

KHAI THÁC GIÁ TRỊ CỦA ẨM THỰC CHAY TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HUẾ

HỒ THỊ DIỆU HIỀN

Trường Đại học Công Thương TP. Hồ Chí Minh

Ho Chi Minh City University of Industry and Trade

Email: hienhtd@huit.edu.vn

Ngày nhận bài: 7/8/2026

Ngày sửa bài: 20/8/2026

Ngày duyệt đăng bài: 7/9/2026

Tóm tắt:

Bài viết nhấn mạnh vào việc khai thác giá trị ẩm thực chay trong chiến lược phát triển du lịch bền vững tại thành phố Huế. Bằng việc tổng quan hệ thống tư liệu trong và ngoài nước, phối hợp các phương pháp định tính và hướng tiếp cận công nghiệp văn hóa, nghiên cứu chỉ ra tiềm năng lớn từ sự kết hợp giữa di sản văn hóa cổ đô, tinh thần Phật giáo Bắc tông và bản sắc ẩm thực địa phương. Tuy nhiên, hệ thống nhà hàng chay tại Huế hiện đang phải đối mặt với các hạn chế về kiến trúc lai tạp, sự phân bố co cụm quanh Hoàng thành và sự thiếu vắng các sản phẩm ẩm thực chay cao cấp theo chuẩn mực cung đình. Trên cơ sở đó, bài báo đề xuất hệ thống giải pháp quản trị mang tính chiến lược nhằm thúc đẩy việc khai thác các giá trị ẩm thực hiệu quả hơn, góp phần phát triển du lịch tại thành phố Huế.

Từ khóa: ẩm thực chay, công nghiệp văn hóa, du lịch, di sản, cổ đô

Leveraging the value of vegetarian cuisine for tourism development in Hue City

Abstract:

This study explores how the value of vegetarian cuisine can be leveraged within Hue City's sustainable tourism development strategy. Through a review of domestic and international literature, combined with qualitative methods and a cultural industries approach, the study identifies considerable potential in the interplay between the former imperial capital's cultural heritage, Northern Buddhist traditions, and local culinary identity. However, Hue's vegetarian restaurant sector faces several limitations, including eclectic architectural styles, the concentration of establishments around the Imperial Citadel, and the lack of high-end vegetarian culinary offerings that meet royal cuisine standards. The study therefore proposes strategic management solutions to harness these culinary values more effectively and contribute to tourism development in Hue City.

Keywords: vegetarian cuisine, cultural industries, tourism, heritage, former imperial capital

1. Đặt vấn đề

Thành phố Huế là địa phương có nguồn tài nguyên văn hóa phong phú, trong đó ẩm thực chay là một bộ phận đặc trưng, được hình thành và phát triển trong mối liên hệ với văn hóa, tín ngưỡng và ảnh hưởng của Phật giáo. Không chỉ phản ánh tập quán ẩm thực, lối sống và bản sắc văn hóa địa phương, ẩm thực chay còn có tiềm năng trở thành sản phẩm du lịch đặc thù, góp phần đa dạng hóa trải nghiệm của du khách. Vì vậy, nghiên cứu giá trị và khả năng khai thác ẩm thực chay trong phát triển du lịch tại thành phố Huế có ý nghĩa trong việc phát huy tài nguyên văn hóa, đa dạng hóa sản phẩm du lịch, tạo sinh kế cho cộng đồng và góp phần bảo tồn bản sắc văn hóa địa phương.

Ở góc độ kinh tế - xã hội, khai thác hiệu quả tài nguyên này gia tăng chuỗi giá trị du lịch, kéo dài thời gian lưu trú và đa dạng hóa hệ sinh thái sản phẩm dựa trên nền tảng di sản. Nghiên cứu mong muốn đóng góp cơ sở khoa học cho việc định vị thương hiệu ẩm thực chay tại Huế, đồng thời đề xuất giải pháp hài hòa giữa mục tiêu bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống với yêu cầu thương mại hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế, 2 thành tố tạo nên công nghiệp văn hóa.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Tổng quan tình hình nghiên cứu về ẩm thực chay trong tương tác với phát triển du lịch cho thấy sự gia tăng mạnh mẽ của các công trình khoa học trong hơn một thập kỷ qua. Tại Việt Nam, hướng tiếp cận ẩm thực dưới góc độ dịch vụ du lịch thu hút sự quan tâm của nhiều học giả. Đáng chú ý, công trình của Hoàng Diệu Thúy và Phan Thị Thanh Thủy (2023) tập trung phân tích các khía cạnh nhận thức của du khách nội địa đối với ẩm thực Huế thông qua việc vận dụng khung lý thuyết 4P của Pine và Gilmore, bao gồm các thành tố giải trí, giáo dục, thoát ly và thẩm mỹ. Tiếp đó, nghiên cứu của Dương Thu Hiền (2024) tiếp cận ẩm thực dân gian như một di sản độc đáo của đất cổ đô. Gần đây nhất, bài báo “Khai thác bản sắc văn hóa ẩm thực chay trong phát triển du lịch di sản Huế” của Tôn Thị Nga và Nguyễn Vũ Quỳnh Thi (2026) trên Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật đã đặt nền móng ban đầu khi trực tiếp đề cập đến việc khai thác bản sắc văn hóa ẩm thực chay trong không gian du lịch di sản Huế. Các tác giả đã khẳng định ẩm thực chay tại Huế là một thành tố di sản văn hóa phi vật thể đặc sắc, mang đậm dấu ấn giao thoa giữa nếp sống cung đình và tâm linh Phật giáo.

Trên quy mô quốc tế, cơ sở dữ liệu Scopus ghi nhận 247 công trình liên quan đến thuật ngữ “vegetarian culinary”, trong đó sự đóng góp nổi bật thuộc về các tác giả Ấn Độ - không gian xuất phát của triết lý bất tổn sinh (Ahimsa) gắn liền với Phật giáo và Kỳ Na giáo. Trong khuôn khổ chọn lọc các công trình có tính đồng dạng với bài viết này, có thể mở đầu với Dilek Ongan và nghiên cứu về thị hiếu ăn chay trong ẩm thực Thổ Nhĩ Kỳ vào năm 2013. Tiếp đó, dọc theo không gian văn hóa Châu Á, chuỗi nghiên cứu liên tục được mở rộng với các công trình như của Lâm Bội San (2018) phân tích mối quan hệ giữa thói quen ăn uống và hành vi lựa chọn điểm đến; Prinnaporn Bunrangsee và Santidhorn Pooripakdee (2019) đề xuất định hướng quản lý du lịch ẩm thực tại Thái Lan; hay Hiroshima Otawa (2020) sử dụng dữ liệu hệ thống nhà hàng thực vật tại Nhật Bản để đánh giá hiệu quả phát triển cộng đồng.

Sự tổng hợp các nghiên cứu trong và ngoài nước khẳng định tính cấp thiết của việc tích hợp các giá trị ẩm thực vào chiến lược phát triển du lịch. Mặc dù vậy, tại Việt Nam, mảng đề tài khai thác ẩm thực chay gắn với không gian thành phố Huế vẫn còn khoảng trống nghiên cứu, đặc biệt là sự thiếu vắng các tiếp cận từ lý thuyết công nghiệp văn hóa - nơi văn hóa và kinh tế được coi là hai động lực có quan hệ biện chứng, vừa tạo lập giá trị gia tăng, vừa bảo tồn bản sắc trước những biến chuyển của thời đại. Việc kế thừa các kết quả thực nghiệm đi trước và bù đắp khoảng trống về lý luận lẫn địa bàn nghiên cứu sẽ tạo ra cầu nối giữa hệ thống nghiên cứu ẩm thực du lịch từ khu vực Đông Bắc Á đến Đông Nam Á trong suốt giai đoạn vừa qua.

3. Hướng tiếp cận, khung lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

Bài viết triển khai hướng tiếp cận công nghiệp văn hóa (Cultural Industries) với cách hiểu: “công nghiệp văn hóa là các ngành sản xuất ra sản phẩm mang tính nghệ thuật và sáng tạo, có bản chất vật thể hoặc phi vật thể. Ngành này hoạt động bằng cách khai thác các giá trị văn hóa và tri thức, qua đó tạo ra lợi nhuận kinh tế và đóng góp quan trọng vào nền kinh tế quốc dân” (Thủ tướng Chính phủ, 2025). Trong giai đoạn hiện nay, công nghiệp văn hóa đánh dấu bước chuyển tư duy căn bản trong việc quản trị và phát huy các nguồn lực di sản: chuyển hóa các giá trị phi vật thể từ trạng thái di sản tĩnh sang chuỗi giá trị kinh tế - xã hội động thông qua cơ chế sáng tạo, công nghệ và thương mại hóa chuyên nghiệp.

Từ hướng tiếp cận công nghiệp văn hóa, bài viết sử dụng khung lý thuyết Các vòng tròn đồng tâm (Concentric Circles Model) với định danh là mô hình Vòng tròn ESB, (ESB Circles, Economic impact - Social KPIs - Branding) do nhà kinh tế học văn hóa David Throsby đề xuất vào năm 2001 và chỉnh sửa vào năm 2008, đại diện cho một trong những khung lý thuyết nền tảng và có ảnh hưởng sâu sắc nhất trong việc phân tầng quản trị các ngành kinh tế sáng tạo (Throsby, 2008). Xuất phát từ luận điểm cho rằng, giá trị văn hóa (cultural value) và giá trị kinh tế (economic value) là 2 thuộc tính vừa tách biệt vừa tương tác đa chiều trong một sản phẩm sáng tạo, Throsby khẳng định hàm lượng sáng tạo nguyên bản hoạt động như một hạt nhân phát xạ giá trị. Trong mô hình này, các ngành công nghiệp văn hóa được sắp xếp theo các tập hợp đồng tâm dựa trên tỷ lệ tương quan giữa giá trị văn hóa và giá trị thương mại. Khi dịch chuyển từ tâm ra các vòng ngoài, hàm lượng văn hóa gốc có xu hướng giảm dần, nhường chỗ cho sự gia tăng của tính chất thương mại và quy mô sản xuất công nghiệp.

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp định tính và định lượng, trong đó thiên về định tính với các phương pháp chủ đạo gồm: phương pháp đối sánh tài liệu, phương pháp định vị bản đồ, phương pháp điền dã và phương pháp phỏng vấn. Quan trọng nhất là phần thảo luận với các chuyên gia và khảo sát ý kiến về mức độ ưu tiên xử lý đối với các nhóm vấn đề được đề xuất từ thực khách đến du lịch tại thành phố Huế.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Nghiên cứu được tiến hành tại 15 nhà hàng chay tại Huế thuộc nhiều cấp độ, loại hình, và quy mô khác nhau, bao gồm: Bà Minh, Tinh Thức, Tịnh Tâm Đình Vũ , An Nhi, Bồ Đề, Liên Hoa, Phương Nam, Tịnh Quán, Hoa Từ Tâm, Sân Mây - Huế, Hương Mai, Tĩnh, Sala Phan Bội Châu, Thiên Tâm, An Nhiên. 15 quán chay được mã hóa thông tin ký hiệu P[1-15] và phân tích bằng công cụ Data Analysis tích hợp trong phần mềm Tableau và Excel, cú pháp Duliounhang.[Column group]-[sample dimension]-matrix.

Kết quả cho thấy các mặt mạnh, mặt yếu, cơ hội và thách thức đến từ phân khúc khách hàng, phân khúc giá, quy mô, loại hình và phân bố địa bàn của các nhà hàng. Tất cả các chỉ số trong từng kết quả được phân tích thành 4 nhóm yếu tố, gồm 2 nhóm nền tảng: vị trí tọa lạc và sức chứa (ký hiệu là K), thời điểm thành lập (ký hiệu là T), và 2 nhóm đối tượng tạo nên công nghiệp văn hóa đại diện: bản sắc văn hóa (ký hiệu là C), phân khúc giá cả (ký hiệu là P). 4 nhóm này đặt ra 10 cụm vấn đề cần quan tâm, gồm: K1, K2, K3, K4, T1, T2, C1, C2, P1, P2 .

Bảng 1. Các cụm vấn đề phân bổ theo các thành tố của ma trận S.W.O.T

Yếu tố nội sinh		Yếu tố ngoại sinh	
S	W	O	T
P1, P2, K1	C1, C2, K2	K3, T2	T1, K4

Nguồn: Tác giả lập bảng

Có 10 cụm vấn đề cần quan tâm, gồm: K1, K2, K3, K4, T1, T2, C1, C2, P1, P2, tạo thành 32 yếu tố.

Danh sách 32 yếu tố này được xóa ký hiệu và gửi đến để xin ý kiến thông qua phỏng vấn sâu và thảo luận với 7 chuyên gia trong lĩnh vực kinh tế và du lịch, gồm: Tiến sĩ (TS) Tạ Duy Linh (Viện Phát triển Kinh tế Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh), TS. Nguyễn Minh Trí (Sở Du lịch Thành phố Hồ Chí Minh), TS. Nguyễn Sơn Tùng (Đại học Tài chính Marketing), TS. Trương Thị Lan Hương (Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh), TS. Âu Sĩ Kính (Đại học Kinh tế - Tài chính), Thạc sĩ (ThS.) Trần Nhật Trường (Công ty du lịch Đất Nước Việt), và ThS. Nguyễn Hoàng Vũ (Công ty Phát triển Dịch vụ SHMILY). Sau quá trình thảo luận và cho điểm ưu số theo thang đo Likert, 32 vấn đề đã được các chuyên gia nhất trí chọn lọc còn 12 vấn đề trọng tâm nhất.

Các vấn đề này được phân tích bằng bảng ma trận S.W.O.T (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats):

(Strengths - S):

- Giá niêm yết công khai, minh bạch.
- Mức giá buffet trưa và tối phù hợp. Hình thức buffet chay khá hấp dẫn.
- Các nhà hàng chay có địa chỉ rõ ràng

(Weaknesses - W):

- Kiến trúc không lột tả được nét Huế.
- Chưa có dịch vụ chay trải nghiệm bữa cơm hoàng gia. Bỏ lỡ cơ hội khai thác giá trị văn hóa cổ đô Huế.
- Phát sinh sự cạnh tranh khách quan ngoài mong muốn, có thể đưa đến cạnh tranh không lành mạnh về kinh tế gây nên phá vỡ giá trị văn hóa Huế.

(Opportunities - O)

- Tập trung hình thành phố chay, dễ định vị thương hiệu trong bản đồ du lịch Huế.
- Dễ xây dựng các land tour ẩm thực chay hoặc hành hương Phật giáo tại Huế.
- Dễ tích hợp thành các dịch vụ cố định, chất liệu cho du lịch sức khỏe, du lịch hành hương Phật giáo hay du lịch MICE gắn với Phật giáo.

(Threats - T)

- Các nhà hàng không có triết lý kinh doanh và tầm nhìn chiến lược, chỉ hướng đến lợi nhuận theo xu hướng tập trung marketing sản phẩm, nên chỉ ổn định, khó phát triển quy mô tầm cỡ quốc tế.
- Quá trình hình thành đều tự phát dựa vào kinh nghiệm buôn bán hoặc tự học theo mô hình Trung, Hàn, thiếu đồng bộ và chiến lược phối hợp của ngành du lịch Huế.
- Phần lớn nhà hàng chay tập trung co cụm xung quanh Hoàng thành Huế nên dễ bị hiệu ứng liên hoàn khi xảy ra sự cố rủi ro tại một nhà hàng

Từ kết quả giao kết các cặp trong ma trận S.W.O.T còn 5 vấn đề lớn được rút ra, ký hiệu là R[1-5]

R1: Tái cấu trúc quy hoạch không gian và giảm thiểu rủi ro tập trung.

R2: Chuẩn hóa năng lực quản trị và xây dựng triết lý kinh doanh dài hạn.

R3: Xây dựng cơ chế liên kết ngành và chiến lược phát triển đồng bộ.

R4: Khôi phục và hiện đại hóa sản phẩm ẩm thực chay phong cách cung đình.

R5: Tái định hình kiến trúc và không gian văn hóa ẩm thực thể hiện bản sắc Huế.

Tính cấp bách của các vấn đề này đã được khảo sát qua ý kiến của 216 thực khách kiêm du khách tại Huế trong hơn 3 tháng, từ cuối tháng 4/2026 đến đầu tháng 8/2026. Tỷ lệ mẫu khảo sát được lấy dựa theo sức chứa của nhà hàng (tỷ lệ 20:1, $\pm 10\%$, ≥ 0.8), phân bố đều theo giới tính (nam và nữ) và độ tuổi (có 3 độ tuổi, 18-35, 36-55 và 56-75). Như vậy, có tổng cộng 6 khoảng mẫu, mỗi khoảng là 36 mẫu.

Các nhóm vấn đề được đánh giá theo thang đo Likert theo 5 cấp độ từ 1 đến 5 với ý nghĩa diễn giải:

1. Không cần ưu tiên, 2. Chưa cần ưu tiên, 3. Có thể xem xét ưu tiên, 4. Cần ưu tiên, 5. Ưu tiên hàng đầu.

Các mẫu này được tính giá trị trung bình, theo thứ tự max-min, từ đó tính phương sai và độ lệch chuẩn (SD) bằng Data Analysis. Kết quả thể hiện trong Bảng 2.

Bảng 2. Kết quả phân tích độ lệch chuẩn SD và khoảng biến thiên sau khảo sát

Result [1-5]	R1	R2	R3	SD (median)	R4	R5
(n=216)						
Points	2,5370370					
	0,0972222	2,6342592				
	0,4537037	0,3564815	2,9907407			
	0,4787037	0,3814815	0,0250000	3,0157407		
	0,7037037	0,6064815	0,2500000	0,2250000	3,2407407	
	1,1388889	1,0416667	0,6851852	0,6601852	0,4351852	3,6759259
Max-Min	1,1388889	1,0416667	0,6851852	0,6601852	0,4351852	0,0

Nguồn: Tác giả lập bảng

Kết quả chỉ rõ mối tương quan giữa các nhóm vấn đề cần ưu tiên trong định hướng và giải pháp. 2 nhóm vấn đề R4 và R5 xác định trị số SD ưu thế so với SD trung vị (SD median), lần lượt là 3,2407407 và 3,6759259; các chỉ số khoảng biến thiên Max -Min cũng cho thấy tính ổn định trong lựa chọn đánh giá của 216 mẫu khảo sát.

2 vấn đề cần ưu tiên hàng đầu trong khai thác giá trị ẩm thực chay nhằm phát triển du lịch tại Huế hiện nay là: khôi phục, hiện đại hóa sản phẩm ẩm thực chay phong cách cung đình và tái định hình kiến trúc và không gian ẩm thực thể hiện bản sắc Huế.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, ẩm thực chay là nguồn tài nguyên văn hóa có giá trị chiến lược tại không gian di sản Cố đô Huế. Sự hòa quyện giữa tinh thần Phật giáo, thẩm mỹ cung đình và nếp sống bình dị của cư dân địa phương tạo nên tính đặc thù chuyên biệt, đáp ứng các xu hướng du lịch sức khỏe, du lịch tâm linh và du lịch văn hóa của du khách khắp Việt Nam và trên thế giới. Tuy nhiên, hiệu quả chuyển hóa nguồn tài nguyên này thành các sản phẩm du lịch mang tính lợi nhuận cao hiện còn đối mặt với nhiều hạn chế do sự thiếu đồng bộ về hạ tầng kiến trúc, sự phân bố không đều về mặt không gian và tính tự phát trong quản lý vận hành. Việc xây dựng một tầm nhìn chiến lược với các quy hoạch dài hạn và đồng bộ sẽ bảo đảm khả năng khai thác tối đa các giá trị kinh tế - văn hóa của ẩm thực chay, đưa thành phố Huế trở thành điểm đến di sản ẩm thực uy tín trong khu vực. Để thực thi hiệu quả các mục tiêu phát triển du lịch dựa trên khai thác ẩm thực chay, hệ thống giải pháp quản trị cần triển khai đồng bộ.

Thứ nhất, việc khôi phục và hiện đại hóa hệ thống sản phẩm ẩm thực chay phong cách cung đình đòi hỏi một phương thức quản trị có hệ thống. Các cơ quan quản lý ngành du lịch và bảo tồn di sản cần chủ trì các chương trình nghiên cứu chuyên sâu nhằm phục dựng chính xác các công thức, quy trình chế biến và nghệ thuật trình bày ẩm thực chay triều Nguyễn. Trên cơ sở đó, chính sách khuyến khích tích hợp các yếu tố văn hóa cung đình vào các chương trình du lịch cần được ban hành, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp xây dựng những gói sản phẩm cao cấp gắn với nghệ thuật chay và trải nghiệm văn hóa cung đình Huế. Cần thay đổi quan điểm “ăn chay là dành cho người nghèo, người tu hành. Ăn chay là để tiết dục”. Ngoài việc ăn chay đơn thuần vì mục đích tín ngưỡng, tôn giáo, du khách còn có nhu cầu thưởng thức ẩm

thực chay như một nghệ thuật thị giác và vị giác, kết hợp với những nét tinh hoa của văn hóa địa phương. Sự chuẩn hóa về ẩm thực chay hoàng gia sẽ giúp lấp đầy khoảng trống ở phân khúc dịch vụ hạng sang, gia tăng doanh thu và kéo dài thời gian lưu trú của du khách khi đến Huế.

Thứ hai, công tác quản lý không gian mỹ thuật và kiến trúc cần được đặt dưới những tiêu chí bảo tồn cổ vật nghiêm ngặt. Sự xuất hiện của các mô hình kiến trúc lai tạp, sao chép từ Trung Quốc hay Hàn Quốc đang làm suy giảm giá trị nhận diện của di sản Huế. Hàm ý quản trị đặt ra cho nhóm vấn đề này là phải tiến hành các nghiên cứu bài bản về di sản và kiến trúc truyền thống Huế, từ đó ban hành bộ quy chuẩn thiết kế không gian cho các cơ sở kinh doanh ẩm thực chay. Các yếu tố về nhà vườn, bình phong, nhà rường, kết hợp với cảnh quan thiên nhiên cần được chọn lọc và ứng dụng có kiểm soát. Việc thiết lập khung pháp lý và chính sách hỗ trợ kỹ thuật cho các doanh nghiệp trong công tác tu bổ, thiết kế không gian theo chuẩn mực địa phương sẽ ngăn chặn tình trạng thương mại hóa biến dạng, bảo tồn tính nguyên bản của môi trường di sản.

Thứ ba, chính sách quy hoạch không gian du lịch cần hướng tới sự cân bằng và phân bổ hài hòa tài nguyên. Việc co cụm các nhà hàng chay xung quanh khu vực Hoàng thành và đơn điệu về loại hình tiềm ẩn nhiều rủi ro vận hành và gây áp lực lên hạ tầng đô thị. Sở Du lịch Thành phố Huế cần thực thi chính sách phát triển khu phố ẩm thực chay chuyên biệt, đồng thời điều tiết việc mở rộng mạng lưới kinh doanh về 2 cánh Đông và Tây của không gian Hoàng thành. Giải pháp này vừa giảm tải cho khu vực trung tâm di sản, vừa tạo ra các trục du lịch trải dài, kết nối đồng bộ các điểm tham quan. Đồng bộ với việc quy hoạch địa lý, ngành du lịch cần chủ động tích hợp ẩm thực chay vào các chương trình du lịch chuyên đề, trọng tâm là du lịch hành hương Phật giáo, du lịch chăm sóc sức khỏe và du lịch MICE. Sự kết nối liên ngành này giúp hình thành chuỗi dịch vụ khép kín, tối ưu hóa trải nghiệm của du khách và nâng cao năng lực cạnh tranh cho hệ thống du lịch tại vùng đất cổ đô này.

Việc thay đổi quan điểm về ẩm thực chay và khai thác các giá trị của ẩm thực chay như một di sản văn hóa mang đậm bản sắc của vùng đất cổ đô sẽ trở thành động lực mạnh mẽ giúp phát triển các loại hình du lịch văn hóa tại đây ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO :

Dương Thu Hiền (2024). Khai thác ẩm thực dân gian - di sản độc đáo của đất cổ đô Huế. Tạp san Thông tin - Khoa học 1(2024), Trường Cao đẳng Du lịch Huế.

Hoàng Diệu Thúy, Phan Thị Thanh Thủy. (2023). Khám phá các khía cạnh của trải nghiệm ẩm thực Huế của khách du lịch nội địa”. Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển 123(5C). DOI: 10.26459/157- 181.

Hồ Tiểu Ngọc (2023). Quan hệ giữa đạo Phật và thiên nhiên từ góc nhìn sinh thái học. Tạp chí Khoa học và Công nghệ (3A)2023, Trường Đại học Khoa học, Đại học Huế.

David Throsby (2008). The concentric circles model of the cultural industries. Cultural Trends 17(3). DOI:10.1080/09548960802361951.

Dilek Ongan (2013). Vegetarian tastes in Turkish cuisine. The 2nd International Symposium on “Traditional Foods from Adriatic to Caucasus”.

Thủ tướng (2025). Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 về Phê duyệt chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

小俣 博司 (Hiroshima Otawa). (2020). 市民協働プロジェクト OPEN EATS JAPAN で作成する 飲食店情報データの検討 (Phân tích dữ liệu thông tin nhà hàng được tạo ra bởi dự án hợp tác cộng đồng OPEN EATS JAPAN). DOI: 10.11291/jpla1956.40.147.

Chaopreecha Jakraphan (2019). Revitalization of Tradition through Social Media: A Case of the Vegetarian Festival in Phuket, Thailand. Southeast Asian Studies Vol.8 (1). DOI: 10.20495/seas.8.1_117.