sự quan tâm của du khách quốc tế và được quảng bá rộng rãi trên các phương tiện truyền thông, mạng xã hội. Sự phát triển của các tour du lịch ẩm thực, các hoạt động trải nghiệm văn hóa ẩm thực và các nền tảng đánh giá trực tuyến đã góp phần khẳng định vai trò của ẩm thực đường phố như một sản phẩm du lịch đặc trưng của Thủ đô.

Mặc dù đã có nhiều công trình nghiên cứu liên quan đến du lịch ẩm thực tại Việt Nam, song các nghiên cứu tập trung phân tích một cách hệ thống vai trò của ẩm thực đường phố trong việc thu hút du khách quốc tế và đóng góp vào phát triển du lịch bền vững tại Hà Nội vẫn còn hạn chế. Xuất phát từ lý do đó, bài viết này nhằm: (i) hệ thống hóa cơ sở lý luận về du lịch ẩm thực và vai trò của ẩm thực đường phố trong bối cảnh du lịch đô thị; (ii) phân tích đặc điểm và giá trị trải nghiệm của ẩm thực đường phố Hà Nội đối với du khách quốc tế; và (iii) đánh giá vai trò của ẩm thực đường phố trong việc thu hút du khách và thúc đẩy hoạt động du lịch theo hướng phát triển bền vững. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm phát huy hiệu quả nguồn tài nguyên ẩm thực đường phố, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Hà Nội trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

2. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý luận về du lịch ẩm thực

Trong những năm gần đây, du lịch ẩm thực đã trở thành một trong những xu hướng phát triển quan trọng của ngành du lịch hiện đại. Theo Hall và cộng sự (2003), du lịch ẩm thực được hiểu là hoạt động du lịch trong đó trải nghiệm các sản phẩm ẩm thực địa phương giữ vai trò quan trọng trong động cơ và hành vi của du khách [4]. Cách tiếp cận này cho thấy ẩm thực không chỉ là yếu tố hỗ trợ mà ngày càng trở thành một thành phần cốt lõi trong cấu trúc sản phẩm du lịch.

Ẩm thực được xem là một hình thức biểu đạt bản sắc văn hoá của địa phương, phản ánh lịch sử, điều kiện tự nhiên và đời sống xã hội của cộng đồng. Long (2004) cho rằng trải nghiệm ẩm thực có thể giúp cho du khách tiếp cận và hiểu biết sâu sắc hơn về văn hóa bản địa, bởi mỗi món ăn đều gắn liền với các yếu tố truyền thống và tập quán riêng biệt của địa phương [6]. Do đó, ẩm thực ngày càng được nhìn nhận như một nguồn tài nguyên du lịch văn hóa có giá trị, góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến.

Trong hệ thống du lịch ẩm thực, ẩm thực đường phố được xem là một biểu hiện đặc trưng của văn hóa ẩm thực đô thị. Theo Henderson (2019), loại hình ẩm thực này gắn liền với đời sống thường nhật của cư dân địa phương và phản ánh rõ nét tính bản địa của văn hóa ẩm thực [5]. Không giống như các mô hình ẩm thực mang tính tiêu chuẩn cao, ẩm thực đường phố thường diễn ra trong các không gian công cộng như vỉa hè, chợ hoặc khu phố buôn bán, nơi tạo điều kiện cho sự tương tác trực tiếp giữa người bán và du khách.

Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng trải nghiệm ẩm thực có vai trò quan trọng trong việc quyết định đến sự hài lòng của du khách. Quan và Wang (2004) cho rằng ẩm thực có thể được xem là một thành phần cấu thành trải nghiệm du lịch, góp phần nâng cao mức độ hài lòng của du khách [9]. Cohen và cộng sự (2004) cũng chỉ ra ẩm thực vừa là yếu tố thu hút vừa có thể là rào cản đối với du khách, tùy thuộc vào sự khác biệt về văn hóa và khẩu vị [1]. Điều này cho thấy ẩm thực không chỉ là yếu tố hỗ trợ, mà có thể trở thành một yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm và nhận thức của du khách về điểm đến.

Trong bối cảnh phát triển du lịch bền vững, ẩm thực ngày càng được nhìn nhận như một công cụ góp phần tạo ra các giá trị kinh tế, văn hóa và xã hội. Everett và Aitchison (2008) chỉ ra rằng du lịch ẩm thực có thể góp phần duy trì bản sắc vùng miền và hỗ trợ phát triển kinh tế địa phương thông qua việc thúc đẩy tiêu dùng sản phẩm bản địa [3]. Ở Việt Nam, một số nghiên cứu cũng bước đầu đề cập đến vai trò của ẩm thực trong phát triển sản phẩm du lịch và nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến [2], [7], [8].

Qua những nghiên cứu trên có thể thấy rằng ẩm thực, đặc biệt là ẩm thực đường phố không chỉ mang ý nghĩa văn hóa, mà nó còn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm du khách và hỗ trợ phát triển du lịch tại các điểm đến. Trong bối cảnh du lịch đô thị ngày càng chú trọng đến tính trải nghiệm và bản sắc văn hoá địa phương, việc nghiên cứu ẩm thực đường phố tại các điểm đến cụ thể là cần thiết, góp phần làm rõ hơn

vai trò của loại hình du lịch ẩm thực trong việc thu hút du khách quốc tế và phát triển du lịch theo hướng bền vững.

2.2. Đặc trưng và giá trị trải nghiệm của ẩm thực đường phố Hà Nội

Hà Nội là một trong những trung tâm văn hóa lâu đời của Việt Nam với nền ẩm thực phong phú và đa dạng, được hình thành qua từng giai đoạn lịch sử. Trong đó, ẩm thực đường phố giữ vai trò quan trọng trong đời sống đô thị, đồng thời là một trong những yếu tố tạo nên bản sắc văn hóa đặc trưng của Thủ đô. Không chỉ đơn thuần là hoạt động ăn uống, ẩm thực đường phố còn mang lại những giá trị trải nghiệm độc đáo đối với du khách, qua đó góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến.

Một trong những đặc điểm nổi bật của ẩm thực đường phố Hà Nội là sự đa dạng về món ăn. Các món như phở, bún chả, bún riêu, bánh cuốn, bánh mì, hay các thức uống như trà, cà phê, các loại nước giải khát... không chỉ phổ biến trong đời sống hằng ngày mà còn được du khách quốc tế biết đến rộng rãi. Các nghiên cứu về du lịch ẩm thực cho thấy sự phong phú của các món ăn địa phương góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến [10]. Sự đa dạng này không chỉ đáp ứng nhu cầu thưởng thức mà còn tạo điều kiện cho du khách khám phá văn hóa thông qua trải nghiệm ẩm thực.

Bên cạnh đó, không gian ẩm thực là một yếu tố đặc trưng quan trọng của đường phố Hà Nội. Những quán ăn ven đường, các gánh hàng rong hay các khu phố ẩm thực tạo nên một môi trường trải nghiệm mang tính mở và gần gũi. Các nghiên cứu cho thấy những không gian ẩm thực mang tính bản địa và đời sống thường nhật có thể giúp du khách cảm nhận rõ hơn về văn hóa địa phương và tăng cường tính xác thực của trải nghiệm du lịch [1], [5]. Chính sự tương tác trực tiếp giữa người bán và du khách trong các không gian này đã góp phần hình thành trải nghiệm du lịch mang tính xã hội và cá nhân hóa.

Một đặc điểm khác của ẩm thực đường phố là tính dễ tiếp cận về giá cả và hình thức phục vụ. So với các cơ sở ẩm thực cao cấp, các món ăn đường phố thường có mức giá phù hợp và dễ tiếp cận với nhiều đối tượng du khách. Điều này góp phần làm tăng khả năng tham gia của du khách vào các trải nghiệm ẩm thực địa phương, từ đó nâng cao mức độ gắn kết với điểm đến.

Ngoài ra, ẩm thực đường phố còn phản ánh rõ nét đời sống văn hóa và xã hội của cư dân đô thị. Các hoạt động ăn uống tại không gian công cộng không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mà còn tạo ra môi trường giao tiếp xã hội, nơi diễn ra sự tương tác giữa người dân và du khách. Những trải nghiệm này góp phần tăng cường sự hiểu biết văn hóa và tạo nên giá trị trải nghiệm sâu sắc hơn cho du khách.

Từ góc độ du lịch, các đặc trưng nêu trên không chỉ tạo nên bản sắc riêng của ẩm thực đường phố Hà Nội mà còn mang lại giá trị trải nghiệm quan trọng đối với du khách quốc tế. Những yếu tố như sự đa dạng, tính xác thực, không gian trải nghiệm và khả năng tiếp cận đã góp phần làm cho ẩm thực đường phố trở thành một trong những động lực thu hút du khách. Đồng thời, việc khai thác hiệu quả các giá trị này còn có thể tạo ra những

tác động tích cực về kinh tế - xã hội, qua đó góp phần thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng bền vững [3].

2.3. Vai trò của ẩm thực đường phố Hà Nội trong việc thu hút khách du lịch quốc tế

Trong bối cảnh du lịch trải nghiệm ngày càng được chú trọng, ẩm thực đường phố đã trở thành một yếu tố quan trọng góp phần thu hút khách du lịch quốc tế đến với các điểm đến đô thị. Các nghiên cứu cho thấy trải nghiệm ẩm thực địa phương có thể ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của du khách cũng như ấn tượng của họ đối với điểm đến [9]. Điều này cho thấy ẩm thực không chỉ đóng vai trò là một dịch vụ bổ trợ, mà còn có thể trở thành một thành phần cốt lõi trong trải nghiệm du lịch.

Đối với Hà Nội, vai trò thu hút của ẩm thực đường phố được thể hiện rõ thông qua khả năng tạo ra những trải nghiệm mang tính xác thực và gắn với đời sống bản địa. Không gian ẩm thực vỉa hè, với sự tương tác trực tiếp giữa người bán và du khách, mang lại cho khách du lịch cơ hội tiếp cận gần gũi hơn với văn hóa địa phương. Những trải nghiệm này không chỉ dừng lại ở việc thưởng thức món ăn mà còn bao gồm cả việc quan sát và tham gia vào đời sống sinh hoạt thường nhật, qua đó góp phần hình thành ấn tượng tích cực về điểm đến.

Từ góc độ hành vi du khách, trải nghiệm ẩm thực đường phố có thể tác động trực tiếp đến mức độ hài lòng và ý định quay trở lại [9]. Khi du khách cảm nhận được tính chân thực và sự khác biệt của trải nghiệm ẩm thực, họ thường có xu hướng đánh giá cao điểm đến và sẵn sàng giới thiệu cho người khác. Đây chính là cơ chế rất quan trọng giúp ẩm thực đường phố trở thành một yếu tố thu hút khách du lịch quốc tế [10].

Trên thực tế, vai trò này ngày càng được khẳng định thông qua nhiều dẫn chứng cụ thể. Năm 2025, Hà Nội được tạp chí quốc tế Time Out (Vương quốc Anh) xếp hạng là một trong những thành phố có ẩm thực đường phố hấp dẫn nhất Châu Á, qua đó góp phần nâng cao hình ảnh của Thủ đô trên bản đồ du lịch ẩm thực khu vực. Bên cạnh đó, việc một số tri thức và thực hành ẩm thực truyền thống như nghề làm bánh cuốn Thanh Trì, chế biến và thưởng thức chả cá Lã Vọng hay tri thức nấu cỗ Bát Tràng được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cũng cho thấy giá trị văn hóa và sức hấp dẫn lâu dài của ẩm thực Hà Nội trong phát triển du lịch.

Ngoài ra, ẩm thực đường phố Hà Nội còn thu hút sự quan tâm của nhiều nhân vật chính trị và truyền thông quốc tế. Những hình ảnh mang tính biểu tượng như việc cựu Tổng thống Hoa Kỳ Barack Obama thưởng thức bún chả tại Hà Nội (năm 2016), hình ảnh Thủ tướng Belarus Roman Golovchenko cùng Thủ tướng Phạm Minh Chính thưởng thức bánh mì, cà phê Việt Nam tại Hà Nội (năm 2023), Tổng thống Hàn Quốc Lee Jae Myung cùng Phu nhân Kim Hae Kyung dạo chơi và thưởng thức ẩm thực đường phố tại phố cổ Hà Nội (tháng 4/2026 vừa qua), hay các hoạt động trải nghiệm ẩm thực của các lãnh đạo cấp cao trong những năm gần đây đã góp phần lan tỏa mạnh mẽ hình ảnh ẩm thực Hà Nội

trên các phương tiện truyền thông quốc tế. Những sự kiện này không chỉ mang ý nghĩa ngoại giao mà còn đóng vai trò như một kênh quảng bá hiệu quả, góp phần nâng cao nhận diện điểm đến trong mắt du khách quốc tế.

Bên cạnh đó, việc phát triển các sản phẩm du lịch gắn với ẩm thực đường phố như xây dựng tour ẩm thực, sự kiện văn hóa - ẩm thực và hoạt động quảng bá chuyên đề đã góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch của Thủ đô. Những hoạt động này không chỉ nâng cao giá trị khai thác của ẩm thực mà còn mở rộng khả năng tiếp cận của du khách quốc tế đối với văn hóa ẩm thực địa phương, qua đó gia tăng sức hấp dẫn của điểm đến.

Như vậy, có thể thấy rằng ẩm thực đường phố Hà Nội không chỉ là một thành phần của sản phẩm du lịch mà còn là một động lực quan trọng trong việc thu hút khách du lịch quốc tế. Thông qua việc tạo ra trải nghiệm mang tính xác thực, tác động đến hành vi du khách và được củng cố bởi các yếu tố thực tiễn như truyền thông quốc tế và công nhận văn hóa, ẩm thực đường phố đã góp phần gia tăng sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của du lịch Hà Nội trong bối cảnh hội nhập.

2.4. Giải pháp phát triển du lịch ẩm thực đường phố Hà Nội

Từ các phân tích về đặc trưng, giá trị trải nghiệm và vai trò của ẩm thực đường phố Hà Nội trong việc thu hút khách du lịch quốc tế, có thể thấy rằng loại hình này không chỉ mang ý nghĩa văn hóa mà còn là một nguồn tài nguyên quan trọng trong phát triển du lịch. Tuy nhiên, để khai thác hiệu quả và bền vững giá trị của ẩm thực đường phố, cần có những định hướng và giải pháp phù hợp từ góc độ quản lý và phát triển du lịch.

- Phát triển sản phẩm du lịch ẩm thực mang tính đặc trưng

Một trong những định hướng quan trọng là cần phải xây dựng và phát triển các sản phẩm du lịch ẩm thực có tính đặc trưng và khác biệt. Trong đó, các tour du lịch ẩm thực (food tour) cần được tổ chức theo hướng chuyên nghiệp, có nội dung rõ ràng và gắn với các không gian văn hóa cụ thể như khu phố cổ, các tuyến phố ẩm thực hoặc làng nghề truyền thống. Việc thiết kế các tuyến trải nghiệm kết hợp giữa thưởng thức món ăn, tìm hiểu quy trình chế biến và giao lưu với người dân địa phương sẽ góp phần nâng cao giá trị trải nghiệm của du khách.

Bên cạnh đó, việc phát triển các không gian ẩm thực chuyên biệt như phố ẩm thực đêm, chợ ẩm thực hoặc các khu trải nghiệm ẩm thực theo chủ đề cũng là hướng đi cần thiết nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch và kéo dài thời gian lưu trú của du khách.

- Tăng cường quản lý và quy hoạch hoạt động ẩm thực đường phố

Để đảm bảo phát triển du lịch theo hướng bền vững, hoạt động ẩm thực đường phố cần được quản lý và quy hoạch một cách đồng bộ. Trước hết, cần xây dựng bộ tiêu chí đối với các cơ sở kinh doanh ẩm thực đường phố, bao gồm các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, chất lượng dịch vụ và bảo vệ môi trường. Việc chuẩn hóa các tiêu chí này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách mà còn tạo điều kiện để xây dựng hình ảnh điểm đến chuyên nghiệp và đáng tin cậy.

Ngoài ra, cần quy hoạch không gian kinh doanh ẩm thực theo hướng hợp lý, tránh tình trạng lấn chiếm vỉa hè hoặc gây mất mỹ quan đô thị. Việc bố trí các khu vực ẩm thực tập trung, kết hợp với hệ thống hạ tầng hỗ trợ phù hợp sẽ góp phần nâng cao hiệu quả quản lý và tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tiếp cận.

- Đẩy mạnh xây dựng thương hiệu và quảng bá ẩm thực Hà Nội

Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các điểm đến ngày càng gia tăng, việc xây dựng thương hiệu ẩm thực đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao sức hấp dẫn của du lịch Hà Nội. Cần tận dụng các lợi thế sẵn có như sự đa dạng món ăn, tính xác thực của trải nghiệm và sự công nhận từ truyền thông quốc tế để xây dựng hình ảnh Hà Nội như một điểm đến ẩm thực đặc sắc.

Bên cạnh đó, việc đẩy mạnh hoạt động quảng bá trên các kênh truyền thông quốc tế, nền tảng số và thông qua các sự kiện văn hóa – ẩm thực sẽ góp phần nâng cao nhận diện điểm đến. Đồng thời, việc xây dựng các công cụ hỗ trợ như bản đồ ẩm thực, ứng dụng du lịch hoặc hệ thống thông tin hướng dẫn sẽ giúp du khách dễ dàng tiếp cận và trải nghiệm ẩm thực địa phương.

- Gắn phát triển ẩm thực đường phố với mục tiêu du lịch bền vững

Phát triển ẩm thực đường phố cần được đặt trong mối quan hệ với các mục tiêu phát triển bền vững của du lịch. Về mặt kinh tế, hoạt động này góp phần tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho cộng đồng địa phương, đặc biệt là khu vực kinh tế phi chính thức. Về mặt văn hóa, việc bảo tồn và phát huy các giá trị ẩm thực truyền thống giúp duy trì bản sắc địa phương trong bối cảnh toàn cầu hóa. Về mặt xã hội, ẩm thực đường phố tạo ra không gian giao lưu văn hóa giữa người dân và du khách, góp phần tăng cường sự hiểu biết và kết nối giữa các nền văn hóa.

Do đó, cần có các chính sách hỗ trợ nhằm bảo tồn các giá trị ẩm thực truyền thống, đồng thời khuyến khích sự tham gia của cộng đồng địa phương trong hoạt động du lịch. Việc kết hợp giữa bảo tồn và khai thác hợp lý sẽ giúp ẩm thực đường phố trở thành một nguồn lực quan trọng trong phát triển du lịch bền vững tại Hà Nội.

3. KẾT LUẬN

Trong bối cảnh du lịch trải nghiệm và du lịch văn hóa ngày càng phát triển, ẩm thực đường phố đang trở thành một yếu tố quan trọng góp phần nâng cao sức hấp dẫn của các điểm đến đô thị. Đối với Hà Nội, ẩm thực đường phố không chỉ phản ánh bản sắc văn hóa của Thủ đô mà còn đóng vai trò như một nguồn tài nguyên du lịch có giá trị, góp phần tạo nên những trải nghiệm đặc trưng cho du khách quốc tế.

Kết quả nghiên cứu cho thấy ẩm thực đường phố Hà Nội sở hữu nhiều đặc trưng nổi bật như sự đa dạng về món ăn, không gian ẩm thực mang tính bản địa và sự gắn bó mật thiết với đời sống sinh hoạt của cư dân đô thị. Những yếu tố này không chỉ tạo nên giá trị trải nghiệm mang tính xác thực mà còn tác động tích cực đến mức độ hài lòng, ý định

quay lại và hành vi truyền miệng của du khách. Qua đó, ẩm thực đường phố trở thành một trong những động lực quan trọng trong việc thu hút khách du lịch quốc tế và nâng cao hình ảnh điểm đến.

Bên cạnh những giá trị tích cực, việc khai thác ẩm thực đường phố trong phát triển du lịch Hà Nội vẫn còn đối mặt với một số thách thức liên quan đến công tác quản lý, chất lượng dịch vụ và tính bền vững trong khai thác. Điều này cho thấy nhu cầu cần thiết phải có những giải pháp đồng bộ nhằm nâng cao hiệu quả quản lý, cải thiện chất lượng trải nghiệm và bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống.

Từ góc độ thực tiễn, nghiên cứu nhấn mạnh rằng việc phát triển du lịch ẩm thực không chỉ phụ thuộc vào sự phong phú của món ăn mà còn gắn liền với tổ chức không gian trải nghiệm, sự tham gia của cộng đồng và hoạt động quảng bá điểm đến. Việc kết hợp hài hòa giữa khai thác và bảo tồn sẽ là yếu tố then chốt giúp ẩm thực đường phố Hà Nội phát huy hiệu quả vai trò trong phát triển du lịch theo hướng bền vững.

Bài viết góp phần làm rõ hơn về vai trò của ẩm thực đường phố như một thành phần quan trọng trong cấu trúc trải nghiệm du lịch và là một dạng tài nguyên du lịch văn hóa trong bối cảnh đô thị. Đồng thời, nghiên cứu cũng gợi mở hướng tiếp cận cho các nghiên cứu tiếp theo thông qua việc kết hợp các phương pháp định lượng hoặc khảo sát du khách nhằm đánh giá sâu hơn tác động của ẩm thực đối với hành vi và trải nghiệm du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cohen, E., & Avieli, N. (2004), *Food in tourism: Attraction and impediment*, *Annals of Tourism Research*, 31(4), pp.755-778.
2. Đặng Thị Phương Anh, Đỗ Diệu Linh (2025), *Phát triển sản phẩm du lịch ẩm thực trên thế giới: Bài học kinh nghiệm cho Thủ đô Hà Nội*, *Tạp chí nghiên cứu Văn hoá*, số 4 (54), tr.58-68.
3. Everett, S., & Aitchison, C. (2008), *The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall, South West England*, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), pp. 150-167.
4. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003), *Food tourism around the world: Development, management and markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
5. Henderson, J. C. (2019), *Street food and tourism: A Southeast Asian perspective*, in Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (eds.), *Food Tourism in Asia*, Springer, Singapore, pp. 45-57.
6. Long, L. M. (2004), *Culinary tourism*, University Press of Kentucky, Lexington.
7. Phạm Thu Huyền (2023), *Một số giải pháp phát triển ẩm thực cho ngành du lịch Việt Nam vươn tầm quốc tế*, *Tạp chí Công thương*, số 3, tháng 2/2023, tr.333-337.

8. Phan Huy Xu, Trần Minh Tâm (2017), *Phát triển du lịch ẩm thực tại thành phố Hồ Chí Minh*, Tạp chí khoa học đại học Văn Lang, số 3-2017, tr.78-85.
9. Quan, S., & Wang, N. (2004), *Towards a structural model of the tourist experience*, *Tourism Management*, 25(3), pp.297-305.
10. Richards, G. (2015), *Evolving gastronomic experiences: From food to food tourism*, *Journal of Gastronomy and Tourism*, 1(1), pp.1-7.

HANOI STREET FOOD: A DRIVING FORCE FOR INTERNATIONAL TOURISTS AND SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

Nguyen Phuong Thao, Tran Le Khanh, Trinh Dang Khoa

Abstract: *Street food is becoming an important factor contributing to enhancing the experience and attractiveness of destinations. This study analyzes the role of Hanoi street food research in attracting international tourists and developing sustainable tourism. The article systematically discusses the theoretical basis of culinary tourism, clarifying the specific experiences and value of street food in Hanoi. The research findings revealed that factors contributing to increased tourist satisfaction and the intention to return to a destination depend on the diversity of food, the authentic atmosphere of the dining experience, and the genuineness of the experience. The study also proposes solutions aimed at effectively leveraging the value of street food to contribute to the sustainable development of Hanoi tourism.*

Keywords: *Street food, tourism experience, culinary tourism, international tourists, sustainable tourism, Hanoi.*

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 20-02-2026; ngày phản biện đánh giá: 06-3-2026; ngày chấp nhận đăng: 24-3-2026)