



HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA "DU LỊCH VÀ ẨM THỰC"

HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA "DU LỊCH VÀ ẨM THỰC"



TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HIẾN
Thành Nhân trước thành Danh

● info@vhu.edu.vn ● 18001568

Harmony Campus: 624 Âu Cơ, Phường 10, Quận Tân Bình, TP. HCM
HungHau Campus: Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Khu đô thị Nam Thành phố, TP. HCM
Heart Campus: 736 - 738 - 740 Điện Biên Phủ, Phường 10, Quận 10, TP. HCM
myU Campus: 665 - 667 - 669 Điện Biên Phủ, Phường 1, Quận 3, TP. HCM

ISBN: 978-604-346-380-4



SÁCH KHÔNG BÁN



NHÀ XUẤT BẢN KINH TẾ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU

SUSTAINABLE FOOD TOURISM: A REVIEW OF APPROACHES AND BENEFITS

Trần Thị Bích Duyên..... 1

DU LỊCH ẨM THỰC VÀ NHỮNG XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN Ở VIỆT NAM

Nguyễn Văn Vĩnh..... 12

SỰ KẾT HỢP HIỆU QUẢ GIỮA DỊCH VỤ DU LỊCH ẨM THỰC VÀ NGÀNH NÔNG NGHIỆP

Nguyễn Văn Đông..... 21

ĐÓNG GÓP CỦA DU LỊCH ẨM THỰC ĐẾN GIAO LƯU VĂN HÓA ĐỊA PHƯƠNG

Huyền Thị Mai Trinh, Trần Đình Huy..... 40

SỨC MẠNH TỔNG HỢP CỦA DU LỊCH ẨM THỰC: CÔNG THỨC MỚI ĐỂ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Ngọc Bảo..... 52

PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC Ở TỈNH TIỀN GIANG - TIẾP CẬN TỪ CÂU CHUYỆN ẨM THỰC

Đỗ Lê Phúc Hưng Thịnh, Sui Nghiệp Phát..... 67

QUẢNG BÁ DU LỊCH ẨM THỰC TIỀN GIANG - NHÌN TỪ GÓC ĐỘ TRUYỀN THÔNG MỚI

Đoàn Nguyễn Thùy Trang..... 89

THE IMPACTS OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS ON GENERATION Z'S TRAVEL DECISION-MAKING

Phạm Công Danh..... 98



KHAI THÁC YẾU TỐ ÁNH SÁNG TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Nguyễn Thị Dung.....115

KHAI THÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC ĐIỂM ĐẾN TÂY SÔNG HẬU TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH ẨM THỰC

Trần Trọng Lễ..... 129

VAI TRÒ CỦA HOẠT ĐỘNG VẬN CHUYỂN NHƯ GHE THUYỀN ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ MỸ THO, TỈNH TIỀN GIANG

Nguyễn Anh Phúc, Huỳnh Thị Ngọc Quý 143

LIÊN KẾT THỰC PHẨM VÀ DU LỊCH: NGHIÊN CỨU VỀ HỦ TIẾU MỸ THO, TỈNH TIỀN GIANG

Phạm Trịnh Hồng Phi..... 150

PHÁT TRIỂN DU LỊCH BỀN VỮNG TẠI THÁI LAN VÀ KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

Trần Thị Hòa 163

EXPLOITING THE CULINARY CULTURAL VALUE OF THE ISLAM CHAM PEOPLE IN TOURISM DEVELOPMENT IN AN GIANG PROVINCE

Nguyen Luu Diem Phuc, Ngo An..... 173

KHAI THÁC TIỀM NĂNG ẨM THỰC HALAL NHẪM LÀM PHONG PHÚ SẢN PHẨM DU LỊCH TỈNH TIỀN GIANG

Nguyễn Phùng Thu Trinh..... 192

KHAI THÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC CHAY PHỤC VỤ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Phúc Hùng, Vũ Phương Linh 206

XU HƯỚNG VỀ DU LỊCH ẨM THỰC TRONG CHUYỂN ĐỔI CÔNG NGHỆ

Phạm Trịnh Hồng Phi 220



**ẨM THỰC CHAY TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH Ở TỈNH
TÂY NINH**

Du Quốc Đạo..... 237

MỠ QUẢNG: ĐẶC SẢN TÌNH NGƯỜI XỨ QUẢNG

Nguyễn Việt Tú..... 246

**BANH MI IN THE SPOTLIGHT: A CASE STUDY OF STREET
FOOD COMPETITION IN HO CHI MINH CITY**

Trần Trọng Thành..... 259

BANH MI AND INTERNATIONAL TOURISM ACTIVITIES

*Minh Trung VO, Bao Trung DUONG,
Vuong Hoai Thao NGUYEN, Thi Lan Chi NGUYEN*..... 275

**XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU SẢN
PHẨM CHẾ BIẾN TỪ GẠO Ở LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG
SẢN XUẤT BỘT GẠO SA ĐÉC, TỈNH ĐỒNG THÁP**

*Trần Ái Tiên, Nguyễn Minh Triết,
Nguyễn Thị Kiều Oanh, Hồ Ngọc Các* 287

**PHÁP LUẬT VỀ QUẢNG CÁO CÁC SẢN PHẨM ẨM THỰC
TỪ GẠO THEO TIÊU CHUẨN QUỐC TẾ VÀ GỢI Ý CHO
VIỆT NAM**

Nguyễn Thuận An, Phạm Hoàng Phúc..... 306



KHAI THÁC GIÁ TRỊ VĂN HÓA ẨM THỰC CHAY PHỤC VỤ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Phúc Hùng¹, Vũ Phương Linh²

Tóm tắt

Việc khai thác giá trị văn hoá ẩm thực chay trong hoạt động du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh và đề xuất những giải pháp nhằm góp phần thúc đẩy phát triển du lịch ẩm thực chay là vấn đề có ý nghĩa thiết thực và cấp bách. Cơ hội phát triển ngành kinh doanh ẩm thực, đặc biệt tiềm năng của ẩm thực chay là hết sức khả quan. Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với những lý luận cơ bản tập trung đánh giá thực trạng phát triển ẩm thực chay tại Thành phố Hồ Chí Minh thông qua khảo sát ý kiến của khách du lịch nhằm đề xuất những kiến nghị nhằm góp phần thúc đẩy phát triển du lịch ẩm thực trên địa bàn trong thời gian tới đồng thời tổ chức kinh doanh ẩm thực chay một cách có kế hoạch và hiệu quả. Kết quả nghiên cứu này góp phần tạo ra những cơ hội mới để huy động rộng rãi nguồn lực nhằm khai thác giá trị văn hoá ẩm thực chay trong quá trình hội nhập, giao lưu văn hóa quốc tế.

Từ khóa: *ẩm thực chay, khai thác, giao lưu văn hoá, giá trị văn hóa, Thành phố Hồ Chí Minh*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ẩm thực chay hiện nay đang trở thành xu hướng ẩm thực được ưa chuộng trên thế giới. Với xuất phát từ nguồn gốc Phật giáo ở Ấn Độ và Trung Quốc, ẩm thực chay tôn trọng và bảo vệ sự sống của muôn loài. Ẩm thực chay trở thành nét đẹp trong văn hóa ẩm thực của người dân Việt Nam với nếp sống văn hóa ảnh hưởng của Phật giáo, người Việt Nam ăn chay theo quan niệm từ bi của Phật giáo. Trong bối cảnh sự phát triển nhanh chóng của ngành du lịch và sự tăng cường nhận thức về ý nghĩa của ẩm thực

¹ Khoa Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn, Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh. E-mail: hungnp@dhv.edu.vn

² Khoa Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn, Trường Đại học Hùng Vương Thành phố Hồ Chí Minh. E-mail: linhvp@dhv.edu.vn



địa phương, việc khai thác giá trị văn hóa ẩm thực chay trong hoạt động du lịch tại Việt Nam đã trở thành một chủ đề đáng quan tâm.

Thành phố Hồ Chí Minh được biết đến là một điểm đến du lịch nổi tiếng với bức tranh đa dạng về văn hóa và ẩm thực. Theo Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh (2024), trong năm 2023 ngành du lịch thành phố đã thu hút gần 40 triệu lượt khách, trong đó đã đón gần 5 triệu lượt khách quốc tế và gần 35 triệu lượt khách nội địa, mang lại tổng doanh thu đạt mức kỷ lục ước lượng 160.000 tỷ đồng. Dựa trên thành công của năm 2023, thành phố đặt mục tiêu năm 2024 đón khoảng 44 triệu lượt khách, bao gồm 6 triệu lượt khách quốc tế và 38 triệu lượt khách nội địa, với tổng doanh thu dự kiến đạt 190.000 tỷ đồng. Thành phố Hồ Chí Minh đang nỗ lực phát triển du lịch ẩm thực như một phần quan trọng của chiến lược thu hút du khách. Ngày nay do nhu cầu cuộc sống của con người được nâng cao, vấn đề sức khỏe luôn được đặt lên hàng đầu thì ẩm thực chay ở Thành phố Hồ Chí Minh đang ngày càng mở rộng, được mọi người đón nhận ngày càng nhiều và trở thành nét văn hóa ẩm thực của thành phố. Sự phát triển này phản ánh xu hướng ngày càng tăng về việc lựa chọn chế độ ăn chay trong cộng đồng. Ước tính khoảng 10% dân số Việt Nam thường xuyên ăn chay, và con số này dự kiến sẽ tiếp tục tăng do nhận thức về lợi ích sức khỏe và môi trường ngày càng được nâng cao. Với bề dày lịch sử và truyền thống văn hóa, Thành phố Hồ Chí Minh có rất nhiều tiềm năng để phát triển ẩm thực chay, mang lại cơ hội cho du khách khám phá và trải nghiệm sự đặc biệt của ẩm thực, thu hút không chỉ người dân địa phương mà còn cả du khách trong và ngoài nước.

Hiện nay, ẩm thực chay không chỉ phổ biến trong các cộng đồng tôn giáo mà còn lan rộng trong xã hội hiện đại. Các nhà hàng chay xuất hiện ngày càng nhiều, với nhiều sáng tạo trong chế biến, tạo ra các món ăn không chỉ ngon miệng mà còn bắt mắt. Với sự lựa chọn đa dạng từ những quán cơm chay bình dân, đến những nhà hàng chay sang trọng với không gian nhẹ nhàng, thanh tịnh khiến du khách được tận hưởng trọn vẹn nền ẩm thực đặc sắc trong tứ xứ ẩm thực được du nhập tại Thành phố Hồ Chí Minh. Khám phá ẩm thực chay không chỉ là việc thưởng thức những món ăn ngon mà còn là cơ hội để hiểu rõ hơn về cách sống, tín ngưỡng và giá trị của cộng đồng. Các món ăn chay truyền thống không chỉ là sự kết hợp hài hòa giữa nguyên liệu địa phương mà còn là biểu tượng của sự kính trọng và tôn vinh đối với tự nhiên và cuộc sống. Đồng thời, việc phát triển hoạt động du lịch liên quan đến ẩm thực chay cũng mang lại những lợi ích kinh tế và xã hội đáng kể. Các doanh nghiệp du lịch và nhà hàng chay có thể tận dụng tiềm năng của địa phương để phát triển sản phẩm và dịch vụ mới, từ các tour du



lich chuyên biệt đến các khóa học nấu ăn trải nghiệm. Điều này không chỉ tạo ra cơ hội việc làm và tăng thu nhập cho người dân địa phương mà còn thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch.

Thực tế cho thấy ẩm thực chay Thành phố Hồ Chí Minh có nhiều lợi thế để phát triển, tuy nhiên cũng có hạn chế về một số mặt như các món ăn chỉ được đưa vào thực đơn chứ chưa chú trọng đến giá trị văn hóa của nó, một số nhà hàng ẩm thực chay với không gian nhỏ chưa phù hợp với khách du lịch, đặc biệt là các đoàn khách đông người. Với mong muốn giới thiệu một phần di sản văn hóa ẩm thực đặc sắc đó của thành phố Hồ Chí Minh đến với du khách, nhóm tác giả lựa chọn chủ đề nghiên cứu “Khai thác giá trị văn hóa ẩm thực chay phục vụ hoạt động du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh”.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Những vấn đề cơ bản về văn hoá và văn hoá ẩm thực

Có nhiều định nghĩa khác nhau về văn hóa, mỗi định nghĩa phản ánh một cách nhìn nhận và đánh giá khác nhau của các tác giả. Theo UNESCO (2023) “*Văn hóa là một tập hợp những đặc trưng về tâm hồn, vật chất, tri thức và xúc cảm của một xã hội hay một nhóm người, bao gồm văn học, nghệ thuật, lối sống, hệ thống giá trị, truyền thống và tín ngưỡng*”. UNESCO Courier (2022) nhấn mạnh vai trò của văn hóa trong sự phát triển bền vững, hòa bình và ổn định, và như một lực lượng cho sự kiên cường và phát triển bền vững. Mặc dù có cách tiếp cận khác nhau, nhưng các định nghĩa này có điểm chung là cùng chỉ rõ rằng văn hóa là tất cả những giá trị vật thể do con người sáng tạo trên nền của thế giới tự nhiên mang lại tính vật chất thuần túy và được phát triển trong quan hệ qua lại giữa con người và xã hội.

Theo Khoản 17, Điều 3, Chương I - Luật Du lịch Việt Nam năm 2017: “*Du lịch văn hóa là loại hình du lịch được phát triển trên cơ sở khai thác giá trị văn hóa, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, tôn vinh giá trị văn hóa mới của nhân loại*”. Du lịch văn hóa ẩm thực là loại hình du lịch nhằm giúp cho du khách tìm hiểu những nét văn hóa, lối ăn uống, cách ăn uống, hay cách ứng xử về ẩm thực tùy theo môi trường sống. Du lịch văn hóa ẩm thực nằm trong du lịch văn hóa nên cũng giống như du lịch văn hóa, cũng phải dựa trên những gì là giá trị văn hoá truyền thống của điểm đến du lịch để phát triển (Trương Thị Lan Hương & cộng sự, 2022).

Tóm lại, có thể hiểu du lịch văn hóa ẩm thực là một loại hình du lịch với mục đích tìm hiểu văn hóa ẩm thực của điểm đến. Các giá trị văn hóa



được thể hiện trong cách chế biến hay cách thức ăn uống theo đúng kiểu của người dân bản địa. Bên cạnh đó, giá trị văn hóa còn thể hiện ở không gian kiến trúc, cách bài trí của nhà hàng, quán ăn, cung cách phục vụ, trang phục của nhân viên hay chính ở lối sống của người dân vùng đó. Chính vì vậy, du lịch văn hóa ẩm thực là loại hình du lịch văn hóa độc đáo làm cho khách du lịch có thể hiểu biết được nền văn hóa của một quốc gia hay vùng lãnh thổ, một tộc người.

2.2. Ẩm thực chay trong đời sống xã hội và sự phát triển của du lịch

Khái niệm “ẩm thực chay” thường được hiểu là phong cách ăn uống mà không sử dụng thịt hoặc các sản phẩm từ động vật, bao gồm cả thịt gia cầm, hải sản, và các loại sản phẩm từ sữa và trứng. Thay vào đó, ẩm thực chay tập trung vào việc sử dụng các nguồn thực phẩm từ thực vật như rau củ, quả, đậu, hạt và các loại thực phẩm chay khác.

Hiện nay, nhu cầu ăn uống của con người đang có xu hướng thiên về những món ăn đảm bảo sức khỏe với chế độ dinh dưỡng chú trọng dưỡng sinh và điều hòa cơ thể bằng các loại thảo mộc thông qua ẩm thực. Trong đời sống xã hội hiện đại, ẩm thực chay đang ngày càng trở thành một phần không thể thiếu và có sức ảnh hưởng lớn đến cả xã hội và ngành du lịch. Việc thực hiện và phát triển các hoạt động liên quan đến ẩm thực chay không chỉ đem lại những lợi ích về sức khỏe mà còn mang lại nhiều giá trị văn hóa và xã hội đặc biệt (Thi, 2018).

Tóm lại, ẩm thực chay không chỉ là một phần của đời sống hàng ngày mà còn là một yếu tố quan trọng trong việc xây dựng và phát triển đời sống xã hội và ngành du lịch. Việc khai thác và phát triển nguồn lực này có thể mang lại nhiều lợi ích kinh tế, xã hội và văn hóa cho cộng đồng.

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị văn hoá ẩm thực chay trong phát triển du lịch

Hiện nay, ẩm thực chay kết hợp với một số loại hình du lịch khác tạo nên sự đa dạng trong sản phẩm du lịch. Khách du lịch có thể lựa chọn cho mình một số chương trình tour phù hợp với nhu cầu của bản thân để thưởng thức những món ăn chay như ẩm thực chay với du lịch hành hương, ẩm thực chay với du lịch thiền, du lịch tâm linh. Đây là những loại hình du lịch đặc thù nhằm củng cố giá trị tâm linh, giải tỏa những muộn phiền trong cuộc sống cho các tín đồ của các tôn giáo. Theo đó, Nguyễn Nhật Huyền (2018) chỉ ra rằng có các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển ẩm thực chay nhằm thúc đẩy kinh doanh du lịch như:



Nhóm các yếu tố liên quan đến chính sách phát triển, công tác quản lý tổ chức khai thác giá trị văn hoá ẩm thực chay: Sự hỗ trợ từ phía chính phủ địa phương và các tổ chức liên quan có thể đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển ẩm thực chay trong du lịch. Chính sách về bảo tồn và phát triển văn hóa, giáo dục du lịch bền vững và hỗ trợ cho các doanh nghiệp địa phương có thể tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của ngành du lịch ẩm thực chay.

Nhóm các yếu tố liên quan đến du khách: Những vấn đề liên quan đến du khách cũng mang những ảnh hưởng đến sự phát triển ẩm thực chay. Một số yếu tố có thể như đặc điểm (giới tính, tuổi tác, quốc tịch), xu hướng, nhu cầu của du khách, mục đích,...

Nhóm các yếu tố về cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch: Sự quy hoạch hợp lý và tính hiện đại của hệ thống cơ sở hạ tầng xã hội ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp cận của khách du lịch, chất lượng của sản phẩm, vệ sinh an toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch giữ vai trò quan trọng trong quá trình sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm du lịch. Chính vì vậy sự phát triển của ngành du lịch nói chung và các doanh nghiệp du lịch - nhà hàng - khách sạn nói riêng bao giờ cũng gắn liền với việc xây dựng và hoàn thiện cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật.

Nhóm các yếu tố về nguồn nhân lực: nhân tố con người đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ và ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của khách hàng trong quá trình sử dụng sản phẩm du lịch.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính cụ thể tiên hành khảo sát thực địa thông qua quan sát thực tế tại một số nhà hàng chay tại Thành phố Hồ Chí Minh nhằm thu thập các thông tin có liên quan và có điều kiện kiểm chứng những thông tin đã thu thập được. Từ đó có cái nhìn toàn diện, chi tiết để đưa ra một số nhận định và đề xuất giải pháp khai thác hiệu quả ẩm thực chay trong phục vụ hoạt động du lịch.

Ngoài ra, nghiên cứu còn thu thập thông tin bằng cách sử dụng bảng câu hỏi khảo sát với khách thể là những khách du lịch có sử dụng ẩm thực chay tại một số nhà hàng chay tại Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh; số phiếu phát ra 100, trong đó thu về 80 phiếu hợp lệ, sau đó tiến hành phân tích kết quả điều tra.

Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng phương pháp nghiên cứu tổng hợp



và phân tích tài liệu nhằm tìm hiểu nguồn gốc thông tin phong phú chính xác và rõ ràng từ những nguồn liệu có sẵn: các sách, báo, tạp chí... có liên quan, các thông tin cập nhật từ Internet, các tài liệu số liệu từ chính quyền địa phương.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Tiềm năng văn hoá ẩm thực chay tại Thành phố Hồ Chí Minh

Hiện nay, Thành phố Hồ Chí Minh có rất nhiều nhà hàng, quán ăn kinh doanh ẩm thực chay. Ở mỗi quận trong thành phố, mọi người đều có thể dễ dàng tìm đến thưởng thức ẩm thực chay từ bình dân đến sang trọng. Đối tượng chính sử dụng ẩm thực chay là người dân thành phố, khách đến từ các vùng miền trong nước và khách đến từ các nước như Trung Quốc, Mỹ, Ấn Độ, Nhật Bản,... Nhìn chung, những nhà hàng chay, quán ăn chay ở Thành phố Hồ Chí Minh đều là của tư nhân và những chủ nhà hàng cũng như nhân viên phục vụ thì hầu hết là những người ở vùng miền khác đến Thành phố Hồ Chí Minh để kinh doanh, mang hương vị sở thích cá nhân, hoặc theo tín ngưỡng Phật giáo, hướng đến lối ăn thuần thực vật, có giá trị dinh dưỡng cho sức khỏe và lan truyền tinh thần ăn uống lành mạnh đến với nhiều người hơn. Qua khảo sát và trải nghiệm, nhóm tác giả nhận thấy mỗi nhà hàng đều có sự thu hút riêng và những món ăn đặc trưng tạo nên bức tranh ẩm thực chay, đa dạng, không trùng lặp những món ăn, những bữa tiệc buffet bắt mắt, hấp dẫn giúp thu hút người dân bản địa và cả khách du lịch. Một số nhà hàng với các món chay sang trọng mang hương vị độc đáo, hình thức trình bày được trau chuốt cùng vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm được đảm bảo cao. Vào những ngày mùng 1 hoặc 15 hàng tháng, thực khách được thưởng thức các buổi tiệc buffet chay đa dạng với hơn 100 món chay, có thể kể đến các nhà hàng tiêu biểu của Thành phố Hồ Chí Minh như: Nhà hàng chay Vĩnh Nghiêm, nhà hàng chay Hoa Đăng Loving Hut, nhà hàng Chay Hum Vegetarian, nhà hàng chay Tịnh Tâm Trai Hotpot, nhà hàng chay Sen, nhà hàng Buddha Chay, nhà hàng chay Garden,...

4.2. Thực trạng chính sách hỗ trợ và quản lý tại Thành phố Hồ Chí Minh

Thành phố Hồ Chí Minh là một trung tâm lớn về ẩm thực và du lịch, với nhiều sự kiện và hoạt động đa dạng liên quan đến du lịch ẩm thực như Diễn đàn Ẩm thực Việt Nam tập trung vào chủ đề “Kinh tế đêm và ẩm thực phát triển” năm 2023; các chương trình kích cầu du lịch trong Ngày hội Du lịch bao gồm các tour ẩm thực độc đáo, khám phá ẩm thực dân gian, và các



lớp học nấu ăn tại nhà hàng được chọn bởi Michelin; Lễ hội ẩm thực đường phố Thành phố Hồ Chí Minh giới thiệu các món ăn đường phố đặc trưng của Việt Nam và nhiều quốc gia khác; Lễ hội bánh dân gian Nam Bộ,... Việc tổ chức các chương trình sự kiện liên quan tới ẩm thực chay đã và đang được chú trọng. Có thể kể đến một số chương trình và sự kiện nổi bật như: Ngày hội ẩm thực chay; Lễ hội ẩm thực chay quốc tế; Liên hoan ẩm thực chay Thành phố Hồ Chí Minh; Hội chợ ẩm thực chay tại các chùa; Chương trình “Ngày không thịt”; Tour ẩm thực chay; Các buổi workshop nấu ăn chay,... Những chương trình và hoạt động này không chỉ giúp quảng bá ẩm thực chay mà còn tạo cơ hội cho mọi người tìm hiểu và trải nghiệm lối sống ăn chay, góp phần bảo vệ sức khỏe và môi trường.

Để tìm hiểu mức độ thu hút khách du lịch đối với các sự kiện chương trình về ẩm thực chay tại Thành phố Hồ Chí Minh và mức độ tham gia của khách du lịch, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát mức độ tham gia thường xuyên của khách hàng vào các sự kiện, lễ hội liên quan tới văn hóa ẩm thực chay tại Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả khảo sát chỉ ra khoảng 32% khách du lịch đã từng tham gia, hầu hết là người dân địa phương, thực khách phương Tây và 68% khách du lịch chưa từng tham gia cho thấy các chương trình, sự kiện về văn hóa ẩm thực chay chưa nhận được sự quan tâm của khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch nội địa. Các chương trình sự kiện về văn hóa ẩm thực chay tại Thành phố Hồ Chí Minh phổ biến chưa rộng rãi hoặc thời gian tổ chức không thuận tiện cho khách du lịch tham gia, chưa có các sự kiện phục vụ du lịch thành phố một cách mạnh mẽ và thường niên. Chính vì thế khi được hỏi về nguồn tin để khách tiếp cận với ẩm thực chay Thành phố Hồ Chí Minh, phần lớn khách du lịch trả lời là tự tìm qua Internet để đến nơi cung cấp món chay và thưởng thức. Thông thường thì chỉ có những sự kiện lễ hội liên quan đến Phật giáo được tổ chức quy mô nhỏ, thu hút chủ yếu người dân địa phương.

4.3. Thực trạng du khách và tình hình hoạt động kinh doanh của các nhà hàng chay tại Thành phố Hồ Chí Minh

Theo Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh (2024), năm 2023, thành phố tiếp tục là đơn vị dẫn đầu cả nước về tỷ lệ khách, doanh thu và đóng góp cho ngành du lịch Việt Nam với gần 5 triệu lượt khách quốc tế và gần 35 triệu lượt khách nội địa (Bảng 1), tổng thu du lịch trên 160.000 tỷ đồng, định vị thương hiệu du lịch ngày càng được khẳng định trên phạm vi quốc tế, được vinh danh là “Điểm đến du lịch kinh doanh hàng đầu châu Á” và “Điểm đến Lễ hội & Sự kiện hàng đầu châu Á”, nằm trong top 100 điểm



đến du lịch được yêu thích nhất năm 2023.

Bảng 1. Lượng khách du lịch đến Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2020-2023

Năm	Tổng số khách du lịch		Khách nội địa		Khách quốc tế	
	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước (%)	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước (%)	Số lượng	Tỷ lệ tăng so với năm trước (%)
2020	17.182.750	-58,5%	15.879.000	-51,5%	1.303.750	-84,9%
2021	9.350.000	-54,4%	9.350.000	-41,1%	0	-100%
2022	34.702.000	371,1%	31.236.000	+234%	3.466.000	+100%
2023	42.021.234	+21%	36.995.980	+18,4%	5.025.254	+45%

Nguồn: Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh

Ăn chay chủ yếu là những người lớn tuổi theo đạo Phật thì hiện nay đối tượng này chủ yếu là giới trẻ, độ tuổi từ 18-25 tuổi chiếm 58,5%; độ tuổi từ 26-40 tuổi chiếm 26%. Chính từ những hoạt động du lịch và xu hướng hiện nay này đã nói lên một điều rằng việc triển khai hoạt động du lịch văn hóa thưởng thức ẩm thực chay trong tương lai rất có tiềm năng để phát triển. Có thể nói ẩm thực chay ngày càng phát triển mạnh và tạo nên một sức hút lớn đối với khách du lịch khi tới Thành phố Hồ Chí Minh, trở thành địa chỉ quen thuộc đối với du khách gần xa khi tìm đến thành phố không ngủ.

Theo kết quả nghiên cứu về giới tính và độ tuổi: trong mẫu nghiên cứu, tỷ lệ khách du lịch nam (30%) và nữ (70%) có sự chênh lệch với nhau, ở mọi lứa tuổi khác nhau nhưng tập trung chủ yếu là từ 25 - 40 tuổi (chiếm khoảng 68%) (Bảng 2).

Về nghề nghiệp: đối tượng khách du lịch rất đa dạng về ngành nghề, hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh (khoảng 25%), trình độ chủ yếu là cấp bậc Đại học (chiếm 70%), điều này cho thấy có xu hướng du khách đi du lịch tập trung ở độ tuổi trẻ, đang có công việc và thu nhập ổn định.



Bảng 2. Số lượng khách theo độ tuổi trong mẫu điều tra

Tuổi	Tần suất	Tỷ lệ
Dưới 25	18	22%
Từ 25-40	54	68%
Trên 40	8	10%
Tổng cộng	80	100%

Nguồn thông tin mà du khách biết đến ẩm thực chay tại Thành phố Hồ Chí Minh tập trung cao là từ các phương tiện truyền thông qua Internet (70%). Khách du lịch tìm đến các trang website có những tour ẩm thực chay city tour Thành phố Hồ Chí Minh nửa ngày hoặc một ngày bằng phương tiện xe gắn máy đi cùng hướng dẫn viên hoặc tự tìm đến các nhà hàng chay xung quanh khu vực có các ngôi chùa nổi tiếng trong thành phố. Tiếp đó, du khách biết đến ẩm thực chay Thành phố Hồ Chí Minh thông qua bạn bè người thân (10%), các hội chợ, sự kiện ẩm thực và truyền hình (5%).

Khi tiến hành khảo sát trực tiếp của du khách về ấn tượng điều gì nhất khi đến với Thành phố Hồ Chí Minh qua các yếu tố ẩm thực (ẩm thực chay); văn hóa, con người; cảnh vật hoặc các yếu tố khác thì có kết quả như sau:

Khách du lịch cảm thấy ấn tượng khi đến Thành phố Hồ Chí Minh tập trung cao nhất vẫn là đối tượng văn hóa, con người (35%), cảnh vật (35%); ẩm thực (đặc biệt là ẩm thực chay) (25%) và còn lại là một số yếu tố khác. Ẩm thực chay được du khách lựa chọn để trải nghiệm, hoặc thay đổi khẩu vị, vì lý do tôn giáo nhiều hơn là nhớ đến sản phẩm du lịch đặc thù của Thành phố Hồ Chí Minh. Do đó, chính quyền địa phương phải cùng kết hợp với các nhà kinh doanh du lịch, khách sạn - nhà hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh tìm cách giữ gìn nét đẹp văn hóa - con người địa phương trong cung cách phục vụ cũng như giao tiếp với thái độ ân cần, chu đáo với khách du lịch. Bên cạnh đó, các món ăn chay cần phải được làm mới hơn trong cách chế biến cũng như trình bày nhằm lưu lại ấn tượng đặc sắc trong lòng du khách.

Về chất lượng món ăn chay: 40% khách du lịch đánh giá cao về hương vị các món ăn chay tại Thành phố Hồ Chí Minh được chế biến phù hợp với đa số với khách du lịch khi đến đây. Điều đó cho thấy, ngoài ẩm thực truyền thống, ẩm thực chay có thể đáp ứng tốt nhu cầu khi du khách có thể chuyển đổi khẩu vị mà vẫn đảm bảo sự bổ dưỡng cho sức khỏe, kích thích ăn nhiều của khách du lịch.



Về thái độ phục vụ của nhân viên: Tại các nhà hàng chay, thái độ phục vụ của nhân viên được đánh giá qua sự niềm nở, đón tiếp tận tình, hướng dẫn chu đáo, và đặc biệt là phong cách phục vụ chuyên nghiệp, ngoại ngữ giao tiếp với tỷ lệ 90%. Điều đó cho thấy, những nhà hàng chay tại Thành phố Hồ Chí Minh đã chú trọng đến việc đào tạo về nguồn nhân lực. Đội ngũ nhân viên có thái độ phục vụ tốt, làm việc tại các nhà hàng khu vực trung tâm phải biết giao tiếp tiếng Anh đối với bộ phận như quản lý, lễ tân, bộ phận order; bộ phận phục vụ phải nhanh nhẹn, thân thiện, có kinh nghiệm làm việc, có thái độ ân cần trong chu trình chăm sóc khách khi đến tại nhà hàng, cung cách về thời gian lên món, hỏi thăm khách về chất lượng món ăn cũng như xin lỗi khách khi có trường hợp xấu xảy ra, đó cũng là yếu tố các nhà hàng chay tại Thành phố Hồ Chí Minh được đánh giá cao trong tình hình hoạt động kinh doanh hơn những vùng du lịch khác.

Về vệ sinh an toàn thực phẩm: hơn hết, vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm là yếu tố quan trọng trong việc kinh doanh ẩm thực, đặc biệt ẩm thực chay. Yếu tố vệ sinh tốt góp phần lớn trong sự thu hút đối với khách du lịch đến với nhà hàng. Khách du lịch có câu trả lời là tốt và rất tốt (chiếm 75%). Vấn đề vệ sinh trước và trong nhà hàng, vệ sinh các món ăn, đồ trưng bày, cách chế biến, người chế biến và nhân viên phục vụ được khách du lịch đánh giá tốt. Có thể hiểu rằng, những người tìm đến ẩm thực chay rất kỹ tính trong việc ăn uống vì vậy các nhà hàng chay rất khát khe trong việc này dù là ở nơi đâu.

4.4. Thực trạng cơ sở vật chất kỹ thuật của một số các nhà hàng, khu ẩm thực chay tại Thành phố Hồ Chí Minh

Hiện nay, trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh có nhiều nhà hàng chay nổi tiếng, từ các quán nhỏ bình dị đến các nhà hàng sang trọng. Các quán ăn, nhà hàng chay hình thành và hoạt động mạnh ở các quận trong thành phố. Các quận trung tâm thành phố sẽ là hầu hết các nhà hàng chay có không gian sang trọng và mức giá sẽ rất cao, lối thiết kế lịch sự với những vật dụng thân quen, gần gũi mang đậm tính Việt Nam như gỗ, tre, dừa, nứa, hoặc có cách trang trí nhà hàng theo tông màu chủ đạo nhất định. Các nhà hàng chay tại Thành phố Hồ Chí Minh được du khách đánh giá là sang trọng, hiện đại, được trang trí nội thất đẹp, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và thái độ phục vụ của nhân viên nhà hàng ân cần, chu đáo đối với khách. Bên cạnh đó, các nhà hàng ẩm thực chay truyền được những thông điệp, ý nghĩa tích cực từ đó quảng bá thương hiệu cho thực khách tiêu thụ sản phẩm du lịch nhiều hơn. Có thể nói ẩm thực chay ngày càng phát triển mạnh và tạo nên một sức hút lớn đối với khách du lịch khi tới Thành phố Hồ



Chí Minh, trở thành địa chỉ quen thuộc đối với du khách gần xa khi tìm đến thành phố không ngủ.

Việc xây dựng các điểm ăn uống, nhà hàng đạt chuẩn là hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch, đáp ứng tốt nhu cầu thưởng thức ẩm thực thúc đẩy kinh doanh đạt hiệu quả cao, đồng thời quảng bá thương hiệu ẩm thực chay. Chẳng hạn như chuỗi nhà hàng chay quốc tế Loving Hut, Âu Lạc Healthy World, Việt Chay đều mở rộng với nhiều chi nhánh trong nước, một số thành phố lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Hải Phòng,... đạt tiêu chuẩn về cơ sở vật chất kỹ thuật, nguồn nhân lực và vệ sinh an toàn thực phẩm góp phần tạo ra nguồn thu ngoại tệ cũng như thu hút một số lượng lớn du khách quốc tế đáng kể đến với Việt Nam trải nghiệm văn hóa của ẩm thực chay.

4.5. Thực trạng về quảng bá giá trị văn hoá ẩm thực chay cho khách du lịch

Trong công tác quảng bá du lịch, Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh cũng đã từng bước đa dạng hóa các kênh, công cụ thông tin quảng bá như quảng bá qua mạng xã hội, báo điện tử và các website có uy tín của các tổ chức du lịch quốc tế: Website, Facebook, Instagram, Youtube, Apps,... đã góp phần quảng bá hình ảnh những món ăn, thức uống chay Thành phố Hồ Chí Minh. Ví dụ như Vegetarian.Saigon đăng tải trên Instagram những món ăn chay hấp dẫn được du khách Việt và quốc tế biết đến nhiều hơn và có những phản hồi tích cực khi trải nghiệm.

Đánh giá hiệu quả hoạt động quảng bá, kết quả chỉ ra rằng chỉ 12% khách hàng biết đến ẩm thực chay thông qua hoạt động quảng bá và có 88% thì chưa nhận được thông tin qua kênh này, như vậy ẩm thực chay chưa có sự thu hút với khách du lịch, hầu hết khách du lịch thích ăn món chay đều tự tìm đến các nhà hàng chứ không cần thông qua các công ty du lịch. Quảng bá là việc cần thiết nhằm giới thiệu ẩm thực chay đến với khách du lịch. Có nhiều hình thức quảng bá khác nhau, mỗi hình thức mang lại một lợi ích riêng nhưng tất cả đều chung mục đích giới thiệu các món ăn chay nhằm thu hút khách du lịch, tăng nguồn thu du lịch cho thành phố.

Theo kết quả khảo sát khách du lịch với tỷ lệ nữ cao hơn (chiếm 70%), trình độ học vấn cao và độ tuổi trung bình dao động 25-40, họ dễ dàng tiếp cận tìm kiếm thông tin nhà hàng chay nhờ vào Internet, thông qua các trang mạng xã hội lớn, giới thiệu những hình ảnh món ăn, thức uống, không gian quán ăn, nhà hàng chay đẹp mắt,... Còn đối với tỷ lệ khách du lịch thông qua bạn bè, người thân (chiếm 10%) họ đến thưởng thức các món ăn chay đặc biệt là dịp cuối tuần, các ngày lễ tết, mùa lễ Vu Lan,....



Từ những số liệu thống kê từ bảng khảo sát cho thấy mức độ khách du lịch là những người có quan tâm đến các thông tin đề cập ở các trang mạng xã hội và có nguồn thu nhập ổn định thông qua đánh giá về giá cả món ăn chay ở mức phải chăng. Cái thiếu của mảng ẩm thực chay đó chính là sự thúc đẩy quảng bá, các cách thức hấp dẫn du khách đến với ẩm thực chay Thành phố Hồ Chí Minh. Thông thường, các chính sách đề ra của Ủy ban nhân dân hoặc Sở du lịch Thành phố Hồ Chí Minh chủ động đăng cai các hoạt động bao hàm nhiều mảng ẩm thực khác nhau nhưng tập trung hầu như toàn các món Á - Âu đóng vai trò chủ lực tại các gian hàng, còn ẩm thực chay theo đánh giá của phần lớn là gắn với du lịch hành hương, tâm linh tại các điểm du lịch là các ngôi chùa, thiền viện. Qua khảo sát, tỷ lệ khách du lịch chưa hài lòng chiếm 63% đối với các hoạt động quảng bá tại điểm đến Thành phố Hồ Chí Minh. Khách tìm đến thưởng thức món chay tại một số nhà hàng thường xem quảng cáo trên các trang mạng xã hội, website như foody.com. Khi đến lần đầu tiên, khách du lịch cảm nhận được chất lượng phục vụ đáp ứng nhu cầu và quay lại lần sau. Ẩm thực chay Thành phố Hồ Chí Minh rất cần sự hỗ trợ quảng bá của Nhà nước, các cấp chính quyền địa phương phối hợp để thực ẩm chay được nhiều du khách biết đến nhiều hơn

5. KIẾN NGHỊ

5.1. Đối với Sở du lịch Thành phố Hồ Chí Minh

Sở du lịch Thành phố Hồ Chí Minh cần có những hội thảo, chuyên đề nhằm nhận định rõ và phát huy được giá trị của ẩm thực chay.

Tăng cường công tác quảng bá, giới thiệu về ẩm thực chay, phát huy đôi đa tiềm năng của ẩm thực chay, hướng hoạt động du lịch của khách nội địa và quốc tế là du lịch xanh, ăn chay bảo vệ sức khỏe, không giết hại động vật và hướng đến bảo vệ môi sinh của Trái Đất.

Tổ chức các lớp học chế biến ẩm thực chay cho du khách và đa dạng hóa các hình thức giảng dạy, tăng sự trải nghiệm độc đáo cho du khách.

Các lễ hội liên quan đến ẩm thực nói chung và ẩm thực chay nói riêng hàng năm tại Thành phố Hồ Chí Minh cần được quảng bá nhiều hơn, có những khu ẩm thực chay với những gian hàng món ăn, thức uống để thu hút khách. Đồng thời cần xây dựng các kênh thông tin tiếp cận dễ dàng đến với du khách.

Không ngừng kêu gọi và hỗ trợ đầu tư vào các dự án phát triển du lịch ẩm thực Thành phố Hồ Chí Minh nói chung và ẩm thực chay nói riêng.



5.2. Đối với công ty du lịch

Sau mỗi chuyến đi du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh, các công ty lữ hành tổ chức cho du khách trả lời các câu hỏi về mức độ hài lòng của chuyến đi, thái độ phục vụ của nhân viên và cảm nhận của du khách sau mỗi bữa ăn tại các cơ sở dịch vụ ăn uống nói chung và ẩm thực chay nói riêng. Tìm hiểu các văn hóa ẩm thực và các nhóm khách nước ngoài khác nhau để có ứng xử phục vụ ẩm thực phù hợp với họ. Hoạt động của các doanh nghiệp lữ hành góp phần quảng bá thông tin điểm đến cho du khách, ảnh hưởng đến lựa chọn điểm đến của du khách và phối hợp với các dịch vụ khác (nhà hàng, khách sạn,...) tạo thành “gói” sản phẩm du lịch. Vì vậy, các công ty lữ hành cần quan tâm, tìm hiểu nhiều hơn nữa nhu cầu của du khách để khai thác giá trị văn hóa ẩm thực chay, từ đó xây dựng nên các sản phẩm du lịch đem hấp dẫn du khách và làm cho sản phẩm du lịch phong phú hơn, mang lại cho du khách nhiều sự lựa chọn.

Các công ty lữ hành cần phối hợp với các cơ sở cung ứng các hoạt động du lịch văn hóa ẩm thực chay để lồng ghép các sản phẩm du lịch ẩm thực chay vào các tour du lịch đang được ưa chuộng một cách hợp lý và hấp dẫn nhất. Mặt khác, cần nghiên cứu các giải pháp nhằm kéo dài thời gian lưu trú cho du khách bằng cách tổ chức tour dài ngày hơn. Đồng thời giới thiệu đến du khách các điểm đến mới cũng như cung cấp thêm các thông tin cần thiết, cùng những biện pháp đảm bảo an toàn cho du khách để họ có thể tham gia trải nghiệm các hoạt động du lịch văn hóa ẩm thực chay một cách trọn vẹn, an toàn và vui vẻ nhất.

5.3. Đối với người dân địa phương

Người dân địa phương là một yếu tố quan trọng trong các sản phẩm hoạt động du lịch văn hóa ẩm thực chay. Vì thế, trong giao lưu với khách du lịch, người dân địa phương cần thân thiện, vui vẻ hoà đồng với khách du lịch, tham gia tốt công tác gìn giữ vệ sinh và môi trường.

Tham gia lao động trong kinh doanh hoạt động du lịch văn hóa ẩm thực chay, có trách nhiệm, phản ánh những vấn đề bất cập, sai trái của các cá nhân, tổ chức,... cho các lực lượng chức năng xử lý nhằm bảo vệ môi trường du lịch an toàn và văn minh.

Nhóm nghiên cứu hy vọng trong tương lai gần, Thành phố Hồ Chí Minh sẽ khai thác được tối đa các giá trị, tiềm năng hiện có, phát triển thành phố du lịch nổi tiếng với những sản phẩm du lịch được khai thác từ ẩm thực chay góp phần tạo sức hút, hình ảnh điểm đến riêng biệt để quảng bá hình ảnh du lịch nước nhà đến bạn bè quốc tế.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Hà Nam Khánh Giao và Huỳnh Diệp Trâm Anh (2018). *Bản sắc văn hoá vùng dân tộc thiểu số gắn với phát triển du lịch bền vững ở Việt Nam thời kỳ hội nhập*.
- Nguyễn Nhật Huyền (2018). *Văn hóa ẩm thực chay với phát triển du lịch thủ đô Hà Nội*. Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội.
- Nguyễn Vũ Quỳnh Thi (2018). Không gian văn hóa phật giáo Huế và vấn đề phát triển du lịch tâm linh. *Tạp chí khoa học - Đại học Huế*, 127(6A): 125-136.
- Quốc Hội (2017). *Luật du lịch*.
- Sở Du lịch (2024). *Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ năm 2023, nhiệm vụ trọng tâm năm 2024 và các đề xuất, kiến nghị của Sở Du lịch*. Truy cập tại <https://sodulich.hochiminhcity.gov.vn/UPLOADS/TINTUC/FILE/2024/3/202403180353530181.pdf>
- Trương Thị Lan Hương, Nguyễn Thị Thanh Ngân, Đỗ Thị Phương Lan và Hoàng Ngọc Huy (2022). Đề xuất chỉ số quản lý homestay phong cách Đà Lạt. Kỷ yếu Hội thảo khoa học *Phát huy giá trị thương hiệu Thành phố Festival hoa Đà Lạt và phong cách người Đà Lạt “Hiền hòa – Thanh lịch – Mến khách”*, 123-136. Nxb Tài chính.
- UNESCO Courier (2022). *1982-2022: Cultural Policies at the Heart of International Debate*.
- UNESCO (2023). *World Conference on Cultural Policies and Sustainable Development – MONDIACULT 2022*.

Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia “Du lịch và Ẩm thực”

Tác giả
Nhiều tác giả

Chịu trách nhiệm xuất bản
GS.TS. Nguyễn Khắc Quốc Bảo

Biên tập
Nguyễn Ngọc Định

Trình bày (nếu có)

Sửa bản in (nếu có)

Mã số ISBN
978-604-346-380-4

Đơn vị liên kết xuất bản:
Trường Đại học Văn Hiến
Địa chỉ: 613 Âu Cơ, Phường Phú Trung, Quận Tân Phú, Tp.HCM

Nhà xuất bản Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
Số 279 Nguyễn Tri Phương, Phường 5, Quận 10, TP. Hồ Chí Minh.
Website: www.nxb.ueh.edu.vn – Email: nxb@ueh.edu.vn
Điện thoại: (028) 38.575.466 – Fax: (028) 38.550.783

In 60 cuốn, khổ 19x26.5 cm tại Công ty TNHH MTV In Kinh tế
Địa chỉ: 279 Nguyễn Tri Phương, Phường 5, Quận 10, TP. HCM
Số xác nhận ĐKXB: 4179-2024/CXBIPH/4-10/KTTPHCM
Quyết định số: 117/QĐ-NXBKTTPHCM cấp ngày 07/11/2024
In xong và nộp lưu chiểu năm 2024