

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH VỚI ẨM THỰC ĐƯỜNG PHỐ TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

● ĐINH THỊ MỸ LỆ

Giảng viên, Đại học Duy Tân

TÓM TẮT:

Ẩm thực đường phố (ÂTĐP) là yếu tố đặc sắc góp phần thu hút du khách. Việc hiểu rõ các yếu tố như: Món ăn, vệ sinh an toàn thực phẩm, giá cả, sự phục vụ, cơ sở vật chất, truyền thông quảng cáo... ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch giúp cải thiện trải nghiệm và phát triển du lịch bền vững. Bài nghiên cứu sẽ cung cấp những thông tin thiết thực đối với các cá nhân kinh doanh về các món ăn ÂTĐP ở TP. Đà Nẵng. Từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng với ÂTĐP góp phần phát triển du lịch của thành phố.

Từ khóa: ẩm thực, ẩm thực đường phố, du lịch, khách du lịch, thành phố Đà Nẵng.

1. Đặt vấn đề

Du lịch không chỉ giúp con người trên các quốc gia giao lưu về mặt văn hóa mà còn mang đến những trải nghiệm ẩm thực đặc trưng của từng vùng miền đặc biệt là khi đặt chân đến Việt Nam. Dưới góc nhìn của một người du lịch, ẩm thực của một vùng miền không chỉ là những món ăn ngon mà nó còn là văn hóa, bản sắc dân tộc được truyền từ các thế hệ trước sang con cháu của mình. Và cũng có thể nói văn hóa ẩm thực là bước quan trọng để đưa hình ảnh đất nước hay con người Việt Nam đến gần hơn với bạn bè quốc tế. Với một nền văn hóa ẩm thực tốt và góp phần không nhỏ trong việc thu hút khách du lịch quốc tế và nội địa, việc nghiên cứu văn hóa ẩm thực nói chung và văn hóa ÂTĐP nói riêng ở TP. Đà Nẵng là một cần thiết để phát triển du lịch. Tuy nhiên trong thời gian qua, hiệu quả khai thác ÂTĐP ở Đà Nẵng vẫn còn chưa thực sự hiệu quả, Vẫn còn một số hạn chế về cảnh quan môi trường và xã hội cũng như chất lượng của ÂTĐP. Bài viết “Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch với ẩm thực đường phố tại thành phố Đà Nẵng” sẽ góp phần quảng bá hình ảnh ẩm thực Việt Nam, tạo động lực thúc đẩy kinh

tế địa phương, bảo tồn giá trị văn hóa ẩm thực và nâng cao trải nghiệm của du khách.

2. Ẩm thực đường phố trong kinh doanh du lịch tại Thành phố Đà Nẵng

2.1. Các loại hình ẩm thực đường phố tiêu biểu

Mì Quảng là một món ăn đặc sản nổi bật với sợi mì dày, dai, hòa quyện cùng nước dùng đậm đà từ xương heo, gà, hoặc tôm. Mì Quảng có thể ăn kèm với nhiều loại topping như thịt, trứng cút hoặc hải sản, thêm chút rau sống tươi mát, lạc rang và bánh tráng, tạo nên sự đa dạng trong hương vị.

Bánh xèo Đà Nẵng là món bánh đặc trưng của miền Trung, nổi bật với lớp vỏ mỏng, giòn rụm, màu vàng thơm từ nghệ và nước cốt dừa. Nhân bánh thường gồm: tôm, thịt, giá đỗ và hành lá, thường thức kèm với rau sống tươi mát và nước chấm đậm đà, tạo nên hương vị hài hòa, hấp dẫn.

Bánh bèo là những chiếc bánh mỏng, mềm, được làm từ bột gạo, hấp chín, phía trên mặt bánh rắc thêm tôm cháy, mỡ hành, đậu phộng giã nhỏ. Món ăn này là sự hòa quyện độc đáo giữa vị ngọt, béo, thơm của nhân và sự đậm đà của nước mắm chua ngọt.

Bánh nậm làm từ bột gạo, được gói trong lá chuối,

có nhân thịt heo, tôm, nấm được tẩm ướp đậm đà. Món bánh này có vỏ mềm dẻo, được ăn kèm với nước mắm chua ngọt.

Nem lụi là tên gọi chỉ những cuốn nem nướng vàng ruộm, thơm phức, được làm từ thịt heo xay nhuyễn trộn với gia vị rồi nướng trên than hoa. Món này được ăn kèm với bánh tráng, rau sống, dưa leo và nước mắm chua ngọt hoặc tương đậu.

Bánh mì có lịch sử phong phú và đa dạng. Bánh mì được ăn với nhiều loại nhân khác nhau như xúc xích, thịt nguội, pate, trứng, rau sống và nhiều loại gia vị khác. Các quán bánh mì nằm rải rác trên khắp đất nước và thường là điểm ÁTĐP cho du khách.

Bánh tráng trộn là món ăn đường phố rất phổ biến ở miền Trung. Bánh tráng trộn là sự kết hợp của bánh tráng mỏng, rau sống, tôm khô, chả cuốn và gia vị, tạo nên một món ăn vừa ngon miệng vừa mát lạnh.

2.2. Chuẩn hoá ẩm thực

Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch Trương Thị Hồng Hạnh cho biết, trong chiến lược phát triển ẩm thực thành sản phẩm du lịch đặc sắc trên địa bàn TP. Đà Nẵng giai đoạn 2023-2030, chuẩn hóa ẩm thực từ bếp ăn đến bàn ăn được đặc biệt quan tâm. Theo đó, định hướng chuẩn hóa các cơ sở kinh doanh ẩm thực trên địa bàn thành phố bảo đảm 5 tiêu chí phục vụ khách: tiêu chí đặc trưng, chuẩn vị của món ăn, thức uống; tiêu chí dinh dưỡng, bảo đảm chất lượng về nguyên liệu; tiêu chí chất lượng cao về dịch vụ, đặc sắc về giá trị trải nghiệm; tiêu chí an toàn thực phẩm; tiêu chí bền vững (thân thiện với môi trường). (Ngọc Hà, 2025).

Theo ông Trần Văn Thắng, Phó Chủ tịch Hiệp hội Văn hóa Ẩm thực Đà Nẵng, một điểm đến hấp dẫn du khách không chỉ có danh lam, thắng cảnh đẹp mà cần phải có nền ẩm thực phong phú và đa dạng. Muốn làm được vậy thì cần phải chuẩn hóa các món ăn để giữ chân du khách, cho khách được trải nghiệm, thưởng thức ẩm thực một cách đa dạng hơn bằng cách xây dựng các bản đồ về du lịch ẩm thực, hướng dẫn cho du khách đến những quán ăn chất lượng...; đồng thời thường xuyên kích cầu, quảng bá các món ăn đặc trưng tới đông đảo du khách trong và ngoài nước. (Thu Hà, 2023)

3. Nghiên cứu sự hài lòng của khách du lịch với ẩm thực đường phố tại TP. Đà Nẵng

3.1. Mô hình nghiên cứu

Lĩnh vực du lịch ÁTĐP hiện có một số nhà

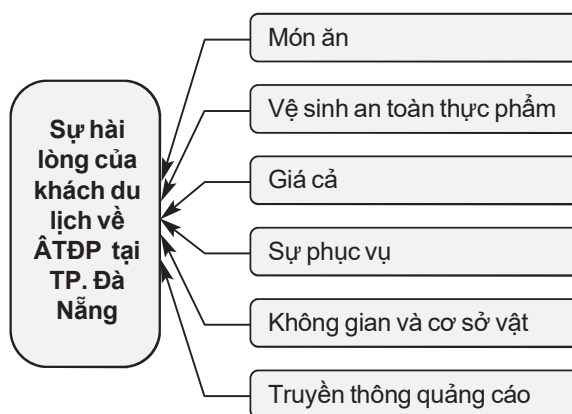
nghiên cứu quan tâm như: Kết quả nghiên cứu của Nhã Ca và Mai Yến (2021) đã xác định được mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến sự hài lòng của du khách với ÁTĐP tại TP. Cần Thơ theo mức độ giảm dần là: Món ăn, Vệ sinh an toàn thực phẩm, Giá cả, con người và điều kiện cơ sở vật chất.

Nghiên cứu của Ngọc Thảo và các cộng sự (2019) cũng đã tiến hành dùng 5 nhân tố chính để làm tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với ÁTĐP Đà Lạt đó là: cơ sở vật chất và không gian phục vụ, vệ sinh an toàn thực phẩm, sự phục vụ, giá cả, chất lượng món ăn.

Ngoài ra, mô hình phát triển du lịch ÁTĐP tại TP. Hà Nội của nhóm tác giả Danh Nam (2024) cũng xác định 6 nhân tố: Văn hoá ẩm thực địa phương, nguồn nhân lực và dịch vụ, giá cả, vệ sinh an toàn thực phẩm, điều kiện vật chất, quảng bá có hướng đến sự hài lòng của du khách với ÁTĐP.

Dựa trên kết quả các công trình nghiên cứu liên quan và điều kiện tiến hành nghiên cứu trong bối cảnh du lịch tại Đà Nẵng, tác giả tiến hành dùng 6 nhân tố chính để làm tiêu chí đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch với ÁTĐP tại TP. Đà Nẵng: (1) Món ăn; (2) Vệ sinh an toàn thực phẩm; (3) Giá cả; (4) Sự phục vụ; (5) Không gian và cơ sở vật; (6) Truyền thông quảng cáo. (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



3.2. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả phân tích kết quả khảo sát với 152 khách du lịch tham quan du lịch tại TP. Đà Nẵng bằng bảng câu hỏi được thiết kế theo thang đo Likert 5 mức độ để đo lường 6 nhóm nhân tố gồm: Món ăn; Vệ sinh an toàn thực phẩm; Giá cả; Sự phục vụ; Không gian và cơ sở vật chất; Truyền thông quảng cáo.

Phần mềm SPSS 20.0 được sử dụng với phương pháp phân tích mô tả. Để phân tích về sự hài lòng của khách du lịch về ATĐP tại TP. Đà Nẵng, tác giả căn cứ vào những nội dung liên quan về ATĐP để thiết kế nghiên cứu và các câu hỏi khảo sát.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Để đánh giá mức độ hài lòng của khách du lịch với ATĐP tại TP. Đà Nẵng, một cuộc khảo sát được triển khai và gửi tới các khách du lịch đã từng 1 lần đến trải nghiệm ATĐP tại đây thông qua công cụ trực tuyến trong tháng 02-03/2026.

Sau khi thực hiện khảo sát có 152 phản hồi hợp lệ sử dụng cho nghiên cứu. Kết quả cho thấy, phần lớn những người được hỏi nằm ở độ tuổi từ 18-40 tuổi ($n = 126$; 82,9%) với số lượng phụ nữ được hỏi chiếm 63,2%. Tỷ lệ phần trăm thu nhập hàng tháng theo triệu đồng, tương ứng là 76,3% (Từ 5-10 triệu), 12,5% (10-20 triệu), 3,3% (20-30 triệu), 7,9% (trên 30 triệu). Khảo sát chỉ ra, khách du lịch lựa chọn ATĐP tại TP. Đà Nẵng nằm trong độ tuổi khá trẻ, đa số mức thu nhập hàng tháng dưới 10 triệu đồng. Vì vậy cần chú ý đến nhóm đối tượng này nhiều hơn khi đưa ra giải pháp thu hút khách du lịch với ATĐP tại đây.

4.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha

Hệ số Cronbach's Alpha là phép kiểm định về mức độ chặt chẽ mà các thang đo tương quan với nhau. Theo các nhà nghiên cứu về thang đo, hệ số Cronbach's Alpha $> 0,6$ có thể sử dụng được, thang đo tốt nhất trong khoảng từ 0,8-1. Ngoài ra, các biến có hệ số tương quan biến tổng $< 0,3$ sẽ bị loại khỏi mô hình nghiên cứu. Kết quả xử lý dữ liệu tại Bảng 1 đã cho thấy, 6 thang đo đều đạt được độ tin cậy cao. Cronbach's Alpha $> 0,8$ và Hệ số tương quan biến

tổng $> 0,3$, thể hiện sự phù hợp của thang đo.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho các thang đo

Kết quả kiểm định KMO và Bartlett's thể hiện giá trị KMO = 0,945, chứng tỏ nhân tố khám phá này là phù hợp cho thang đo. Theo kiểm định Bartlett's, giá trị Sig. = 0,000 ($< 0,05$), chứng tỏ các biến có tương quan với nhau trong các nhân tố. Thông số Eigenvalues ≥ 1 được giữ lại trong mô hình phân tích. Kết quả phân tích thể hiện giá trị Eigenvalue = 1,174 (≥ 1) và trích được 6 nhân tố mang ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Chỉ số tổng bình phương hệ số tải nhân tố tích lũy (Cumulative) là 74,702% $\geq 50\%$ cho thấy mô hình EFA là phù hợp.

Kết quả bảng ma trận xoay cho thấy, 20 biến quan sát được phân thành 5 nhân tố, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố Factor Loading lớn hơn 0,5 và không còn các biến xấu. Do đó, cả 5 nhân tố được giữ lại trong mô hình nghiên cứu.

4.4. Phân tích tương quan Pearson

Thông qua phân tích hệ số tương quan Pearson, ta thấy mức ý nghĩa của các biến đại diện đều bé hơn mức ý nghĩa $\alpha = 0,05$, cho thấy sự tương quan có ý nghĩa giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Cụ thể:

- Hệ số tương quan giữa biến HL và biến MA bằng 0,723, hệ số Sig. = 0,000 $< 0,05$ Nên MA có tương quan tuyến tính với HL và có ý nghĩa thống kê.

- Hệ số tương quan giữa biến HL và biến VS bằng 0,644, hệ số Sig. = 0,000 $< 0,05$ Nên VS có tương quan tuyến tính với HL và có ý nghĩa thống kê.

- Hệ số tương quan giữa biến HL và biến GC bằng 0,715, hệ số Sig. = 0,000 $< 0,05$ Nên GC có tương quan tuyến tính với HL và có ý nghĩa thống kê.

- Hệ số tương quan giữa biến HL và biến PV bằng 0,703, hệ số Sig. = 0,000 $< 0,05$ Nên PV có tương

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy các thang đo

Thang đo	Mã hoá	Biến quan sát	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng
Món ăn	MA	3	0,952	0,889 – 0,907
Vệ sinh an toàn thực phẩm	VS	3	0,940	0,865 – 0,886
Giá cả	GC	3	0,946	0,882 – 0,891
Sự phục vụ	PV	3	0,954	0,878 – 0,927
Không gian và cơ sở vật chất	KG	4	0,969	0,910 – 0,937
Truyền thông quảng cáo	TT	4	0,975	0,928 – 0,942

Nguồn: Kết quả thống kê dữ liệu của tác giả

quan tuyến tính với HL và có ý nghĩa thống kê.

- Hệ số tương quan giữa biến HL và biến KG bằng 0.616, hệ số Sig = 0.000 < 0.05. Nên KG có tương quan tuyến tính với HL và có ý nghĩa thống kê.

- Hệ số tương quan giữa biến HL và biến TT bằng 0.683, hệ số Sig = 0.000 < 0.05. Nên TT có tương quan tuyến tính với HL và có ý nghĩa thống kê.

Như vậy, Sig. Tương quan Person các biến độc lập MA, VS, GC, PV, KG, TT < 0,05. Tất cả các yếu tố đều được giữ lại để thực hiện phân tích hồi quy.

4.5. Phân tích hồi quy tuyến tính

Mô hình hồi quy được xây dựng gồm biến phụ thuộc là “Sự hài lòng” (HL) và các biến độc lập được rút trích từ phân tích tương quan Person gồm 6 biến: MA, VS, GC, PV, KG, TT.

Giá trị R^2 hiệu chỉnh = 0.775 cho thấy được biến độc lập đưa vào chạy hồi quy ảnh hưởng 77,5% sự thay đổi của biến phụ thuộc; 22,5 còn lại là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Kết quả hệ số Durbin-Waston = 2.111, nằm trong khoảng 1,5-2,5 nên không có hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất xảy ra.

Bảng 3 cho thấy Sig kiểm định F bằng 0.00 < 0.05, như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

Bảng 4 cho thấy, Sig kiểm định t hệ số hồi quy của các biến độc lập đều nhỏ hơn 0.05 ngoại trừ biến VS (Sig = 0.661 > 0.05) và biến GC (Sig = 0.611 > 0.05), do đó loại đi biến VS và GC khỏi mô hình, các biến độc lập còn lại đều có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc. Hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2 thế nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

Hệ số hồi quy của 4 biến độc lập còn lại đều lớn hơn 0 nên tất cả 4 biến độc lập này đều có tác động thuận chiều đến biến phụ thuộc. Dựa vào độ lớn của hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta, thứ tự tác động từ mạnh nhất đến yếu nhất của các biến độc lập đến biến phụ thuộc HL lần lượt là: PV (0.450) > KG (0.346) > TT (0.189) > MA (0.068). Kết quả này tương ứng với:

- Biến PV có tác động mạnh mẽ nhất đến sự hài lòng của khách du lịch với ÂTĐP tại TP. Đà Nẵng.

- Biến KG có tác động mạnh mẽ thứ 2 đến sự hài lòng của khách du lịch với ÂTĐP tại TP. Đà Nẵng.

- Biến TT có tác động mạnh mẽ thứ 3 đến sự hài lòng của khách du lịch với ÂTĐP tại TP. Đà Nẵng.

- Biến MA có tác động mạnh mẽ yếu nhất đến sự hài lòng của khách du lịch với ÂTĐP tại TP. Đà Nẵng.

Như vậy, phương trình tuyến tính đa biến được thể hiện như sau:

$$HL = 0.450PV + 0.346KG + 0.189TT + 0.068MA$$

5. Giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách du lịch với ẩm thực đường phố tại TP. Đà Nẵng

Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp để gia tăng sự hài lòng của khách du lịch về ÂTĐP tại TP. Đà Nẵng như sau:

Giải pháp về sự phục vụ

Đào tạo nhân viên về kỹ năng phục vụ chuyên nghiệp: Tổ chức các khóa đào tạo định kỳ cho nhân viên về kỹ năng giao tiếp, phục vụ khách hàng và xử lý tình huống. Đặc biệt, nhân viên cần được huấn luyện để nhận diện nhu cầu của khách hàng như tư vấn món ăn, giải thích về các nguyên liệu hoặc cách

Bảng 2. Bảng kết quả Model Summary

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.885 ^a	.784	.775	.39464	2.111

Nguồn: Kết quả thống kê dữ liệu đã xử lý của tác giả

Bảng 3. Bảng kết quả ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.750	6	13.625	87.487	.000b
	Residual	22.582	145	.156		
	Total	104.333	151			

Nguồn: Kết quả thống kê dữ liệu đã xử lý của tác giả

Bảng 4. Bảng kết quả hồi quy tuyến tính

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.251	.192		1.309	.192		
	MA	.068	.056	.072	1.212	.227	.420	2.379
	VS	-.039	.089	-.040	-.439	.661	.183	5.473
	GC	-.053	.104	-.049	-.510	.611	.160	6.265
	PV	.450	.110	.428	4.076	.000	.135	7.404
	KG	.346	.086	.342	4.046	.000	.209	4.791
	TT	.189	.059	.202	3.232	.002	.384	2.604

Nguồn: Kết quả thống kê dữ liệu đã xử lý của tác giả

thức chế biến và có thể giải thích các tình huống phát sinh nhanh chóng và hiệu quả.

Kiểm tra lại yêu cầu của khách trước khi phục vụ: Trước khi mang món ăn ra cho khách, nhân viên phục vụ cần kiểm tra lại các yêu cầu của khách lần cuối, đặc biệt đối với các yêu cầu đặc biệt hoặc thay đổi trong món ăn. Việc xác nhận này có thể thực hiện qua việc kiểm tra đơn hàng trên hệ thống điện tử hoặc trao đổi nhanh với bếp trưởng.

Giải pháp về không gian và cơ sở vật chất

Tập trung vào việc quy hoạch, sắp xếp và nâng cấp hạ tầng nhằm tạo ra môi trường thương thức ÁTĐP văn minh, sạch đẹp và thuận tiện cho du khách; cần quy hoạch rõ ràng các khu vực kinh doanh ÁTĐP, hình thành những tuyến phố ẩm thực chuyên biệt, chợ đêm và không gian đi bộ kết hợp ăn uống, đảm bảo đồng bộ về giao thông, khu vực đỗ xe, hệ thống chiếu sáng và biển chỉ dẫn. Việc bố trí không gian cần hài hòa giữa nhu cầu kinh doanh của người dân và trải nghiệm của du khách, tạo cảm giác thoải mái, an toàn, dễ quan sát và dễ tiếp cận. Bên cạnh đó, các điểm bán hàng cần được chuẩn hóa về cơ sở vật chất như bàn ghế, khu chế biến, khu vệ sinh, hệ thống xử lý rác thải và nước thải; ưu tiên sử dụng vật liệu thân thiện môi trường và thiết kế gọn gàng, đồng nhất nhằm nâng cao mỹ quan đô thị.

Giải pháp về truyền thông quảng cáo

Xây dựng kênh truyền thông chính thức “ÁTĐP Đà Nẵng” tạo nên những doanh nghiệp có chất lượng

món ăn đạt chuẩn, giá cả niêm yết, tránh tình trạng khách du lịch có những trải nghiệm không tốt về ÁTĐP Đà Nẵng.

Giải pháp về món ăn:

Một trong những yếu tố quan trọng để phát triển ÁTĐP bền vững tại Đà Nẵng là bảo tồn và phát triển các giá trị ẩm thực truyền thống. Các món ăn đặc sản như: Mỳ quảng, Bánh xèo,... cần được gìn giữ nguyên vẹn cả về hương vị lẫn cách chế biến.

6. Kết luận

Qua phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp cho thấy, việc phát triển ÁTĐP không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch mà còn tạo động lực thúc đẩy kinh tế địa phương, bảo tồn giá trị văn hóa ẩm thực và nâng cao trải nghiệm của du khách. Để đạt được mục tiêu này, thành phố cần triển khai đồng bộ nhiều nhóm giải pháp, từ quy hoạch không gian, nâng cấp cơ sở vật chất, bảo tồn và sáng tạo món ăn, bảo đảm an toàn thực phẩm cho đến truyền thông - quảng bá hiệu quả và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Nếu được thực hiện một cách nhất quán và bền vững, các giải pháp nêu trên sẽ giúp ÁTĐP Đà Nẵng phát triển theo hướng chuyên nghiệp, văn minh và hiện đại, đồng thời vẫn giữ được nét đặc trưng của văn hóa miền Trung. Qua đó, Đà Nẵng không chỉ nâng cao sức cạnh tranh trong ngành du lịch mà còn khẳng định vị thế là thành phố đáng sống, đáng đến và đáng trải nghiệm đối với du khách trong nước và quốc tế ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Lê Thị Nhã Ca và Phạm Thị Mai Yến (2021). Sự hài lòng của du khách với ẩm thực đường phố tại thành phố Cần Thơ. Tạp chí Công Thương. Truy cập tại <https://fr.scribd.com/document/882465035/Cv-v-146-s-132021390>
- Ngọc Hà (2025). Đưa ẩm thực thành sản phẩm du lịch mũi nhọn của Đà Nẵng. Truy cập tại <https://baodanang.vn/dua-am-thuc-thanh-san-pham-du-lich-mui-nhon-cua-da-nang-3187232.html>
- Ngô Thị Ngọc Thảo, Trần Thị Duyên Duyên, Nguyễn Thị Huỳnh Như và Hồ Thị Lê Uyên (2019). Đánh giá sự hài lòng của khách du lịch đối với ẩm thực đường phố Đà Lạt. Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế trường Đại học Tây Đô. Truy cập tại <https://fr.scribd.com/document/698132708/tailieuxanh-6-1-34>.
- Nguyễn Danh Nam, Uông Thị Ngọc Lan và Đỗ Thị Tuệ Minh (2024). Một số yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch ẩm thực đường phố tại thành phố Hà Nội. Tạp chí Khoa học và công nghệ trường Đại học Hùng Vương. Truy cập tại https://docview.dlib.vn/tvs/2024/20241227/hbu/tvs_hbu/2_nguyen_danh_nam_8017.pdf?rand=550068
- Thu Hà (2023). Đà Nẵng: Nâng tầm ẩm thực. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/post/53182>
- Tiểu Yến (2023). Hấp dẫn ẩm thực đường phố. Truy cập tại <https://baodanang.vn/hap-dan-am-thuc-duong-pho-3196612.html>
- Tổng cục du lịch quốc gia Việt Nam (2023). Đà Nẵng: Nâng tầm ẩm thực. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/post/53182>

Ngày nhận bài: 5/3/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/3/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 9/4/2026

DETERMINANTS OF TOURIST SATISFACTION WITH STREET FOOD IN DA NANG CITY

● **DINH THI MY LE**

Lecturer, Duy Tan University

ABSTRACT:

Street food constitutes a distinctive cultural asset that enhances a destination's appeal to tourists. This study investigates the key determinants of tourist satisfaction with street food in Da Nang City, focusing on food quality, hygiene and safety standards, pricing, service quality, physical facilities, and promotional activities. The findings elucidate how these factors shape overall visitor experience and influence perceptions of the destination. By providing empirical insights into consumer evaluations of street food services, the study contributes to a deeper understanding of the role of informal food sectors in supporting sustainable tourism development.

Keywords: cuisine, street food, tourism, tourists, Da Nang City.